



جامعة مولود معمري - تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم: الحقوق
فرع: قانون الأعمال



عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذة:

- د. أكسوم / عيلام رشيدة

إعداد الطالبة:

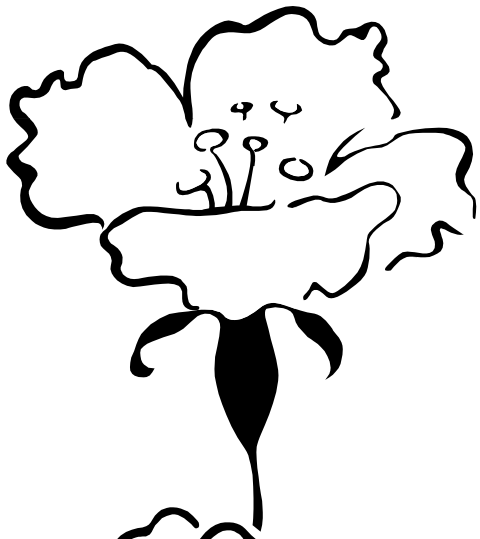
- طايب ليلية

لجنة المناقشة:

- أ.د/ إقنولي ولد رابح صافية، أستاذ..... رئيسا
- د/ أكسوم عيلام رشيدة، أستاذ محاضر (ب)..... مشرفا ومقررا
- د/ إبراهيم صفيان، أستاذ محاضر (ب)..... ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2020 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وحرمان

بسم اله الرحمن الرحيم

الحمد له وحده والصلاة على أشرف المرسلين محمد عليه الصلاة
والسلام ، أما بعد

أولا وقبل كل شيء نحمد ونشكر الله عز وجل الذي وفقنا لاتمام
هذا العمل وأنار لنا طريق العلم والمعرفة.

أتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذتي المشرفة "أكسوم عيلام رشيدة"
على قبولها الإشراف على هذا العمل ، وعلى كل التوجيهات
والإرشادات التي قدمتها لي.

كما أتوجه بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة
هذه المذكرة.

ليالية



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع وثمره جهدي إلى:

الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما وحفظهما الله
واللذان سهرتا على تربيته وغمراني بحبهما ولم يبخلا عني
بشيء.

إلى من اعتز وافتخر بهم وأحملهم في قلبي إخوتي وأخواتي.
وإلى كل من كان بجانبني طوال مشواري الدراسي وبالأخص
أصدقائي ، كل الشكر والاحترام والتقدير .

ليلة



قائمة أهم المختصرات

- ج.ر: جريدة رسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- ص: صفحة.
- د.س.ن: دون سنة نشر
- ص: صفحة
- ص ص: صفحة إلى صفحة
- س.ت.إ: سجل تجاري إلكتروني
- ت.م: تقنين مدني جزائري

مقدمة

أصبح العالم كأنه يعيش في قرية واحدة نتيجة للإنتشار الواسع لوسائل الإتصال الحديثة خاصة الأنترنت، أين باتت الإتصالات بين الأفراد تتم في سرعة فائقة جدا.

فالظهور الواسع للهواتف الذكية سهل على الجميع الاتصال فيما بينهم دون عناء يذكر، وقد استغل الأفراد وسائل الإتصال الحديثة في إبرام تصرفاتهم وإبرام معاملاتهم من خلال نشر عروض للبيع في شبكات التواصل الاجتماعي بالصور والأسعار، وكانت تقابلها عروض الشراء.

تعتبر الأنترنت من أهم تقنيات الإتصال الحديثة، مما زاد من نمو حجم التبادل الإلكتروني عالميا، وأدركت الدول المتقدمة أهمية التجارة الإلكترونية في إنجاح ما تصبو إليه منظمة التجارة العالمية من أهداف، بالإضافة إلى دور هذه التجارة في زيادة القدرة التنافسية للتسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية لمتعملي الاقتصاديين ولمواكبة التطورات، وبدأت معظم الدول العالم في تهيئة الظروف والبيئة الملائمة للتحول نحو الاقتصاد الرقمي على الأنترنت والتجارة الإلكترونية.

أصبحت التجارة الإلكترونية من بين القطاعات الأسرع نمو في الاقتصاد العالمي ويتوقع أن يتعظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على الأسواق وأداء المؤسسات وقدراتها التنافسية، لكن التعاقد عبر الأنترنت واجه بعض الصعوبات في كيفية التحقق من شخصية المتعاقدين ومكان وزمان إبرام العقد وتوثيق وتسجيل هذه التعاقدات إلى جانب مجموعة من المخاطر الفنية التي تسيرها بالبيئة الرقمية.

سايرت الجزائر التطورات الحاصلة في مجال التعاقد الإلكتروني وأصدرت أول قانون ينظم المعاملات التجارية الإلكترونية، والذي يتمثل في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹.

1- قانون رقم 18-05، مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج. عدد 28، الصادر في 16 مايو 2018.

يُدرج عقد البيع عبر الأنترنت ضمن العقود الإلكترونية ذلك لكون الإيجاب وارتباط القبول به يتم من خلال الشبكة ويعد الاختلاف أيضا إلى طرق الإثبات المعتمدة فيه مقارنة بالعقود التقليدية، إذ تم في عقد البيع عبر الأنترنت بتحويل الدعامات الورقية المستخدمة في المعاملات سواء المدنية أو التجارية إلى دعامات إلكترونية ومعلوماتية لإبرام العقد، كما أن تنفيذ عقد البيع عبر الأنترنت ينشأ عدة التزامات لكل أطراف العقد، بحيث يقوم هذا الأخير بتنفيذها باستخدام الوسائل التقنية المتفق عليها سواء أثناء تسليم السلع أو تقديم الخدمة أو عن طريق الدفع والتسليم.

نظرا لأهمية عقد البيع عبر الأنترنت اتفقت أغلب التشريعات على وضع العقد عبر الأنترنت في حيز قانوني، ويتم ذلك من خلال قيام أغلب هذه الدول بتعديل القوانين التقليدية بغرض أن تتماشى مع هذا النوع من العقود، ومن بين هذه التعديلات نجد أن المشرع الجزائري أجرى بعض التعديلات على التقنين المدني الجزائري، إذا قام بعرض أسباب المشروع التمهيدي، بحيث هذا القانون مساعدة جوانب متعلقة بالمعاملات الإلكترونية مثلا تعرضه لبيان الحجية للإثبات بطرق الإلكترونية.

يمتلك الطرف المحترف في عقد البيع عبر الأنترنت قدرة اقتصادية وخبرة فنية تجعله يتفوق على الطرف المقابل (المستهلك) فهذا التفاوت يتسبب في اختلال التوازن في العلاقة الاستهلاكية بشكل يتطلب حماية المستهلك نظرا لعجز أحكام نظرية الالتزام لإعادة التوازن بين أطراف هذه العلاقة، حيث يزداد التفاوت حدة بين المحترف والمستهلك الإلكتروني بسبب صعوبة الإلمام بمواصفات المنتج وتحقيق من صحة البيانات في بيئة رقمية وافتراضية، مما يؤكد ضرورة فرض التزامات على عاتق المحترف عبر الأنترنت بشكل يتلاءم مع متطلبات الحديثة للتعاقد عن بعد.

فعقد البيع عبر الأنترنت مرتبط بالعملية الاستهلاكية وأن نجاحه يتوقف على مدى توفير الحماية القانونية للمتعاقدين بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة.

أصبح التجار يعرضون خدماتهم وسلعتهم عبر المواقع الإلكترونية مع بيان المواصفات الحقيقية للمنتجات وأسعارها لذلك أصبح المستهلك يلجأ إلى المواقع الإلكترونية المخصصة لهذا الغرض لتسوق في مجال المعاملات الإلكترونية مما يجعله عرضة للمخاطر فهو في أغلب الأحيان يتعرض للغش والتحايل.

وتكمن أهمية الدراسة في مجال البيع عبر الأنترنت نظرا لتطور الحاصل في مجال العقود الإلكترونية التي يعتبر المستهلك الإلكتروني أحد أطرافها، إضافة إلى ذلك أن المستهلك الإلكتروني لا يزال يعاني من عملية الغش والتحايل أثناء تعاقدته إلكترونيا ونقص الجودة في السلع والخدمات وارتفاع أسعارها تجعل المستهلك ضحية من معاملة الإقتصادية مما يستدعي حمايته.

ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع عقد البيع عبر الأنترنت هو استحداث القانون رقم 05-18 الجديد المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي إتسنى الإطلاع على مضمونه وما وفره من آليات قانونية لحماية المتعاقد الإلكتروني.

هذا ما دفعنا لطرح الموضوع لدراسة والتوضيح ما ضمنه المشرع الجزائري لقانون التجارة رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية التالية:

كيف نظم المشرع عقد البيع عبر الأنترنت في ظل أحكام القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟

للإجابة عن هذه الإشكالية يتم دراسة إبرام عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18 (الفصل الأول)، ثم آثار عقد البيع عبر الأنترنت وفقا للقانون رقم 05-18 (الفصل الثاني).

الفصل الأول

إبرام عقد البيع عبر الأنترنت في

ظل القانون رقم 05-18

شهد العالم في الوقت الحاضر تطورات بارزة وعميقة في كثير من مجالات الحياة وأهمها التطور التكنولوجي الذي نعيشه حالياً، وذلك يعود إلى ظهور وسائل الاتصال الحديثة، التي أدت إلى الإقبال على البيع عبر الأنترنت، حيث بات عقد البيع عبر الأنترنت يمثل نسبة هائلة من حجم التجارة الدولية والداخلية ويرجع السبب في ذلك إلى سرعة وسهولة إبرام هذا العقد.

يتم عقد البيع عبر الأنترنت دون لقاء فعلي بين المحترف الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، حيث يلجأ كل طرف إلى الإشتراك في خدمة دخول للأنترنت وفقاً للأحكام عقد يجمع كل منهما مع مقدم خدمة الأنترنت، غير أن عرض وإقتناء المنتج عبر الأنترنت يتوقف على الحصول على خدمات إلكترونية يقوم بها الوسطاء التقنيين أي الأشخاص المساعدة لطرفي عقد البيع عبر الأنترنت.

يتم تناول كيفية إبرام عقد البيع عبر الأنترنت من خلال تقسيم هذا الفصل إلى إبرام عقد البيع عبر الأنترنت وفقاً للقانون 05-18 (المبحث الأول)، ثم التطرق إلى التكوين الإلكتروني لعقد البيع عبر الأنترنت (المبحث الثاني).

المبحث الأول

عناصر عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 05-18

يلجأ المستهلك الإلكتروني لاستعمال تقنيات التواصل التي توفرها شبكة الأنترنت بالمحترف الإلكتروني، والذي يقوم بترويج وعرض سلعه وخدماته، الأمر الذي يساعد المستهلك الإلكتروني على اقتناء ما يحتاج إليه لإشباع حاجاته.

حيث يعتبر مستعملوا الأنترنت كأطراف عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، إلا أن ذلك يستوجب الاتصال بمقدمي الخدمات الإلكترونية والوسطاء التقنيين عبر الأنترنت كأطراف مساعدة للمتعاقدين عبر الأنترنت (المطلب الثاني).

المطلب الأول

أطراف عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18

يعد سهولة استخدام شبكة الأنترنت والتواصل مع الطرف الآخر من أجل الشراء والبيع هذا ما جعل كل شخص يرغب في عرض أشياء للبيع، وذلك دون عائق أو مانع.

لبيان أطراف عقد البيع عبر الأنترنت سننتقل إلى المتعاقدين عبر الأنترنت (الفرع الأول)، إلى جانب الأطراف المساعدة في عقد البيع عبر الأنترنت (الوسطاء التقنيون) (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المتعاقدين عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18

حصر القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة المتعاقدين عبر الأنترنت على كل من المحترف والمستهلك الإلكتروني يتم تحديد البائع عبر الأنترنت (أولا) ثم وكذا تحديد المشتري عبر الأنترنت (ثانيا).

أولا: البائع عبر الأنترنت مورد الإلكتروني

يعرف المحترف في كل شخص يتدخل في عملية عرض المنتج للإستهلاك، وتتعدد فئاته بتعدد الأنشطة الممارسة، غير أن المشرع الجزائري إصطلح عليه لفظ المورد في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، أين حصره في فئة واحدة واستبعد باقي الفئات، المحترف الإلكتروني يستلزم التعرض لتعريفه من الناحية الفقهية (أ)، وكذا من الناحية التشريعية (ب).

أ- التعريف الفقهي للبائع عبر الأنترنت:

حسب التقدم العلمي والتطور التكنولوجي في مجال السلع والخدمات فإن المشتري عديم الخبرة غالبا ما يتقدم إلى إبرام العقد مع البائع وهو يفتقر إلى البيانات الأساسية الخاصة بالبيع، الأمر الذي أدى إلى تغيير مفهوم البائع وأصبح يتسع مفهومه ويصف بالاحترافية أو المهنية¹.

يعرف المحترف على أنه: "الشخص الذي يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني سواء كان هذا النشاط تجاري أم صناعي أحد زراعي، فيملك مكانا أو محلا تجاريا بقصد ممارسة لنشاطه أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها"².

1- حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2016، ص 43.

2- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 29.

أما المحترف الإلكتروني فيتمثل في: " كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا يتدخل من خلاله في عملية عرض المنتج للإستهلاك ويستعين في ذلك بشبكة الأنترنت"¹.

ب- التعريف التشريعي للمحترف الإلكتروني:

استعمل المشرع الجزائري عدة مصطلحات للإشارة للشخص المحترف وذلك خلال مختلف النصوص القانونية الصادرة قبل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية²، حيث أطلق المشرع الجزائري تسمية **عون اقتصادي** على المحترف وذلك كما جاء في المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: "**عون إقتصادي كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العام أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها**"³.

في حين نصت المادة 03 فقرة 02 من القانون 02-08 المتعلق بالمنافسة على أنه مؤسسة : "**المؤسسة كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفته دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع أو الخدمات أو الاستيراد**"⁴.

بينما استعمل مصطلح "**المتدخل**" في ظل القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك في المادة 03 الفقرة 08 التي تنص على: "**المتدخل كل شخص**

1- أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة للنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2018، ص 24.

2- د.مراد الزهراء، "التعدد الإلكتروني وأطرافه"، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، عدد 52، ديسمبر 2019، ص ص 19-109.

3- المادة 03 من القانون 02-04 مؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج. عدد رقم 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004، معدل ومتمم.

4- قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 36، صادر بتاريخ 20 يوليو 2008.

طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المستويات للاستهلاك¹.

جاء المشرع الجزائري في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حول التجارة الإلكترونية أطلق عليه مصطلح المورد الإلكتروني وذلك في الفقرة 04 من المادة 06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"².

استعمل المشرع الجزائري للتعبير عن المحترف عدة ألفاظ حيث اعتمد لفظ "المتدخل" في ظل قانون حماية المستهلك، في حين استعمل لفظين المهني والمحترف في ظل نصوص قانونية أخرى وأخيرا استعمل لفظ "المورد" في ظل المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الأمر الذي كان عليه تجنبه إذ لا بد عليه من توحيد المصطلحات القانونية التي تعبر عن المحترف وذلك تجنباً للوقوع في أي لبس³. حيث أن المورد في الواقع ما هو إلا إحدى فئات المحترف، فالمحترف يمكن أن يكون تاجر، وسيط، مورد، أو غيره من الفئات التي تتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.

ثانيا: المشتري عبر الأنترنت مستهلك إلكتروني:

لبيان تعريف المستهلك الإلكتروني يستلزم التعرض لتعريفه من الناحية الفقهية (أ)، وكذا من الناحية التشريعية (ب).

أ- التعريف الفقهي للمشتري عبر الأنترنت

المستهلك في مجال العقود الإلكترونية لا يختلف عن المستهلك في عمليات التعاقد

1- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

2- المادة 06 فقرة 04 من القانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

3- أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص 25.

التقليدي، ولكنه فقط يتعامل عبر وسيلة إلكترونية¹، كما أن المستهلك يتمتع بنفس الحماية والحقوق التي يتعمل بها المستهلك العادي².

عرفه الفقيه جاك قيستان CUESTIN بأنه: " الشخص الذي لأجل احتياجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفا في عقد للتزويد بالسلع والخدمات"³، كما عرفه البعض الآخر على أنه: " ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها، من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات لإشباع حاجاته الضرورية دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها، كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع أو التاجر"⁴.

وبالتالي فإن المستهلك الإلكتروني يقوم باستخدام جهاز إلكتروني مرتبط بشبكة الأنترنت يعينه على بحث السلعة أو الخدمة التي يريدها ويقدم على طلبها، ومن ثمة تتم إجراءات التعاقد بالطرق الإلكترونية من أجل الحصول على سلعة أو خدمة إما بشكل إلكتروني أو عن طريق الاستلام في العالم المادي.

ب- التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني:

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في أول قانون لحماية المستهلك والذي صدر في سنة 1989، لكن سرعان ما تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش وذلك في المادة 02 الذي يعرف المستهلك على أنه: "كل

1-خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 23.

2-عبد الله ديب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 19.

3-د.سي يوسف زاهية حورية، "حماية المستهلك مدنيا من الاعلان التجاري الكاذب والمضلّل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 04، 2010، ص ص 183-186.

4-كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 36.

شخص يقتني بئمن أو مجانا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى أو النهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به¹.

فى حين تعرفه الفقرة 01 للمادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "المستهلك كل شخص طبيعى أو معنوى يقتنى بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائى من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به"².

بالرجوع إلى المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية للمستهلك على أنه: "2- المستهلك كل شخص طبيعى أو معنوى يقتنى سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"³.

ولقد تطرق المشرع الجزائرى إلى تعريف المستهلك الإلكتروني وذلك لأول مرة فى القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال المادة 06 الفقرة 03 التى تنص على: "المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعى أو معنوى يقتنى بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائى"⁴.

1-مرسوم تنفيذى رقم 90-30 مؤرخ فى 10 جانفى 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ج.ج عدد 05،

المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذى رقم 01-315 المؤرخ فى 10 أكتوبر 2001،

2-المادة 03 من القانون 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

3-قانون رقم 02-04، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

4-المادة 06 الفقرة 03 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

الفرع الثاني

الأطراف المساعدة للمتعاقدين في عقد البيع عبر الأنترنت

يسمح الاشتراك في خدمة الأنترنت لكل من المحترف والمستهلك الإلكتروني الدخول إلى الشبكة الأنترنت والتعاقد عن بعد، غير أن استغلال هذه الأخيرة يتطلب تدخل أشخاص وهم "الوسطاء التقنيين عبر الأنترنت".

ولهذا سيتم التطرق إلى مورد خدمة الدخول للأنترنت (أولاً)، وكذا مورد الخدمة أو المعلومة (ثانياً)، إضافة إلى متعهد الإيواء (ثالثاً)، وأخيراً ناقل المعلومة (رابعاً).

أولاً: مورد خدمة الدخول إلى شبكة الأنترنت (متعهد الوصول)

يعرف مورد خدمة الدخول على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يعمل على الربط التقني بين المستخدم (المشارك) وشبكة الأنترنت ويمدهم بالوسائل التقنية اللازمة لذلك".

ولقد تم تعريف مورد خدمة الدخول وذلك في نص المادة 6-1-1- من القانون رقم 575-2004 الصادر في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي موردي خدمة الاتصال بشبكة الأنترنت بأنهم: "أشخاص ينصب نشاطهم في إتاحة الاتصال بخدمات الاتصال الفوري للجمهور على الخط"¹.

أما المشرع الجزائري فلقد تطرق إلى تعريف خدمات الدخول ضمن أحكام القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومحافظتها، وذلك في المادة 02 الفقرة "د" والتي جاء فيها مقدمو الخدمات "أي

1- بن عزة محمد حمزة، المسؤولية القانونية لمعاملتي الأنترنت- دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي اليااس، سيدي بلعباس، 2019، ص 136.

كيان عام أو خاص يقدم لمستعملي خدماته القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية أو نظام الاتصالات¹

ثانيا: المعلومة

يعتبر مورد المعلومة ذلك الشخص الذي يعهد إليه بتحميل النظام بالمعلومات والبيانات التي يتم جملها حول مواضيع معنية أو يكون هذا الشخص المورد سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا هو الذي أنتج هذه المعلومة أو ألفها بنفسه، ومن ثمة يكون له السيطرة على بثها أو نشرها عبر شبكة الأنترنت حتى تصل إلى المستخدم كمادة معلوماتية².

ثالثا: متعهد الإيواء

يعرف متعهد الإيواء على أنه كل شخص سواء كان طبيعيا أو معنويا يتولى تخزين التطبيقات والسجلات المعلوماتية التي تمكن المستخدم من الوصول إلى ذلك المخزون عبر الأنترنت.

أما بالنسبة للتشريع الجزائري فقد تطرق القانون رقم 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وذلك في المادة 02 الفقرة د والتي تنص على أنه يتمثل في: " أي كيان آخر يقوم بمحاربة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمة الاتصال المذكورة ولمستعملها"³.

1- قانون رقم 04-09، مؤرخ في 05 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج. ر. ج. عدد 49، صادر بتاريخ 16 أوت 2000.

2- بعجي محمد، " إلتزامات مقدمي الخدمة عبر الأنترنت"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الجزائر، العدد 01، 2019، ص 25.

3- القانون رقم 04-09، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، مرجع سابق.

نستخلص أن متعهد الإيواء هو شخص طبيعي أو معنوي يعرض إيواء صفحات web على حساباته الخادمة مقابل أجر أو بدون مقابل، فهو بمثابة مؤجر على الشبكة¹.

رابعاً: ناقل المعلومة

يعتبر ناقل أو عامل الاتصالات أو مورد خدمة الاتصال عن بعد² عبارة عن عمل فني يقوم من خلاله العامل له سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً بالربط على شكل (BACKET) وهذا من جهاز المستخدم إلى الحاسب الخادم لمعهد الوصول ومن ثمة تحويلها من هذا الحاسب الأخير إلى الحاسبات المرتبطة بمواقع الأنترنت³.

المطلب الثاني

محل عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 05-18

يتمثل المحل في الشيء الذي يلتزم أحد الأطراف بتقديمه، أو عمل يلتزم بأدائه أو يمتنع عنه، ومحل عقد البيع عبر الأنترنت هو الشيء المبائع الذي يتم التعاقد عليه.

لكن تطور مفهوم المحل ضمن قواعد حماية المستهلك، الأمر الذي أدى إلى تغيير مصطلحاته، حيث أصبح يستعمل مصطلح المنتج، الذي يشمل السلع والخدمات بدلاً من الأشياء والحقوق المالية، ولهذا يتم بيان المقصود بمحل عقد البيع عبر الأنترنت (الفرع الأول)، وكذا الشروط الواجب توافرها في هذا المحل (الفرع الثاني).

1- بوخالفة حدة، "النظام القانوني لمتعهد الإيواء عبر الأنترنت"، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة

العربي بن مهيدي، العدد 14، أم بواقي، ب.س.ن، ص ص 292-293، ص 293.

2- بن عزة محمد حمزة، مرجع سابق، ص 145.

3- بعجي محمد، مرجع سابق، ص 26.

الفرع الأول

تعريف محل عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 05-18

إن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفا محددا لمحل العقد بل ترك ذلك للفقهاء، ومحل العقد هو العملية القانونية التي يقصد الطرفان تحقيقها بمقتضى العقد¹، كما أن محل عقد البيع هو العملية التي بمقتضاها يقوم طرفا العقد سواء بأداء شيء معين كبضاعة أو معدات أو برنامج حاسوب، أو أداء عمل معين كتقديم خدمات².

ولقد نص المشرع الجزائري على التعامل في السلع والخدمات وذلك في نص المادة الأولى من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي نصت على أنه: "يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات"³، ولهذا يقوم عقد البيع عبر الأنترنت على نوعين من التجارة: تجارة السلع (أولا) وتجارة الخدمات (ثانيا).

أولا: السلع:

ورد في نص المادة 03 الفقرة 16 من قانون حماية المستهلك أن السلعة هي: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا"⁴، في حين عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 الفقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش والتي تنص: "البضاعة: كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن ان يكون موضوع معاملات تجارية"⁵.

1- مناني فراخ، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009، ص 110.

2- حامدي بلقاسم، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015، ص 141.

3- أمر رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

4- أمر رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

5- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

ومن بين البضائع التي تعد محل عقد البيع عبر الأنترنت السلع الاستهلاكية مثل المنتجات الغذائية، أو الملابس ومواد التجميل في حين هناك سلع ذات القيمة المالية الكبيرة فنذكر منها مثلا المجوهرات، السيارات، إلى جانب هذه السلع هناك منتجات فكرية وأدبية الألعاب، الأفلام، الأقراص الموسيقية¹..

ولقد نص المشرع الجزائري على استثناءات الواردة على محل عقد البيع عبر الأنترنت في المادة 03 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بحيث منع كل معاملة إلكترونية يكون محلها لعب القمار والرهان واليناصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو البضاعية والتجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي²، إضافة إلى نص المادة 05 من نفس القانون التي تنص على أنه: " تمنع كل معاملة عن طريق الإتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي"³.

ثانيا: الخدمات

هناك بعض الخدمات لا تدخل في مجال التجارة بل المهن الحرة أو الحرف من المشروعات التي لا تحتاج إلى رأس مال كبير، فهي تحتاج إلى الأفكار والمؤهلات العلمية وجمع المعلومات⁴. وعليه تعد الخدمة عملا وجهدا يقدمه المحترف للمستهلك وهي أشياء غير ملموسة⁵.

1- دكار راضية، عقد بيع عبر الأنترنت، مذكرة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017، ص 25.

2- أمر رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

3- المادة 05 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

4- محمد كمال الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص 109.

5- حوجو يمينه، عقد البيع الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2012، ص 129.

ولقد عرف المشرع الجزائري مصطلح الخدمة بموجب المادة 02 الفقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أن الخدمة "كل مجهود يقدم من ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحق بالمجهود المقدم أو داعما له"¹

ولكن من يلاحظ أن المشرع قد استدرك النقص الذي كان موجودا في القانون 89-02 الذي أغفل تعريف المنتج ولهذا جاءت المادة 02 الفقرة 17 من القانون 09-03 على تعريف الخدمة على أنها: "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"².

الفرع الثاني

شروط المحل في عقد البيع عبر الأنترنت

يشترط في المحل وفقا للقواعد العامة أن يكون معين أو قابلا للتعيين، وأن يكون مشروعا، ويكون موجودا أو قابلا للوجود، وقد نظم المشرع الجزائري هذه الشروط في المواد 92 إلى 98. من ت.م.

إلا أن المشرع الجزائري لم يخرج عن هذه القاعدة وذلك من خلال القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ويشترط في المحل الإلكتروني أن يكون موجودا (أولا)، ومعنيا (ثانيا)، ومشروعا (ثالثا).

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، عدد 05 الصادر بتاريخ 31 يناير 1990، المعدل والمتمم.

2- أمر رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وحماية الغش، مرجع سابق.

أولاً: شرط الوجود (توفر المنتج)

يشترط في السلعة أو الخدمة التي يتم الاتفاق عليها أن تكون موجودة فعلاً أثناء الاتفاق¹، وهذا ما أكدت عليه المادة 15 الفقرة الأولى من القانون رقم 05-18 السالف الذكر على أنه: "لا يمكن أن تكون الطلبية المسبقة محل دفع إلا في حالة توفر المنتج في المخزون".

وكذلك أشارت المادة 24 من نفس القانون إلى أنه: "على المورد الإلكتروني عدم الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه"

ثانياً: شرط التعيين

يقصد بشرط التعيين تحديد مواصفات السلعة أو الخدمة، وذلك فيما يتعلق بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.

وبالتالي يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً، ويعتبر هذا العلم كافياً متى اشتمل على بيان المبيع وأوصافه الأساسية، وذلك من خلاله يمكن التعرف عليه عن طبيعة المنتج وخصائصه وذلك تقادياً لأي التضليل².

حرص المشرع الجزائري على تأكيد شرط التعيين في المعاملات الإلكترونية وذلك في القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حين ألزم المورد بتحديد طبيعة وخصائص أسعار السلع أو الخدمات المقترحة وذلك في نص المادة 11 الفقرة 04³ من القانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

1- بن سعيد لزهر، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2014، ص 124.

2- نهى شيروف، الأليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري: بين النص والممارسة (مداخلة)، منعقد يومي 2-3 أكتوبر 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ص 19.

3- أمر رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ثالثا: شرط المشروعية

وفقا للقواعد العامة يجب أن يكون محل العقد مشروعا وإلا كان العقد باطلا¹، ولقد تم النص على ذلك في المادة 93 من القانون المدني الجزائري التي تنص: "إذا كان محل الالتزام مستحيلا في ذاته أو مخالفا للنظام العام أو الأدب العامة كان باطلا بطلانا مطلقا"².

قام المشرع الجزائري في إطار القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بتحديد المعاملات الممنوعة في الاتصالات الإلكترونية وذلك في المادة 03 على سبيل الحصر والتي تنص على أنه: "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرهان واليناصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعادة عقد رسمي"³

1- نهى شيروف، مرجع سابق، ص22.

2- المادة 93 من الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج، عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

3- المادة 3 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني

التكوين الإلكتروني لعقد البيع عبر الأنترنت في ظل

القانون رقم 18-05

يعتمد المحترف في صرف منتجاته على مختلف تقنيات شبكة الانترنت كالبريد الإلكتروني ومواقع الويب أين يتم عبرها عرض مختلف السلع والخدمات، فيحرص المحترف خلال عرض منتجاته عبر الأنترنت بتقديم كل البيانات والمعلومات الضرورية، حيث يتم دراسة ضرورة الاستعانة بالوسائل الإلكترونية لعقد البيع عبر الأنترنت (المطلب الأول)، ثم التبادل الإلكتروني في ظل عقد البيع عبر الأنترنت (المطلب الثاني).

المطلب الأول

ضرورة الاستعانة بالوسائل الإلكترونية لعقد البيع عبر الأنترنت

يتم التطرق إلى التعبير الإلكتروني للإرادة (الفرع الأول)، صحة التعبير عن الإرادة في عقد البيع عبر الأنترنت (الفرع الثاني)

الفرع الأول

التعبير الإلكتروني للإرادة

يتم التعبير عن الإرادة في عقد البيع عبر الأنترنت إما عن طريق البريد الإلكتروني (أولاً) أو عن طريق شبكة الويب Web (ثانياً)، أو عن طريق المحادثة والمشاهدة (ثالثاً)

أولاً: التعبير عن الإدارة عبر البريد الإلكتروني

يعد البريد الإلكتروني خدمة مجانية غالباً، يقصد به "تبادل الرسائل بين الأطراف بطريقة إلكترونية"¹، فالإجابة عبر البريد الإلكتروني يتم عن طريق تبادل العروض، وذلك

1- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص 208.

من خلال رسائل البيانات حيث يعتمد الموجب إرسال إجابة إلى عميل معين وذلك بواسطة رسالة بيانات موجهة إلى عنوان هذا العميل بالتحديد.

وعليه تعتبر هذه الرسالة إجابا والتي تكون مسبقة لشروط معينة، تتضمن جميع العناصر الجوهرية التي سيتم الالتزام بها كبيان أوصاف المبيع، وأن يكون العرض فيها باتا ومحددا وجازما¹.

ثانيا: التعبير عن الإرادة عبر شبكة الموقع (Site Web)

يعد الموقع الإلكتروني وسيلة إتصال عبر شبكة الأنترنت، حيث يمكن للمحترف أن يعرض سلعة وخدماته للمستهلك من خلال مواقع تشبه المتاجر التجارية².

إذ تعتبر خدمة الويب أو من يعرف بشبكة المعلومات العالمية التي يمكن من خلالها زيارة مختلف المواقع على شبكة الأنترنت، لغرض الوصول إلى معلومات من أجل إبرام أي عقد حسب رغبته.

يكون التعبير عن الإرادة عبر مواقع الويب كتابة بقيام المتعاقد عند تصفحه برنامج المتجر الافتراضي بتعبئة الفراغات في نافذة البرنامج، ويكون ذلك عن طريق كتابة عبارات دالة على موافقته على الشراء من المتجر الافتراضي، ويتم النقر على زر الخاص بالإرسال³ فالتعاقد في هذه الحالة يتم على عقود نموذجية معدة مسبقا، ولا يمكن للمتعاقد عبر الأنترنت من مناقشته فإما يقبلها أو يرفضها جملة واحدة دون إمكانية إستبعاد أي تفصيل.

1- يحيى يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، طرابلس، 2007، ص 42.

2- جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2015، ص 52.

3- الفواعير محمد علاء، العقود الإلكترونية، التراضي، التعبير عن الإرادة، دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان، 2014، ص 90.

ثالثاً: التعبير عن الإرادة عن طريق المحادثة والمشاهدة

تتيح شبكة الأنترنت للأطراف التعبير عن إرادتهم، من خلال التحدث مباشرة ويكون بحضور الطرفين في زمن واحد والدخول إلى الشبكة الرقمية والافتراضية¹، بحيث يستطيع مستخدم الأنترنت عبر برنامج المحادثة التحدث مع شخص آخر في نفس الوقت، بشرط أن يكون الطرفان متصلين بخدمة غرفة المحادثة، ويتم التعبير عن الإرادة عبر المحادثة والمشاهدة بالتعبير الصريح، اللفظ، الكتابة، وما يميز هذه الوسيلة عن باقي الوسائل خلق التعاصر الزمني ما بين الأطراف، وكأنهم في مجلس عقد حقيقي، وهذا نتيجة سماع كل طرف للآخر في الوقت ذاته².

الفرع الثاني

صحة التعبير عن الإرادة في عقد البيع عبر الأنترنت

لبيان صحة التعبير عن الإرادة لابد من أن يستوفي شرطين أساسيان يتمثلان في الأهلية (أولاً) وأن تكون هذه الأهلية سليمة من العيون (ثانياً).

أولاً: توافر الأهلية

تعرف أهلية التعاقد بأنها صلاحية الشخص لكسب الحقوق وتحمل الإلتزامات، وكذلك مباشرة التصرفات القانونية، وكما سبق القول يشترط في صحة العقد أن تتوافر الأهلية لدى الطرفين، أي أهلية الأداء³، ولا يمكن للمتعاقد في هذه الحالة التحقق من بيانات التعريف بالمتعاقد الآخر وهو ما قد يؤثر بالتأكيد عن صحة التعاقد⁴.

1- جلول دواجي بلحول، مرجع سابق، ص 53.

2- جحيظ حبيبة وجعودي مريم، النظام القانوني للعقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد ميرة، بجاية، 2013، ص 23.

3- بن سعيد لزهر، مرجع سابق، ص 93.

4- خالد حمدي عبد الرحمان، التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 138.

من بين المسائل التي لم يتم التغلب عليها المسألة المتعلقة بالتحقق من أهلية المتعاقد من الناحية القانونية، ولقد جاء في التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 بأن كل عرض للبيع منتج، أو خدمة عن بعد على المورد أن تضمن عرضه بيانات تتعلق بتحديد شخصية التي تتمثل في اسم المنشأة عنوانها والبريد الإلكتروني، في حين على المستهلك بتقيد بيانات التعرف لشخصيته¹.

ثانيا: عيوب الإرادة

تتمثل عيوب الإرادة في كل من الغلط (أ)، التدليس (ب)، الإكراه (ج) والاستغلال (د).

أ- عيب الغلط:

وهو وهم يقوم في ذهن الشخص يجعله يتصور الواقع على خلاف حقيقته، لقد نظم المشرع الجزائري أحكامه في المواد 80 إلى 85 من ت.م، ومن صور الغلط في عقد البيع عبر الأنترنت ما تعلق بنقص خبرة المستهلك التقنية أو الإحتراف في المعاملات الإلكترونية كالضغط الخاطئ على لوحة المفاتيح أو ما تعلق بالعرض الناقص للمنتجات².

كما ألزم المشرع الجزائري في المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني بأن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقرونة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على سبيل حصر المعلومات الآتية منها رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني وطبيعته وخصائصه، وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة لإحتساب كل الرسوم حالة توفر السلعة أو الخدمة، الشروط العامة للبيع، طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا، كفيات وإجراءات الدفع، مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء، شروط وإعجال العدول عند الإقتضاء³.

1- الدسوقي أبو الليل إبراهيم، الجوانب القانونية للتعاملات القانونية، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2003، ص 26.

2- بن سعيد لزهري، مرجع سابق، ص 100.

3- المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ب- عيب التدليس:

هو استعمال الحيلة والخداع بإيهام الشخص بأمر مغاير للحقيقة على التعاقد، فهو تصرف مغشوش وخادع، والتدليس يقع بكثرة في العقود الإلكترونية نتيجة التنافس الذي يحدث بين الشركات في ترويج منتجاتها، مما يدفع الشخص إلى التعاقد معتقدا أن العقد يخدم مصلحة ولكن على حقيقة الأمر هو على خلاف ذلك¹.

ج- عيب الإكراه:

يصعب تصور الإكراه المادي في عقد البيع عبر الأنترنت لكونها تتم بوسيلة إلكترونية وعن بعد، فلا نستطيع إجبار الشخص على الدخول إلى موقع معين أو فتح بريده الإلكتروني لإرسال رسالة معينة ومع ذلك تصور الإكراه في العقد الإلكتروني في حالة تبعية الاقتصادية، حيث يضطر المتعاقد في إبرام العقد رغم الشروط المجحفة، وخوفا من تهديد مصالحه الاقتصادية².

د- عيب الاستغلال:

الاستغلال هو حالة نفسية لا يعتبر الغبن إلا مظهرا ماديا له، فهو عبارة عن استغلال أحد المتعاقدين لحالة الضعف التي يوجد فيها المتعاقد الآخر للحصول على مزايا لا تقابلها منفعة لهذا الأخير³.

1- وهبان رضا متولي، النظام في العقد الإلكتروني والمسؤولية عن الإعتداءات الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر، مصر، 2008، ص 67.

2- ناصيف إلياس، مرجع سابق، ص 135.

3- نفس المرجع، ص 127.

المطلب الثاني

التبادل الإلكتروني للإرادة في ظل عقد البيع عبر الأنترنت

يشترط القانون لقيام عقد البيع عبر الأنترنت وجود التراضي والذي يعتبر الأساس الذي يقوم عليه العلاقة التعاقدية. فالتراضي هو تطابق الإيجاب والقبول كتعبير عن إرادتي طرف العقد ولهذا يتم تبادل الإيجاب والقبول بأسلوب إلكتروني.

لا يختلف الإيجاب والقبول الإلكترونيين عن الإيجاب والقبول التقليدي إلا من خلال الوسيلة المستخدمة في التعبير عن إرادتهما، وعلى هذا الأساس فإن الإيجاب والقبول يتمان من خلال شبكة المعلومات الدولية التي تتضمن شبكة عالمية للاتصالات، وذلك سواء بطريقة مسموعة أو مسموعة مرئية في أن واحد، أو عن طريق البريد الإلكتروني بإرسال رسالة بيانات إلكترونية وذلك للتعبير عن الإرادة.

إذن يتم التبادل الإلكتروني في عقد البيع عبر الأنترنت بتلاقي إرادتي الإيجاب والقبول، ولهذا سيتم دراسة الإيجاب الإلكتروني (الفرع الأول) ثم القبول الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الإيجاب الإلكتروني

لا يختلف الإيجاب عبر الأنترنت عن الإيجاب التقليدي من حيث المبدأ والذي يدل على التعبير البات والجازم عن الرضا، باعتبار أن الإيجاب هو العرض الصادر عن الموجب فيتلقى مستعملي (الأنترنت) العديد من العروض عن بعد (الإشهار، الإعلان، الدعوى للتعاقد، المرحلة السابقة للتعاقد.

يتم التطرق لمفهوم الإيجاب الإلكتروني (أولاً)، ثم النطاق المكاني لإيجاب الإلكتروني (ثانياً)

أولاً: مفهوم الإيجاب الإلكتروني

يصدر الإيجاب الإلكتروني عن بعد من خلال شبكة عالمية للاتصال، يوجه إلى جمهور عريض من المتعاملين موجودين في أماكن بعيدة، فإن ذلك يثير مسائل قانونية مهمة تتمثل في تعريف الإيجاب الإلكتروني (أ)، صور الإيجاب الإلكتروني (ب).

أ- تعريف الإيجاب الإلكتروني:

يعرف جانب من الفقه الإيجاب في عقد البيع عبر الأنترنت على أنه تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية حيث يتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة¹.

قد يكون المحترف أو المهني عارضا لخدماته وسلعه عبر الموقع الإلكتروني، وذلك بما يحقق مفهوم الإيجاب الموجه للجمهور، يتقدم من خلاله المستهلك ويطلب بالتزود بالسلعة أو الخدمة فيعد قابلاً فينعقد العقد عبر الأنترنت².

وفي تعريف آخر يعرف الإيجاب على أنه: "عرض جازم وكامل للتعاقد وفق لشروط معينة يوجهه شخص إلى شخص معين، أو إلى أشخاص غير معينين بذواتهم أو للكافة أو لا يكون إلا صريحا، وقد يكون باللفظ أو بالكتابة أو بإتخاذ أي موقف آخر لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالة على الإيجاب"³.

1- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 67.

2- فائق حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان، 2010، ص 64.

3- محمد إبراهيم أو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة، عمان، 2017، ص 86.

عرفت المادة 1/11 من القانون الأمم المتحدة النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية اليونيسترال¹ الإيجاب الإلكتروني عن أنه: "في سياق تكوين العقود وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض، وعند استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك العرض".

وهكذا يمكن القول أن مفهوم الإيجاب في عقد البيع عبر الأنترنت لا يخرج عن مفهومه في العقد التقليدي فلا يختلف إلا في الوسيلة التي يتم التعبير بها عن إرادة المتعاقدين².

ب- صور الإيجاب:

يمكن أن يكون الإيجاب في عقد البيع عبر الأنترنت إما عن طريق البريد الإلكتروني، أو عن طريق شبكة الويب.

1- الإيجاب عبر البريد الإلكتروني:

يعد البريد الإلكتروني عنوانا إلكترونيا خاصا بالشخص الذي يستخدمه حيث يتم إرسال واستلام الرسائل المختلفة من العناوين الإلكترونية الأخرى، حيث يتم فيه تعيين الشخص الذي يستخدمه، وكذا الموقع الذي يستخدمه، كالياهو Yahoo، والهوتمايل Hotmail، وجيمال Gmail وغيره، وهي أكثر العناوين استخداما على الشبكة³.

1- القانون الأونسترال النموذجي الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 85، الجمعية العمومية للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1996 وهو يتكون من 17 مادة وينقسم إلى جزئين الجزء الأول تناول مواد التجارة الإلكترونية عموما والجزء الثاني تناول التجارة الإلكترونية في مجالات معينة.

2- دكار راضية، مرجع سابق، ص 14.

3- حوحو يمينية، مرجع سابق، ص 74.

نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المتضمن ضبط الشروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها على البريد الإلكتروني¹ فجاء فيها أن البريد الإلكتروني: "هو تبادل الرسائل الإلكترونية بين المستعملين".

وبهذا يستطيع المستخدم البريد تلقي مختلف العروض على بريده الإلكتروني وفي هذه الحالة يصد الإيجاب عبره ويسمى بالإيجاب من شخص إلى شخص، بحيث يكون المرسل إليه شخص معين بالذات وقد يصدر الإيجاب عبر البريد الإلكتروني إلى أشخاص غير معينين بالذات، أي إلى الجمهور، وذلك قصد استهداف أكبر قدر ممكن من مستخدمي البريد الإلكتروني لتعرض عليهم مختلف السلع والخدمات والتي قد تهمهم، فيقوم الموجب بإرسال الرسائل الإلكترونية إلى صناديق البريد الإلكتروني الخاصة بكل مستخدمين المتمثلة في فئة المستهلكين التي يفترض أنه تحصل عليها بالطريقة القانونية، بحيث يجد المشتري الإلكتروني عند فتحه لبريده الإلكتروني عرض جازم وباتا صادر من قبل الموجب، وهذا ابتداء من هذه اللحظة تبدأ فعالية الإيجاب بحيث يكون للمشتري الحرية المطلقة في القبول أو الرفض².

2- الإيجاب عبر الويب Web:

يتميز هذا النوع من الإيجاب بأنه مستمر على مدار الساعة ويكون موجها إلى الجمهور عامة بالإعلان والإشهار لبيع السلع أو تقديم الخدمات المتوفرة وعادة ما يكون هذا الإيجاب محددا بزمان أو معلقا على شرط عدم نفاذ السلعة، ويكون الإيجاب عبر شبكة الويب معلق على شرط عدم تغيير الأسعار أحيانا أخرى³.

1- مرسوم تنفيذي رقم 98-257 مؤرخ في 25 أوت 1998، المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها، ج.ر.ج. عدد 63، الصادر بتاريخ 26 أوت 1998، معدل ومتمم.

2- راضية دكار، مرجع سابق، ص 15.

3- برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 23.

إن التعبير عن هذه الصورة يكون بقيام صاحب موقع الويب بتسويق أي سلعة أو خدمة عبر صفحات الموقع الإلكتروني فيكون هذا الأخير معروض على جمهور مستخدمي الأنترنت¹.

ثانيا: النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني

إن الإتصال عبر هذا المكان الإجتماعي يتم من أية نقطة في العالم في الحين واللحظة اللتان يرغب فيهما المتعاقدين، وهذا ما أدى إلى إشكالية تحديد مكان إبرام العقد. وتعتبر اتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في عقود التجارة الدولية أن مكان الإيجاب هو موطن مقر عمل الشخص الموجب وإن كان مكان تلقي هذا الإيجاب هو مكان العمل المرسل إليه.

ولتفصيل هذا المكان أورد استثناء يتعلق بتحديد مكان الإيجاب يفرض أن يكون مقر عمل الطرف هو المكان الذي يعينه الطرف ما لم يثبت الطرف الآخر أن ذلك المكان ليس له مقر عمل فيه².

ثالثا: الشروط الخاصة بالإيجاب (البيانات الإلزامية التي يتضمنها الإيجاب في عقد البيع عبر الأنترنت)

يشترط في الإيجاب البيع عبر الأنترنت شروط عامة كما هو الحال في الإيجاب التقليدي³، والذي يجب أن يكون محددا ولا رجع فيه من جانب الموجب بمعنى أن تتجه نية الموجب إلى إبرام عقد بمجرد إقتران القبول به بالإضافة إلى الشروط الخاصة بالإيجاب الإلكتروني الموجه إلى المشتري⁴.

1- قومزيان فطيمة - يمانى علجية، خصوصية عيوب الإرادة في العقد الإلكتروني، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص 35.

2- مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 89.

3- مرجع نفسه، ص 84.

4- سي يوسف زاهية حورية، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل للطباعة، الجزائر، 2010، ص 55.

برجوع إلى القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أن المشرع الجزائري نظم الإيجاب الإلكتروني وذلك في المادة 11 من القانون التجارة الإلكترونية -السالف الذكر- أوجب أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويتضمن المعلومات الدقيقة والواضحة.

ولتحقيق ذلك يجب أن يتضمن المعلومات والبيانات الجوهرية اللازمة والتي سنوضحها كالتالي:

أ- تحديد شخصية الموجب "العارض":

إن تحديد شخصية المورد الإلكتروني "الموجب" أمر يجعل المستهلك الإلكتروني مطمئنا قبل التعاقد¹، وذلك بأن يعلم المستهلك بكافة بياناته بطريقة قاطعة². وهذا ما أكدته المشرع الجزائري، وذلك في المادة 11 فقرة 02-03 القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي أشارت على وجوب تقديم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني وذلك مرفقا بـ: "رقم التعريف الجبائي، العناوين المادية والإلكترونية، رقم هاتف المورد الإلكتروني، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي"³.

ب- وصف المنتج أو الخدمة محل التعامل:

أوجبت المادة 352 من (ق.م.ج) على الموجب وصف المنتج أو الخدمة محل العقد وصفا دقيقا يتحقق بموجبه علم المستهلك بمحل العقد علما كافيا نافيا للجهالة⁴، في حين عرفها المشرع الجزائري تحت تسمية طبيعة وخصائص أسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، فلا بد التفصيل في طبيعة السلعة ومواصفاتها أو خصائصها في حالة توفر السلعة أو الخدمة، من خلال نص المادة 11 الفقرة 4 و5 من القانون رقم 05-18

1- خلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 22.

2- بن سعيد لزهري، مرجع سابق، ص 79.

3- أمر رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

4- أمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، المرجع السابق.

المتعلق بالتجارة الإلكترونية بتضمين العرض التجاري الإلكتروني على أنه: "طبيعة وخصائص وأسعار أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم حالة توفر السلعة أو الخدمة"، وذلك مع مراعاة عدم مخالفة أحكام المادة 3 فقرة 2 من نفس القانون والتي حددت الإطار الذي تمارس فيه هذه التجارة في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، حيث أوردت الفقرة 2 من نفس المادة المعاملات الممنوعة عن طريق الإتصالات الإلكترونية، والمتمثلة في لعب القمار والرهان واليनावيب بيع المشروبات الكحولية والتبغ، بيع وترويج المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية، أو الصناعية أو التجارية وكل سلعة أو خدمة محصورة بموجب التشريع المعمول به... إلخ¹.

ولقد كان هذا التفصيل في وصف المنتج أو الخدمة عنصرا مهما في العرض التجاري من قبل، وضعت إتفاقية "فيينا" معيارا لتحديد الإيجاب تحديدا كافيا حيث أشارت بذلك في الفقرة 01 من المادة 14 منه على أن: "الإيجاب يكون محددا بشكل كاف إذا عينت فيه البضائع محل البيع، وحددت كميتها وثنائها صراحة أو ضمنا إذا كانت ممكنة لتحديد حسب البيانات التي تتضمنها صيغة الإيجاب"².

ج- تحديد ثمن السلعة أو مقابل الخدمة:

يعتبر الثمن من العناصر المهمة التي يتركز عليها المستهلك مقابل حصوله على السلعة أو الخدمة، وقد جاء في التوجيه الأوروبي رقم 97-07 المتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلكين، أين يفرض تلقي المستهلك كل المعلومات في الوقت المناسب قبل إبرام العقد، حيث يتعين على المحترف أن يبين الهدف التجاري من العرض كما إذا كان مجانيا

1- المادة 11 و 03 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق

2- العبودي عباس، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجتها في الإثبات المدني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص 103.

بقصد الدعاية والإعلان أو بمقابل، كما يجب أيضا أن تظهر على الشاشة العرض إجراءات الدفع والتسليم والتنفيذ وميعاد التسليم بحد أقصى 30 يوم¹.

يشترط في الإيجاب الإلكتروني وقت صدوره أن يتضمن تحديد المقابل النقدي - الثمن - لكل منتج أو لكل خدمة وذلك وفقا لمحل هذا الإيجاب².

وفي المقابل نجد المشرع الجزائري قد ألزم المورد الإلكتروني بتضمين العرض التجاري الإلكتروني لأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم بالإضافة إلى طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا³.

د - فترة سريان الإيجاب:

في الواقع أن الحالة التي يقترن فيها الإيجاب بوقت معين هي التي نقصد بها فترة سريان الإيجاب، وتحديدًا هذا الوقت مرهون بإرادة الموجب⁴، وقد نصت المادة 63 ق.م.ج على أنه: "إذا عين أجل للقبول إلترزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى إنقضاء هذا الأجل"⁵.

رابعًا: سقوط الإيجاب

يسقط الإيجاب في حالتين:

الحالة الأولى: رفض الموجب له الإيجاب، قد يكون الرفض صريحًا، وقد يكون الرفض ضمنيًا، فإذا وصل رفض الموجب له الإيجاب إلى علم الموجب إعتبر هذا الإيجاب ساقطًا ولا مجال للموجب له أن يتراجع عن هذا الرفض⁶.

1- خلوي عنان نصيرة، مرجع سابق، ص 26.

2- بن سعيد لزهر، مرجع سابق، ص 80.

3- المادة 11 الفقرتين 04 و 09 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

4- بن سعيد لزهر، مرجع سابق، ص 80.

5- المادة 63 من الأمر رقم 75-58، مرجع سابق.

6- العجاردة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الأنترنت، دار الكتب القانونية، دار شتات، القاهرة، 2010، ص 259.

❖ **الحالة الثانية:** أن تقتضي المدة المحددة للإيجاب، وذلك وفقا لأحكام الفقرة الأولى من المادة 63 ق.م الذي تم التطرق إليه سابقا.

خامسا: الرجوع عن الإيجاب الإلكتروني

إذ لم يقترن الإيجاب بقبول وكان الإيجاب غير محدد المدة فيحق الرجوع عن إيجابه وذلك شروط:

- أن يعلن عن نيته في العدول عن إيجابه.
- أن يقوم بسحب إيجابه من متجره في موقعه الإلكتروني على شبكة الأنترنت
- يجب أن يختفي الإيجاب من الموقع حتى لا يكون متاحا للجمهور بعد سحبه من موقع الموجب، ولو احتفظ بعد ذلك مرود الخدمة بنسخة من الإيجاب لأن السحب يوقف آثار هذا الإيجاب¹.

الفرع الثاني

القبول في عقد البيع عبر الأنترنت

لا يكفي لإبرام العقد وجود الإيجاب وحده فلا بد أن تقابله إرادة عقدية أخرى تتضمن قبولا لهذا الإيجاب، ولهذا يعتبر القبول الإلكتروني تعبير عن إرادة الطرف الآخر، وهو الرد على إيجاب الموجب، والقبول على الإيجاب يجب أن يكون مرتبطا بوجود الإرادة وذلك لإحداث أثر قانوني.

أولا: مفهوم القبول الإلكتروني

إن التعرض لمسألة القبول لا يقتضي بحثه بمعناه التقليدي تفصيلا، إنما نبحث أوجه الخصوصية وذلك في مجال البيئة الإلكترونية.

1- خليف سهيلا، "الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016، ص 22.

أ- تعريف القبول الإلكتروني:

هو التعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب عبر الوسائل الإلكترونية، يعرفه آخرون بأنه: " تعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب، وذلك لإبرام تعاقد يكون بناءاً على البيانات التي تم إرسالها من خلال الإيجاب بالموافقة على محتوياتها دون إحداث تعديل في الإيجاب أي أن يكون مطابقاً تطبقاً تاماً للإيجاب"، كما يعرف بأنه: " تعبير عن إرادة الطرف الآخر الذي تلقى الإيجاب، بحيث يطلقه على الموجب كي يعلمه على الموافقة بالإيجاب، أي الموافقة على عرض الموجب التي تدفع إلى انعقاد العقد"¹.

كما يعرف القبول على أنه: "النية الحاسمة لإبرام العقد بالشروط الواردة بإقتراح النهائي لتكوين التراضي، وهو تعبير إرادي يتضمن الموافقة على إبرام العقد بناءاً على إيجاب سابق"².

ولقد عرف الفقه القبول الإلكتروني بأنه: "كل إتصال عن بعد يتضمن توافق تاماً مع كل العناصر المشترطة في الإيجاب والتي وضعها الموجب، بحيث ينقذ العقد بمجرد حصول هذا الاتصال عند القابل" ويعرف أيضاً: "كل تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد بواسطة شبكة دولية للاتصالات على أن يتضمن هذا التعبير توافقاً وتطابقاً تاماً مع كل العناصر التي يتضمنها الإيجاب الصادر عبر الشبكة الدولية للاتصالات، حيث ينقذ العقد عند حصول هذا التطبيق"³.

يعتبر القبول هو العنصر الثاني في العقد، ولكي ينتج القبول أثراً في انعقاد العقد لابد أن يتطابق تماماً مع الإيجاب في كل جوانبه، وإلا فإن العقد لا ينقذ فإذا اختلف القبول عن

1- مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الإلكترونية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 122.

2- كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص 430.

3- دودين بشار محمود، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الأنترنت، دار الثقافة، لبنان، 2006، ص 136.

الإيجاب اعتبر إيجابا جديدا، وليس قبولا إلا في حالة الإتفاق الجزئي، والذي نصت عليه المادة 68 من ت. م والذي يكون منشأ للعقد إذا توافرت شروطه¹.

وللإشارة فإن التقنين المدني لم يتضمن نصا يعرف القبول تاركا ذلك للفقه، والقابل في العقود الإلكترونية هو المتعاقد الذي طلب المنتج على شبكة الأنترنت من خلال الموقع الإلكتروني للموجب².

وقد يكون التعبير عن القبول طبقا للقواعد العامة صريحا أو ضمنيا، وذلك وفقا لنص المادة 60 ق.م.ج³.

من خلال التعريفات السابقة يتضح أن القبول الإلكتروني لا يختلف عن القبول التقليدي سوى في الوسائل الإلكترونية من خلال شبكة الأنترنت، وهي الخاصية التي يمتاز بها غيره⁴، ومن ذلك يمكن القول بأن القبول الإلكتروني هو صدور الإرادة الباتة والجازمة من طرف الموجه إليه الإيجاب، فهو قبول عن بعد عبر الأنترنت يكون مطابقا للإيجاب الإلكتروني⁵.

1- حيث تنص المادة 68 ق.م.ج على ما يلي: "إذا كانت طبيعة المعاملة أو العرف التجاري ا غير ذلك من الظروف تدل على ان الموجب لم يكن ينتظر تصريحاً للقبول فإن العقد يعتبر عقد تم إذ لم يرفض الإيجاب في وقت مناسب، ويعتبر السكوت في الرد قبولا إذا اتصل الإيجاب بتعامل سابق بين المتعاقدين أو إذا كان الإيجاب مصلحة من وجه إليه"

2- الطيطي خضر مصباح، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار حامد، عمان، 2008، ص 352.

3- المادة 60 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

4- صبايحي فوزية، تحديد لحظة إنعقاد العقد الإلكتروني في القانون المقارن والقانون الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، العدد 18، جوان 2017، ص 274.

5- طلال ياسين العيسى، العقد الإلكتروني والقانون الواجب التطبيق عليه، عمان، 2007، ص ص 66-67.

ب- صور القبول في عقد البيع عبر الأنترنت:

إن القبول في عقد البيع عبر الأنترنت والذي يبرم بالوسائل الإلكترونية يتم بنفس طرق التعبير عن الإرادة المذكورة سابقا وذلك:

1-القبول عن طريق البريد الإلكتروني: (Email): في هذه الصورة يمكن للموجب إليه أن

يستخدم البريد الإلكتروني في إرسال موافقته على الإيجاب في صورة رسالة إلكترونية إلى عنوان البريد الإلكتروني الذي وصله بنفس الوسيلة، حيث يتم إبلاغه فيها بموافقة على قبول التعاقد، ويكون ذلك وفقا للشروط السابقة في الإيجاب، وبالتالي يتم نقل الإرادة والكتابة بالطرق الإلكترونية وعن طريق البريد الإلكتروني الذي يمتاز بالسرعة في النقل، وليس هناك أي شك في أن إرسال هذه الرسالة يعد قبولا صريحا للإيجاب¹.

2-القبول الإلكتروني عبر الويب Web: يتم القبول عبر الشبكة المواقع أو الويب Web

عن طريق الضغط على الأيقونة التي تحمل عبارة الموافقة، ثم يقوم القابل بالتأكيد قبوله، ويكون ذلك عن طريق الضغط مرتين على أيقونة القبول لكي ينتج أثره القانوني².

3-القبول من خلال تقنيات المحادثة والمشاهدة:

يتم القبول من خلال تقنية الويب web خلال مرحلتين:

أ- مرحلة المراجعة:

إن الرد بالقبول من طرف من وجه إليه الإيجاب الضغط على الأيقونة القبول لمرة واحدة كافي للتعبير عن الإرادة ولانعقاد العقد، إلا أنه يثير إشكالا إذا ما تم هذا القبول عن طريق ما يسمى بأخطاء اليد، أي أنه حدث سهوا، لهذه الحالة ولتجنب الاحتمال الخاطئ في التعاقد نجد اغلب المواقع قد كرست عدد من الإجراءات سبق وصول القبول للموجب، وذلك لتأكد من صحة البيانات المرسلّة من خلال الضغط عدة مرات على كل مرحلة³.

1- حامدي بلقاسم، مرجع سابق، ص 45.

2- قويدر محمد السعيد بوخلفي، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص 39.

3- حكيم يامنة، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019، ص 39.

وما يلاحظ أن بمجرد الضغط على الأيقونة مرة واحدة لا يترتب أي أثر قانوني يمكن أنها لا تعد قبولا من قبل المشتري، وبالتالي لا يمكن اعتباره تعبير عن إرادته ولا يؤدي إلى إنعقاد العقد، وإنما هي بمثابة مرحلة وقائية وضعها المشرع الفرنسي، وذلك لحماية رضا المشتري من نتائج التسرع والآلية والبعد التي يتميز بها العقد عبر الأنترنت.

ب- مرحلة تأكيد

يتضح أنه خلال مرحلة النقر على الأيقونة الثانية تشمل تأكيد الطلب من قبل المشتري، حيث يتضمن تأكيد هذا الطلب كل البيانات التعاقدية التي يكون المشتري قد قام بمراجعتها، وذلك في مرحلة الفقرة الأولى، والتي يكون البائع عبر الشبكة قد أعلمه بها، حيث يكون تأكيد الطلب من قبل المشتري قد تم عندما يتمكن الأطراف من الإطلاع عليها، بحيث يتم تأكيد الطلب من قبل المشتري بواسطة الكتابة الإلكترونية¹.

كما أن النقر على الأيقونة الثانية تعد تعبير عن إرادة المشتري في قبول العقد، وبذلك ينتج أثره القانونية المتمثلة في قيام العقد بين الطرفين وذلك ابتداء من هذه اللحظة².

ت- الإشعار بالاستلام:

يتعين على البائع أن يرسل إلى المشتري تأكيد الطلب هذا الأخير وذلك برسالة مضمنة وبوسيلة إلكترونية ويكون ذلك عبر الإشعار بالاستلام، والذي بأنه تسلم تأكيد الطلب الذي تلقاه منه، والذي يشمل كل عناصر الأساسية الخاصة بعقد البيع عبر الأنترنت التي تتمثل أساسا في البيانات الرئيسية التي أدت إلى تكوين، حيث يكون المشتري قد تحقق منها في مرحلة ما قبل تكوين العقد إلى مرحلة النقرة الأولى أو المرحلة النهائية والمتمثلة في الفقرة الثانية التي يكون بها العقد³.

1- ناصيف إلياس، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006، ص 65.

2- حوحو يمينة، مرجع سابق، ص 94.

3- دكار راضية، مرجع سابق، ص 20.

ثانيا: مدى صلاحية السكوت للتعبير عن القبول عبر الأنترنت

يعتبر حالة في الرد قبولا بالشرط إذا اتصل الإيجاب بالتعامل السابق بين المتعاملين مثلا: اعتياد الزبون على شراء بعض السلع من احد المتاجر أو عن طريق البريد الإلكتروني، والشرط الثاني إذا كان الإيجاب لمصلحة من وجه إليه الذي يتضمن عمل من أعمال التبرع دون أي إلتزام على عاتق من وجه إليه الإيجاب¹.

وهذا ما أشارت إليه المادة 02/68 ق.م.ج على أنه: "يعتبر السكوت في الرد قبولا إذا اتصل الإيجاب متعامل سابق بين المتعاملين يحدث في حالة التوصل من خلال تقنيات (site web) و(email) دون (web)، أو إذا كان الإيجاب لمصلحة من وجه إليه"².

1- قويدر محمد السعيد بوخليفة، مرجع سابق، ص 44.

2- المادة 68 فقرة 02 من الأمر 58-75، مرجع سابق.

الفصل الثاني

آثار عقد البيع عبر الأنترنت

وفقا للقانون رقم 18-05

بعد استقاء عقد البيع عبر الأنترنت كل شكليات لإبرامه، تأتي مرحلة الانتقال لتنفيذ عقد البيع عبر الأنترنت الذي يعتبر كغيره من العقود الأخرى بحيث يترتب التزامات على عاتق المتعاقدين.

بعد التقاء الإيجاب والقبول تطابق إرادة طرفي لإنشاء أثر قانوني وإحداث هذا الأخير يستلزم العديد من الشكليات لإبرام عقد البيع عبر الأنترنت، ومع التطور التقني في وسائل الاتصال الحديثة لإبرام العقد عبر شبكة الأنترنت أدى ظهور نوع جديد من الكتابة والتوقيع اللذان يتميزان بطابق الإلكتروني.

يتم التطرق إلى التزامات طرفي عقد البيع عبر الأنترنت وفقا للقانون رقم 18-05 (المبحث الأول)، ثم إثباته (المبحث الثاني).

المبحث الأول

التزامات طرفي عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18

تعد مرحلة تنفيذ عقد البيع عبر الأنترنت مرحلة حاسمة بشأن إنجاز الإلتزامات التعاقدية بين الأطراف سواء من حيث تسليم المبيع أو من حيث الدفع عبر الأنترنت.

يتم دراسة التزامات البائع في ظل القانون رقم 05-18 (المطلب الأول)، ثم التزامات المشتري في ظل القانون رقم 05-18 (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التزامات البائع في ظل القانون رقم 05-18

بعد إبرام المعاملات التجارية الإلكترونية عند إقتران الإيجاب بالقبول وهذا ما يترتب عنه التزامات في حق طرفي عقد البيع عبر الأنترنت.

يتم تناول الإلتزام بالإعلان الإلكتروني (الفرع الأول)، ثم الإلتزام بالإعلام الإلكتروني (الفرع الثاني)، ثم الإلتزام بالعدول (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الإلتزام بالإعلان الإلكتروني

يعد استخدام الإعلان الإلكتروني من أهم وأفضل الطرق التي تستخدمها الشركات لتنفيذ خطتها التسويقية، فيستخدم الإعلان الإلكتروني كوسيلة ترويجية لمختلف السلع والخدمات.

وعليه سوف نتطرق لتعريف الإلتزام بالإعلان الإلكتروني (أولا)، وكذا شروطه (ثانيا).

أولاً: تعريف الإلتزام بالإعلان الإلكتروني

سنتطرق إلى تعريف الإلتزام بالإعلان من الناحية الفقهية (أ)، ومن الناحية القانونية

(ب)

أ- تعريف الفقهي للإلتزام بالإعلان الإلكتروني:

يختلف الفقه في تعريف الإعلان الإلكتروني، عرفه جانب من الفقه بأنه: "إخبار أو إعلام تجاري أو مهني القصد من التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وإمتداد المحاسن بهدف خلق إنطباع جديد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه الخدمة"¹.

كما يعرف الإعلان كذلك بأنه: " معلومات تجارية صناعية أو مهنية موجهة للإعلام والتعريف بعلامة أو منتج وذلك بتضخيم في الجودة بغرض خلق صورة أو بيع ويكون الإعلان طابع مديحي عندما يكون هدفه أو يعلن عن علامة ما أو منتج وقد يكون إعلاما إذا كان مرتبطا إرتباطا وثيقا بإنتاج يكون له أن يعلن بصفاته وكمياته والتمن، ويكون من ثمة تحريضا، إذ أنه في الغالب يكون هدفه العمل على البيع"².

ب- التعريف التشريعي للإلتزام بالإعلان الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري الإعلان الإلكتروني طبقا للقانون رقم 04-02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث عرفت المادة 03 الإشهار بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة"³.

1- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 67.

2- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2016، ص 156.

3- المادة 03 من القانون رقم 04-02، مرجع سابق.

كما عرفه في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك بمصطلح الإدعاء بأنه: " كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه أو خصائصه الغذائية عنه لاقتضاء حجيته وطبيعته وتحويله ومكوناته أو خاصية أخرى"¹.

أما في قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني من خلال المادة 06 الفقرة 06 على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الإتصال الإلكتروني"².

ثانيا: شروط الإعلان الإلكتروني

وهي منصوص عليها في المواد 30، 31، 32، 33 و 34 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وهي:

- أن تكون الرسالة التجارية الإشهارية محددة بوضوح.
- أن لا تمس بالأداب العامة والنظام العامة.
- تحديد وتوضيح الغرض التجاري من حيث التخفيضات والهدايا والمكافآت إذا كان العرض تنافسيا.
- أن لا تكون شروط العرض مضللة أو غامضة.
- يمنع الاستبيان المباشر على إرسال الرسائل الإلكترونية أو إتصال معلومات شخص طبعي لم يبدي موافقته المسبقة.
- أن تكون للمورد الإلكتروني منظومة إلكترونية تساعد الأشخاص للتعبير عن رغبتهم في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الإتصالات الإلكترونية ودون أي مبرر أو

1- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ج.ج، عدد 58 صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

2- المادة 06 فقرة 06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

مصاريف وفي هذه الحالة يلزم المورد الإلكتروني بتسليم وصل إستلام عن طريق الإتصالات الإلكترونية ليؤكد للشخص المعنوي أنه قد تم تسجيل طلبه ولم يتخذ التدابير اللازمة لتلبية رغبته في مدة 24 ساعة¹.

وفي حالة نزاع ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن أرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة الحرة، وأن شروط المادة 30 من نفس القانون قد تم استيفاءها، إن قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية تقوم على ثلاث قواعد أساسية نتطرق إليها في الآتي:

أ- وضوح الإعلان الإلكتروني:

يشترط في الإعلان الإلكتروني أن يكون واضحا غير مبهم وغامضا، وتتحقق ذلك عندما يتضمن البيانات والمعلومات الوافية والكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة فمن المهم أن يتم تبليغ المستهلك بطريقة واضحة المستويات المعروضة حتى لا يكون ضحية الإعلان المضلل الغامض وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-378: "يجب أن لا تكون الإدعاءات على الوسم وعرض المواد الغذائية الموضوعة خير الاستهلاك غير صحيحة أو غامضة أو مضللة"².

ب- ألا يكون الإعلان كاذبا أو مضللا:

على المورد الإلكتروني أن يوجد إعلانا سليما لتحقيق غايات غير مشروعة باستعمال الغش والخداع من أجل دفع المستهلك إلى التعاقد ولم يتطرق المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية إلى تحديد الإشهار المضلل إلا في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك في المادة 36 والتي نصت على: "يجب

1- المواد 30، 31، 32، 33، و34 من القانون رقم 05-18، مرجع سابق.

2- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مرجع سابق.

أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مظلة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير إنطبعا خاطئا بخصوص نوعه، بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك¹.

ج- منع نشر إعلان لمنتوج أو خدمة ممنوعة:

منعت المادة 34 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتوج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع المعمول به².

وبالرجوع إلى المادة 03 الفقرة 03 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، منعت بعض المعاملات التجارية كالمشروبات الكحولية والتبغ، المواد الصيدلانية، وكذا المادة 05 من نفس القانون منعت التعامل بالعتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة أو التي تمس بالنظام الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي³.

كما منعت أيضا بموجب المادة 31 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الاستبيان المباشر على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي، لم يبدي موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني⁴.

الفرع الثاني

الإلتزام بالإعلام الإلكتروني

نص المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على حق المستهلك في الإعلام وهذا عندما أفرد له فصل خاص (الفصل الخامس) تحت عنوان إلزامية إعلام

1- المادة 36 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك

2- المادة 34 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

3- المادة 3 و 5 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع نفسه.

4- المادة 31 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع نفسه.

المستهلك كما كرس هذا الإلتزام بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وقام بتنظيم، بوضع إطار خاص له، وهذا من خلال التطرق إلى التعريف للإلتزام بالإعلام (أولا) وكذا كيفية الإلتزام بالإعلام (ثانيا).

أولا: تعريف الإلتزام بالإعلام

القي على عاتق البائع المحترف المتخصص بالإلتزام يتمثل في إعلام المستهلك بكل البيانات المتعلقة بالمنتج، وهذا مرتبط بحماية المستهلك، فقد أصبح الإلتزام بالإعلام من أهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك.

مما سبق سنتطرق إلى تعريف الإلتزام بالإعلام من الناحية الفقهية (أ) ومن الناحية القانونية (ب).

أ- التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام الإلكتروني:

يعتبر الإلتزام بالإعلام الواجب الضمني الذي أوجده القضاء والذي بمقتضاه يلتزم الطرف الأكثر خبرة، والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد.

ذهب جانب من الفقه إلى تعريف الإلتزام بالإعلام بأنه: "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما، أو عنصر ما من عناصر التعاقد الملزم إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد"¹.

ب- من الناحية القانونية:

نصت المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي

1- زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 117.

يضعه المستهلك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة...¹.

استنادا إلى القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المادتين 08 و 04 على ما يلي:

بحيث نصت المادة 04 على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع"².

أما المادة 08 من نفس القانون فتتص على أنه: "يتولى البائع وجوبا قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة والمتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"³.

هذا ونصت المادة 12 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه: "تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاثة مراحل إلزامية:

- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكترونية، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودرارية تامة.

- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد..."⁴.

1- المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

2- المادة 04 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

3- المادة 08 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع نفسه.

4 المادة 12 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ثانيا: كيفية الالتزام بالإعلام الإلكتروني

يكون الإعلام عن طريق وسم المنتجات (أ) وإعلام المستهلك بشروط البيع (ب)

أ- الإعلام عن طريق وسم المنتجات:

1-تعريف الوسم:

عرفت المادة 02 فقرة 06 من القانون رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأن: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصورة والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يوافق منتوجا ما أو خدمة يرتبط بهما"¹.

فرض المشرع الجزائري الوسم لأغراض إعلام المستهلك بشأن بعض المنتجات، حيث نصت المادة 05 من المرسوم رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها بأنه: "يجب أن تكون بيانات الوسم مرئية وسهلة القراءة ومتعذر محوها ومكتوبة باللغة الوطنية، وبلغة أخرى على سبيل الإضافة" والمادة 02 فقرة 03 نصت بأنه: "ينبغي أن يفهم بمفهوم هذا المرسوم الوسم" البيانات أو الإرشادات أو علامات المصنع أو التجارة أو صور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها"².

حيث يتحقق إعلام المستهلك بنسبة للسلع غير الجاهزة للتعبئة عن طريق التعريف بها بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة أو ما شابه ذلك، أما السلع الجاهزة للتعبئة فيتم إعلام المستهلك عن طريق بطاقة تكون ضمن تعريف ذاته.

1- المادة 02 فقرة 06 من القانون رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر.ج.ج، عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

2- أهمية الوسم:

نستنتج من خلال المادتين 17 و 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أن للوسم أهميتين هما¹:

- **الأهمية الإعلامية:** يحقق الوسم العلم للمستهلك من خلال العناصر التي يتضمنها بان يحتوي على كافة المعلومات اللازمة والخاصة بالمنتج أو الخدمة، مما يسمح للمستهلك بأن يتخذ قراره بشأن اقتناء المنتج أو المواصفات والأشكال فيسهل له التفرقة بين السلع كما أنه يقلل من عنصر المخاطرة عند تحديد السلعة التي يرغب في شرائها².

نصت المادة 05 فقرة 01 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى وقد اشترطت الفقرة الثانية من نفس المادة لتحقيق الإعلام بالأسعار توفر شرطين: أن تكون الأسعار مرئية وأن تكون مقروءة"³.

استخلاصا من المادتين يجب أن: "توضع الأسعار والتعريفات بطريقة يمكن للمستهلك رؤيتها بوضوح، وإذا لم يتحقق ذلك اعتبر البائع لم ينفذ إلتزامه بالإعلام بالإضافة أن يكون السعر مقروء"⁴.

بالإضافة إلى نص المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنه: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن على الأقل وليس على سبيل الحصر..."⁵.

1- المادتين 17-18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمت الغش، مرجع سابق.

2- ملوك مصطفى، متشيم دليلة، الضمانات والآليات القانونية لحماية المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة الماستر، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2016، ص 42.

3- المادة 05 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

4- المادة 11 من القانون رقم 18-05، مرجع سابق.

5- طحطاح علاء، إلتزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2014، ص 23.

- **الأهمية الأمنية:** يعتبر الوسم وسيلة يستعملها المتدخل للفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتج، ويتميز عادة بشكله الواضح وكتابته بلون يختلف عن كتابة ولون الوسم الإعلامي يستعمل فيه عبارات ورموز تؤدي المعنى المقصود مثل "مضر بصحة" "منوع تناوله"¹.

وهذا ما نصت عليه المادة 78 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "يعاقب بغرامة من مئة ألف دينار (1000.00 دج) إلى مليون دينار (10000.00 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليه في المادتين 17 و18 من هذا القانون"².

بالإضافة إلى نص المادة 88 فقرة 08 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "يعاقب على عدم وسم المنتج بأربعمئة دينار"³.

ب- إعلام المستهلك بشروط البيع:

إضافة إلى وجوب إعلام المحترف عن طريق وسم المنتجات يتولى إضافة إلى إعلامه بالشروط العامة للبيع، بالرجوع إلى المادة 04 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"⁴، ونص كذلك في المادة رقم 08 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بمعلومات النزاهة والصادقة المتعلقة بسميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس..."⁵.

1- ملوك مصطفى، متشيم دليّة، مرجع سابق، ص 42

2- المادة 78 من القانون رقم 03-09، مرجع سابق.

3- المادة 88 فقرة 08 من القانون رقم 03-09، مرجع نفسه.

4- المادة 04 من القانون رقم 02-04، مرجع سابق.

5- المادة 08 من القانون رقم 02-04، مرجع نفسه.

ومن الشروط الممنوعة بموجب القانون رقم 04-02 نجدها في المادتين 16 و 17 التي "منحت أن يكون البيع أو عرض بيع لسلع وكذلك أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا بمكافئة مجانية من سلع الخدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة، وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية، كما يمنع أيضا اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراك البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات، وكذلك اشتراط تأدية بخدمة أخرى أو بشراء سلعة"¹.

أقر المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة لممارسات التجارية العقوبات المقررة للبائع في حالة مخالفته بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وعدم الإعلام بشروط البيع في المادتين 31 و 32 حيث نصت المادة 31 بأنه: "يعتبر عدم الإعلام بالإشعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 04، 06 و 07 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000دج) إلى مائة ألف دينار (100.000دج)"².

ونصت المادة 32 بأنه : "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 08 و 09 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من عشرة ألف دينار جزائري (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار جزائري (100.000 دج)"³.

الفرع الثالث

الالتزام بالعدول الإلكتروني

تتميز العلاقة التعاقدية في عقد البيع عبر الأنترنت بعدم التوازن حيث يمكن للمحترف الإلكتروني أن يستغل خبراته ومعارفه في تضليل وخداع وغش المستهلك الإلكتروني الذي

1- المادة 16 و 17 من القانون 04-02، مرجع سابق.

2- المادة 31 من القانون رقم 04-02، مرجع نفسه.

3- المادة 32 من القانون رقم 04-02، مرجع نفسه.

يقوم باقتناء المنتج من دون الإدراك الفعلي لخصائصه وتفاصيل استعماله، غير أنه غالبا ما يقع ضحية تضليل واستغلال.

الأمر الذي استدعى تدخل المشرع الجزائري من أجل تنظيم حماية المستهلك الاحترفي من خلال منحه الحق في العدول، ومن هنا سنتطرق إلى تحديد مفهوم الحق في العدول (أولا)، وكذا آثار ممارسة الحق في العدول (ثانيا).

أولا: مفهوم إلتزام في العدول

يتم الحق في العدول من الناحية الفقهية (أ) ثم من الناحية التشريعية (ب).

أ- التعريف الفقهي إلتزام في العدول:

يعرف الحق في العدول على أنه: "الإعلان عن إرادة مضادة، يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها واعتبارها كأن لم تكن، وذلك بهدف تجريدها من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل"¹.

كما عرفه جانب آخر من الفقه بأنه: "ميزة أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد أن أبرم العقد صحيحا أو قبل إبرامه دون أن تترتب على ذلك مسؤولية المستهلك في التعويض المتعاقد الآخر كما يصيب من أضرار بسبب الرجوع"².

ب- التعريف التشريعي إلتزام في العدول:

نظم المشرع الجزائري حق المستهلك في العدول في المادة 22 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل

1- غدوشي نعيمة، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 75.

2- سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، المجلد 7، العدد 2، 2018، ص ص 13-14.

التسليم، يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه (04) أيام ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة التعويض عن الضرر".

وفي هذه الحالة يجب على كل مورد إلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج¹.

كما أن المادة 14 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تنص على أنه:

- يترتب على عدم احترام الموردين الإلكترونيين شروط العرض التجاري الإلكتروني لسلعهم وخدماتهم، وكذلك عدم احترامهم أي الموردين للمعلومات التي يتضمنها العقد المنصوص عليها في المادة 13 من القانون 05-18، المسبق ذكره تخول للمستهلك الإلكتروني الحق في أن يبطل العقد وبالإضافة إلى حقه في طلب التعويض عن الأضرار التي لحقه².

ثانيا: آثار ممارسة التزام في العدول.

يترتب آثار ممارسة الحق في العدول عبر الأنترنت على كل من المحترف الإلكتروني (أ) والمستهلك الإلكتروني (ب).

أ- آثار العدول بالنسبة للمحترف الإلكتروني:

يتجسد الالتزام في العدول الاعتراف برد ثمن المنتج الذي سبق دفعه من قبل المستهلك وذلك خلال مدة قصيرة يتم تحديدها قانونا، حيث يجب على المحترف رد الثمن خلال مدة معينة في ممارسة هذا الحق.

1- المادة 22 من القانون رقم 05-18، مرجع سابق.

2- المادة 14 من القانون رقم 05-18، المرجع نفسه.

كما أنه لا يكفي إلتزام المحترف برد ثمن المنتج في حالة عدول المستهلك وتحديد أجل لتنفيذ إلتزامه، وإنما لا بد من فرض جزاء عند الإخلال بتنفيذ هذا الإلتزام¹، وفي حالة ما انقضت المدة ولم يقم المحترف بإرجاع الثمن، فإن كل يوم تأخير يصاحبه فوائد لصالح المستهلك ويشكل مخالفة في مواجهة البائع².

ب- آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني:

إن ممارسة المستهلك لحق العدول، هو إعادته إلى الحالة التي كان عليها قبل إبرام العقد، ويجب أن يرد السلعة إلى صاحبها بنفس الحالة التي كان عليها وقت تسلمه إياها، لكن يمكن للمستهلك أن يستبعد نقض العقد باستعمال خيار آخر وهو المطالبة باستبدال السلعة المباعة بأخرى مطابقة³.

المطلب الثاني

إلتزامات المشتري عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18

فرض التطور الكبير الذي عرفته شبكة الأنترنت تطورا مقابلا في وسائل الدفع لسداد ثمن السلع أو الخدمات التي يتم التعاقد عليها عن بعد، وتتم عملية الدفع من خلال هذه الوسائل المبتكرة طبقا لما يدعى "بالدفع الإلكتروني"⁴، وتم هذا الدفع وفقا لنص المادة (27) من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إما عند تسليم المنتج أو عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به⁵.

1- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 376-377.

2- أحمد أمين نان، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2017، ص30.

3- سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص23.

4- دكار راضية، مرجع سابق، ص 22.

5- المادة 27 من القانون رقم 05-18، مرجع سابق.

ولبيان المقصود بالدفع الإلكتروني يستوجب لنا التعرض إلى تعريفه وشروطه (الفرع الأول) وكذا بيان الدفع عند التسليم ووسائل الدفع (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المقصود بالدفع والشروط الواجب توفرها في منصات الدفع الإلكتروني

يتم التطرق إلى المقصود بالدفع الإلكتروني (أولا)، والشروط الواجب توافرها في منصات الدفع الإلكتروني (ثانيا).

أولا: المقصود بالدفع الإلكتروني

يتمثل الدفع في: "الوفاء بالالتزامات المالية إلى الطرف الآخر في العقد بإحدى الوسائل الإلكترونية سواء كانت أوراق تجارية أو نقود إلكترونية أو بطاقات إئتمان أو أي وسيلة إلكترونية يتم الوفاء من خلال التعاقدات التي تبرم عبر الأنترنت"¹.

كما يعرف الدفع الإلكتروني هو "التزام بالوفاء يقع على عاتق المستهلك وهذا الدفع الإلكتروني يتمثل في ذلك المبلغ من النقود الذي يلتزم به المشتري بدفعه للبائع مقابل حصول هذا الأخير على المبيع"².

يعرف أيضا على أنه: "قيام المدين بالوفاء دينه عن طريق استخدام أحد وسائل الوفاء الإلكترونية الحديثة، ويترتب عليه إبرام ذمته تجاه دائنه في العملية التجارية الإلكترونية"³، وقد نص المشرع الجزائري في بداية الأمر على الدفع الإلكتروني من خلال قانون النقد والعرض رقم 90-10 الملغى بموجب الأمر رقم 03-11 بشكل ضمني من خلال المادتين 66 و 69 من الأمر رقم 03-11، وقد نصت المادة 66 على أن: "تتضمن

1- المطالقة محمد فوز، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان، ص 40.

2- عيساوي سهيلة، مرجع سابق، ص 43.

3- جباري عبد الحكيم، مرجع سابق، ص 44.

العمليات المصرفية تلقي الأموال من الجمهور وعمليات القرض وكذا وضع وسائل الدفع تحت تصرف الزبائن وإدارة هذه الوسائل".

كما نصت المادة 69 على أنه: "تعتبر كل وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب الشيء المستهلك"¹

بالعودة إلى التعديل الأخير في القانون رقم 05-02 المتعلق بالقانون التجاري الجزائري فقد تضمن في الباب الرابع منه بعنوان "بعض وسائل وطرق الدفع" حيث جاء في الفصل الثالث بعنوان "بطاقات السحب والدفع" الإشارة إلى بطاقات السحب والدفع في المواد 23/543، 24/543 وعدا هذه المواد لا يوجد نص تشريعي ينظم هذا الأسلوب من الدفع أي الدفع الإلكتروني².

يختلف نظام الدفع الإلكتروني عن نظام الدفع التقليدي، في أن الأول يعتمد على استخدام تقنيات الإتصال الحديثة، والثاني يتركز على العنصر البشري في إتمام عمليات الدفع كما يختلفان في طبيعة وسائل الدفع.

ثانيا: الشروط الواجب توافرها في منصات الدفع الإلكتروني

وفقا لنص المادة 28-29 من القانون رقم 05-18 يجب أن تتوفر منصات ومحطات الدفع الإلكتروني الخاصة بالمورد الإلكتروني بالإضافة إلى أنظمة أخرى لتأمين الدفع الإلكتروني.

أ- تأمين منصات الدفع في القانون 05-18: ويكون ذلك حسب ما يلي:

- أن يكون موقع الأنترنت الخاص بالمورد الإلكتروني مؤمنا بواسطة نظام تصديق إلكتروني.

1- المادتين 66، 69 من الأمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، ج.ر.ج.ج، عدد 52، الصادر في 27 أوت 2003، المعدل والمتمم.

2- المواد 23/543 و 24/543 من القانون رقم 05-02، مؤرخ في 06 فبراير 2005، المتضمن القانون التجاري، ج.ر.ج.ج، عدد 11، الصادر في 9 فبراير 2005، يعدل ويتمم.

- أن تخضع منصات الدفع الإلكتروني لرقابة بنك الجزائر لضمان سرية وأمن وسلامة البيانات وتبادلها.

- لإعطاء إستجابة لمتطلبات التشغيل البيئي¹.

إن القانون رقم 05-18 لم يحدد ويفصل في التقنيات التي تؤمن الدفع الإلكتروني، وسوف نذكر أهم أنظمة تأمين الدفع الإلكتروني.

ب- تأمين الدفع الإلكتروني:

أصبحت سرية وأمن البيانات من القضايا المهمة والضرورية لنجاح التجارة الإلكترونية ومن أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لتأمين التعاملات المالية عبر الأنترنت هي:

- **تقنية طبقة الفتحات الأمانة SSL:** وهو برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الأنترنت بطريقة أمانة لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل والمستقبل².

- **الحركات المالية الأمانة:** ويسند إلى التشفير والتوقيعات الرقمية ويستخدم برمجيات المحفظة الإلكترونية التي تحتوي على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له.

التشفير: يعرف بأنه تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة دون معنى لمنع الأشخاص الغير مرخص لهم من الإطلاع على المعلومات، ويتم فك التشفير بإعادة تحويل البيانات إلى صيغتها الأصلية باستخدام المفتاح المناسب لفك الشفرة³.

1- المادتين 28، 29 من القانون رقم 05-18، مرجع سابق.

2- **بختي ابراهيم**، دور الأنترنت وتطبيقاتها في تسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم النشر، جامعة الجزائر، د.س.ن، ص76.

3- نفس المرجع، ص 77.

- البصمة الإلكترونية: وهي مشتقة وفق خوارزميات معينة تدعى بإقترانات التمويه وتقوم هذه الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (رسالة صغيرة) تمثل ملف كامل أو رسالة كبيرة¹.
- التوقيع الرقمي: وهو يعطى لتحويل المعلومات أكثر أمانا وسرية فهو بمثابة ختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الأنترنت وهو للتأكيد أن الرسالة جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير².

الفرع الثاني

الدفع في ظل عقد البيع الأنترنت

يتم دراسة الدفع عند التسليم (أولا)، والدفع عن بعد عبر وسائل الدفع الإلكترونية (ثانيا).

أولا: الدفع عند التسليم:

أشارت المادة 27 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى إمكانية الدفع عند تسليم المنتج، وهذه إشارة إلى الطرق التقليدية للدفع المعمول بها في التعاملات التجارية العادية.

ثانيا: الدفع عن بعد عبر وسائل الدفع الإلكترونية:

إن القانون رقم 05-18 لم يفصل في تحديد أنظمة الدفع ووسائل الدفع الإلكترونية، وإنما ذكر عبارة عامة أن الدفع عن بعد يكون عبر الإتصالات الحديثة من خلال منصات لهذا الغرض، ووضع شروط يجب أن تتوفر في هذه المنصات المخصصة للدفع وأهم أنظمة الدفع المعروفة في بعض الدول الأجنبية ذكرناها في الفصل الأول، كما أن القانون رقم

1- مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دار رسلان للنشر، دمشق، سوريا، 2010، ص 190.

2- صراع كريمة، كربالي بغداد، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية،

مجلد 12، عدد 01، 2019، ص 213

05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أجاز أن يكون الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية عند تسليم المنتج وهي إشارة إلى أن طريقة الدفع التقليدية يمكن اعتمادها في المعاملات التجارية الإلكترونية¹.

المبحث الثاني

إثبات عقد البيع عبر الأنترنت وفقا للقانون رقم 05-18

أتاح التطور التقني في وسائل الاتصال الحديثة، ظهور نوع جديد من الكتابة والتوقيع اللذان يتسمان بالطابع الإلكتروني، وهو ما فرض إعادة النظر في المبادئ التقليدية إبرام العقد وإثباته، والتي تعتمد على الدعامة الورقية والتوقيع الخطي.

في حين أن التطور الحالي لوسائل الاتصال فرض نوعا جديدا من الدعامة هي الكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، لذلك تصدر شهادة تصديق إلكترونية تؤكد سلامة التصرف القانوني، يتم الاعتماد عليها في تنفيذ المعاملات عبر الأنترنت، فحتى يتم الاعتراف بالعقد عبر الأنترنت كعقد يرتب كامل آثاره في البيئة الإلكترونية، وجب أن تتوافر فيه شروط تماثل لشرط المحرر التقليدي بأن يكون مكتوبا وموقعا إلكترونيا، كما يجب إنشاء جهات مختصة ومحايدة لتأكد من صحة هذه التعاملات.

يتم التطرق لدراسة طرق إثبات عقد البيع عبر الأنترنت من خلال الكتابة الإلكترونية (المطلب الأول)، والتوقيع الإلكتروني وتوثيقه (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الكتابة الإلكترونية

نتطرق لبيان المقصود بالكتابة الإلكترونية (الفرع الأول)، وكذا بيان حجيتها في الإثبات (الفرع الثاني).

1- المادة 27 من القانون رقم 05-18، مرجع سابق.

الفرع الأول

المقصود بالكتابة الإلكترونية

يقتضي الوصول إلى تحديد المقصود بالكتابة في الشكل الإلكتروني ضرورة وضع تعريفا لها (أولا)، وكذا دراسة أهم الشروط التي يجب أن تتوفر فيها (ثانيا).

أولا: تعريف الكتابة الإلكترونية:

قد يفهم لدى البعض أن الكتابة هي نفسها المحرر الإلكتروني غير أنه لا يجب أن نخلط بين الكتابة التي تعبر عن القول والفكر، وبين المحرر الذي يعد محل هذا التعبير ولتجنب الوقوع في لبس استوجب الباحث التطرق لمعنى كل من المصطلحين على حدى:

أ- معنى الكتابة الإلكترونية: تعددت التعاريف التي قدمت للكتابة من قبل التشريعات ومن قبل الشراح الفرنسيين¹، ومن أهم هذه التشريعات القانون النموذجي الأونسيترال والذي عرف الكتابة الإلكترونية في نص المادة 02 على أنها: "المعلومة التي يتم إنشاءها أو دراستها أو إستلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل متشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي"².

كما قام المشرع الفرنسي وفقا لأخر تعديلاته في تحديد معنى الكتابة والذي كان جد متأثر بقانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية، بحيث قام بتعريف الكتابة الإلكترونية في المادة 1316 من القانون المدني والتي تنص: "إن معنى الكتابة يشمل كل تدوين للحروف أو العلامات والأرقام أو أي إشارة ذات دلالة تعبيرية واضحة ومفهومة، أيا كانت الدعامة التي تستخدم في إنشاءها أو الوسيط الذي تنقل عبره"³.

1- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 274.

2- قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

3- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص ص 274-275.

إلا أن المشرع الجزائري ورغم إقراره للإثبات بالكتابة لم يقدم أي تعريف يذكر للكتابة يحدّد معناها، كما لم يول أي إهتمام لتحديد دعامة الكتابة، وهذا ما يتضح من نصوص القانون المدني الجزائري المعدة للإثبات حيث نصت المادة 323 مكرر على أنه: "ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل حروف أو أوصاف أو أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها وكذا طرق إرسالها"¹.

حيث أقرت المادة 323 مكرر 01 بين الإثبات بالكتابة على الورق والأثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني بشروط والتي تنص: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالأثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها"².

ب- معنى المحررات الإلكترونية: عرفت المادة 02 من القانون الأونسيترال بشأن التجارة الإلكترونية برسالة البيانات على أنه: "المعلومة التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو صوتية أو بوسائل متشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو البرق أو النسخ البرقي"³.

كما عرف المحرر الإلكتروني حسب بعض الفقه بأنه: "ما هو مكتوب على نوع معين من الدعامات، سواء كان ورقا، أم غير ذلك من الوسائل الإلكترونية"⁴.

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد قام بتعريفها في المادة 01/02 من المرسوم التنفيذي رقم 142-16 الذي يحدد كفاءات حفظ الوثيقة الموقعة إلكترونيا والتي تنص على أن: "الوثيقة

1- أمر رقم 75-58، متضمن القانون المدني، مرجع سابق.

2- المرجع نفسه.

3- قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، مرجع سابق..

4- عقوني محمد، محاضرات في عقود التجارة الإلكترونية، محاضرات أقيمت على طلبة السنة الثانية ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 42.

الإلكترونية هي مجموعة تتألف من محتوى وبنية منطقية وسمات العرض، تسمح بتمثيلها واستغلالها من قبل الشخص عبر نظام إلكتروني".

وما يستنتج ما تم ذكره من التعاريف الفقهية وكذا التشريعية للكتابة الإلكترونية والمحركات الإلكترونية، حتى وإن ميزت بين المصطلحين إلا أنهما يقيمان لنا أهم وسائل إثبات المعاملات الإلكترونية، بحيث أن الكتابة الإلكترونية تعتبر من أهم عناصر المحرر الإلكتروني وذلك بالإضافة للدعامة ووسيلة تداول المحرر وبالتالي فإن مصطلح المحرر يستعمل للدلالة على كل أنواع الملفات المعلوماتية.

ثانيا: شروط الاعتداء بالكتابة الإلكترونية:

لتؤدي الكتابة الإلكترونية وظيفتها القانونية لا بد من توافر شروط للاعتداء بها في الإثبات وتتمثل هذه الشروط في:

1- أن تكون مقروءة وقابلة للإدراك: يشترط في الكتابة لكي تعتبر دليلا في الإثبات أن تكون مقروءة، أي مفهومة وواضحة وتدل على مضمون التصرف القانوني، حيث يتم التدوين بحروف أو رموز معروفة ومفهومة الشخص الذي يراد الاحتجاج عليه بهذا المحرر المتضمن هذه الكتابة¹، ليتسنى له إستيعابها وإدراك محتواها، سواء كان القاضي أو الخصم المحتج ضده بها.

2- إمكانية نسبة الكتابة لصاحبها: وهو الشرط المتوافر في الكتابة الإلكترونية، وهذا ما يستكشف في المادة 323 مكرر 01 من التقنين المدني الجزائري السالف الذكر التي تنص على أنه: "ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل حروف أو أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم..."، والمعنى المفهوم هنا يشير إلى إمكانية قراءته².

3- استمرارية الكتابة ودوامها: كما يجب أن تتوفر في الكتابة الإلكترونية قابلية الاستمرارية والديمومة بمعنى لزوم تدوينها على دعائم تضمن بقاءها بشكل سليم يمكن للأطراف

1- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 276.

2- بن سعيد لزهري، مرجع سابق، ص 146.

المتعاقدة الرجوع إليها، وهو ما تحققه الوسائط الإلكترونية المتطورة التي يمكنها الاحتفاظ بالمعلومات التي تتضمنها لمدة طويلة¹.

وقد أكد المشرع الجزائري على هذا الشرط وذلك في تعديله الأخير للتقنين المدني في المادة 323 مكرر 01 التي تنص على: "وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها..." ويفهم من الإعداد والحفظ أن يكون ذلك لغرض الدوام والاستمرار².

4- الثبات وعدم القابلية للتعديل: ويقصد خلو الكتابة أو المحرر ممن أي كشط أو تحشير أو أي عيب يؤثر في صحتها، وإلا اختلت قوتها في الإثبات وهو ما ذهبت إليه المادة 10/1ب من قانون الأونسيترال النموذجي بنصها على "الاحتفاظ برسالة البيانات بالشكل الذي أنشأت أو أرسلت أو استلمت به...".

وشرط عدم قابلية الكتابة الإلكترونية للتعديل يمكن تحقيقه من خلال نظم المعلومات الحديثة وما تتيحه من تقنيات متطورة تُمكن من إكتشاف أي تعديل أو البيانات وتحدد بدقة البيانات المعدلة وتاريخ ووقت تعديلها، إضافة إلى إبتكار برامج تمكن من تحويل النصوص الإلكترونية إلى صور ثابتة تحافظ على بقاء النص على صورته النهائية التي تم تثبيته عليها بشكل يمنع محوه أو تعديله أو تغييره إلا بإعدامه تماما³.

الفرع الثاني

حجية الكتابة الإلكترونية في الإثبات

تعتبر الكتابة الإلكترونية وسيلة لإثبات مختلف التصرفات القانونية، وبما أن الكتابة الإلكترونية المعدة للإثبات يعبر عنها بالمحرر الإلكتروني، والمحرر كدليل إثبات قد يكون رسميا أو عرفيا.

1- خليف مريم، الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص 93.

2- المادة 01/323 من القانون رقم 05-10، مرجع سابق.

3- بن سعيد لزهر، مرجع سابق، ص 146.

أولاً: حجية المحررات الإلكترونية الرسمية في الإثبات

يعرف المحرر الإلكتروني الرسمي على أنه المحرر الذي يقوم من خلاله موظف عام أو شخص مكلف بخدمة عامة بإثبات ما تم على يديه، أو ما تلقاه من ذوي الشأن بطريقة إلكترونية في حدود اختصاصه ووفقا للأوضاع القانونية¹.

وعليه إن المحرر الورقي يكتسب صفة الرسمية بناء على تدخل موظف عام يقوم بتحريره في حدود سلطته واختصاص²، لكن هذا الشرط يتسم بالغموض من المحرر الإلكتروني لا يمكن تكريسه في البيئة الرقمية، فمسألة الرسمية يجب أن تكون وفقا لضوابط قانونية قائمة في العالم المادي، إذ أن المحرر الإلكتروني الرسمي يجب أن يتوفر على شروط مهنية والتي تتمثل في:

- أن يصدر المحرر من موظف عام أو شخص مكلف بخدمة عامة.

- أن يتم تحرير المحرر الإلكتروني في حدود سلطة واختصاص.

- أن يتم تحرير المحرر وفقا للأوضاع المقررة قانونا³.

تطرق المشرع الجزائري إلى جواز تحديد العقود بالشكل الإلكتروني في المادة 03 فقرة

06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁴.

ثانياً: حجية المحررات الإلكترونية العرفية في الإثبات:

يعرف المحرر العرفي على أنه المحرر الذي يشمل توقيع من صدر عنه أو على ختمه أو بصمته، وليس له صفة المحرر الرسمي أي لا يصدر عن موظف عام⁵.

1- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة الدكتوراة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دارية، أدرار، 2018، ص 201.

2- المادة 324 المعدلة من الأمر 58-75، مرجع سابق.

3- أرجيلوس رحاب، مرجع سابق، ص ص 201-203.

4- قانون رقم 05-18، مرجع سابق.

5- أرجيلوس رحاب، مرجع سابق، ص 203.

كما يعرفها البعض بأنها: "الأوراق المثبت بها واقعة قانونية وموقعة من الشخص الذي يحتج بها عليه بإمضائه أو ختمه أو بصمة أصبعه، وهي في الغالب تصدر من الأفراد، ولا يتدخل موظف عام في تحريرها، وتكون معدة مقدمة للإثبات وهي أدلة مهياة أو غير معدة للإثبات فهي أدلة عارضة"¹.

نستنتج من خلال التعاريف السابقة أنه ليكتسب المحرر العرفي حجية في الإثبات لا بد أن يتوفر على شرطان، حيث نص المشرع الجزائري على هذان الشرطين في نص المادة 327 مكرر 01 ق.م.ج على أنه: "يعتبر العقد العرفي صادرا ممن كتبه ووقعه ووضع عليه بصمة أصبعه ما لم يذكر صراحة ما هو مسنوب إليه..."، بالإضافة إلى الشروط الخاصة الواردة في نص المادة 323 مكرر 01 ق.م.ج والمتمثلة في: "إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها"²، وهي عبارة عن شروط فنية وتقنية تهدف إلى تحقيق أكبر قدر من المصادقية والأمان للمحرر الإلكتروني عموما³.

المطلب الثاني

التوقيع الإلكتروني وتوثيقه

يتم توثيق التوقيع الإلكتروني أو تصديقه من خلال هيئة أو إدارة عامة أو خاصة تكون مخولة قانونا، لتثبيت هذا التوقيع منح ما يطلق عليها شهادة التصديق الإلكتروني ولتوضيح ذلك حاولنا دراسة هذا الفرع من خلال التطرق إلى مفهوم التوقيع الإلكتروني (الفرع الأول) وكذا بيان حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات وتوثيقه (الفرع الثاني).

1- فتحي عبد الرحيم عبد الله - أحمد شوقي محمد عبد الرحمان، شرح النظرية العامة للإلتزام، النسر الذهبي، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 370.

2- أمر رقم 75-58، مرجع سابق.

3- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 328.

الفرع الأول

مفهوم التوقيع الإلكتروني

نقوم بتحديد تعريفه (أولا)، وشروطه (ثانيا)، ثم نبين صورته (ثالثا).

أولا: تعريف التوقيع الإلكتروني

لقد عرف البعض التوقيع الإلكتروني بأنه: "عبارة عن توقيع رقمي يرتبط بالمعلومات التي يرغب المرسل في إرسالها إلى الطرف الآخر، كما يتضمن التوقيع معطيات تدل على ارتباط صاحبه واعترافه ورد في الوثيقة الإلكترونية المرسل¹".

أما بالنسبة للمشرع الجزائري إعتبر بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في أحكام المادة 327 مكرر 02 من التقنين المدني والتي نصت على أنه: "التوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 01 أعلاه"، قام بتعريفه من خلال أحكام الفقرة الأولى من المادة 03 مكرر من المرسوم التنفيذي 162-07 التي جاء فيها أنه: "يقصد بالتوقيع الإلكتروني أنه: معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و 01/323 من الأمر 58-75 المؤرخ في 1975/09/26 المذكور أعلاه"².

نظرا لأهمية التوقيع الإلكتروني في المعاملات الإلكترونية قام المشرع الجزائري بإصدار قانون خاص يتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، حيث عرف التوقيع الإلكتروني صراحة في الفقرة الأولى من المادة 02 منه على أنه: "التوقيع الإلكتروني بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق"³.

1- أرجيلوس رحاب، مرجع سابق، ص 163.

2- الفقرة الأولى من المادة 03 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 162-07 المؤرخ في 30 ماي 2007 المؤرخ في 09 ماي 2001، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج.ر، عدد 37 الصادر في 07 جوان 2007. معدل ومتمم.

3- الفقرة الأولى من المادة 02 من القانون رقم 15-04 مؤرخ في 01 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج.ج، عدد 06، الصادرة في 10 فبراير 2015.

ثانيا: شروط التوقيع الإلكتروني

يستوي في التوقيع الإلكتروني الشروط القانونية إذا كان مرتبطا بالموقع وحده دون غيره (أ)، بحيث يكون لهذا الأخير السيطرة التامة على توقيع (ب)، بالإضافة إلى وجوب ارتباط هذا التوقيع بالمحرر ارتباطا وثيقا (ج).

أ- إرتباط التوقيع بالموقع دون غيره: إن التوقيع الإلكتروني إذا نشأ بطريقة صحيحة يكون علامة مميزة وخاصة بصاحبه دون غيره، وهو ما تناولته المادة 02/07 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكتروني بنصها: "التوقيع الإلكتروني الموصوف هو التوقيع الإلكتروني الذي تتوفر فيه المتطلبات الآتية....2- أن يرتبط بالموقع وحده دون سواه"

علما أن هذا الشرط يتحقق بالنسبة للتوقيع الإلكتروني الموصوف، وهو ما كرسته المادة 02/03 من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 متعلق بنظام استغلال المطبق على كل أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية والكهربائية وعلى مختلف الخدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، "يقصد بما يأتي... التوقيع الإلكتروني المؤمن: هو توقيع إلكتروني يفي بالمتطلبات الآتية... يكون خاصا بالموقع"¹

ب- سيطرة الموقع على التوقيع الإلكتروني: إشتراط المشرع الجزائي ضرورة تحقق هذا الشرط من خلال المادة 07 الفقرة 05 من القانون رقم 04-15 "التوقيع الإلكتروني الموصوف هو التوقيع الإلكتروني الذي تتوفر فيه المتطلبات الآتية...."

أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع"²

1- المادة 02/03 من المرسوم التنفيذي رقم 07-162، المؤرخ في 30 ماي 2007، المتعلق بنظام استغلال المطبق على كل أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية والكهربائية وعلى مختلف الخدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، مرجع سابق.

2- المادة 05/07 من القانون رقم 04-15، مرجع سابق.

يشترط أن تكون وسائل وأدوات إنشاء التوقيع الإلكتروني تحت سيطرة الموقع دون سواه حتى يتمتع التوقيع بالحجية في الإثبات، حيث أكد عليها المشرع الجزائري في نص المادة 3 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المتعلق بنظام استغلال المطبق على كل أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف الخدمات والمواصلات السلكية واللاسلكية "معطيات إنشاء التوقيع الإلكتروني العناصر الخاصة بالموقع مثل الأساليب التقنية التي يستخدمها الموقع نفسه لإنشاء التوقيع الإلكتروني"¹ ونجده كذلك مصطلح إنشاء التوقيع الإلكتروني قد تعرضت إليه المادة 02 الفقرة 04 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين بيانات إنشاء التوقيع هي "بيانات فريدة مثل الرموز ومفاتيح التشفير الخاصة التي يستعملها الموقع في إنشاء التوقيع الإلكتروني"².

ج- ارتباط التوقيع الإلكتروني بالمرحور ارتباطا وثيقا: والمقصود بهذا الشرط أنه لا بد أن يكون هذا التوقيع متصلا إتصالا ماديا ومباشرا بالمرحور المكتوب³.

كذلك يتحقق ارتباط التوقيع الإلكتروني ببيانات المرحور الإلكتروني بالاعتماد على منظومة مؤمنة وفقا لشروط وضعتها المادة 11 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين والتي من شأنها تحقيق ارتباط التوقيع الإلكتروني كما جاء أيضا في المادة 11 على النحو التالي: "آلية المؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني هي آلية التوقيع الإلكتروني تتوفر فيها المتطلبات الآتية:

1- يجب أن تضمن بواسطة الوسائل التقنية والاجراءات المناسبة على الأقل ما يلي:

- ألا يمكن عمليا مصادقة البيانات المستخدمة أثناء التوقيع الإلكتروني إلا مرة واحدة وأن يتم ضمان سريتها بكل الوسائل التقنية المتوفرة وقت الاعتماد.

1- مرسوم تنفيذي رقم 07-162، مرجع سابق.

2- المادة 04/02 من القانون رقم 04-15، مرجع سابق.

3- نصيرات علاء محمد، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان، 2005، ص 05.

- ألا يمكن إيجاد البيانات المستعملة لإنشاء التوقيع الإلكتروني عن طريق الاستنتاج وأن يكون هذا التوقيع محميا من أي تزوير عن طريق الوسائل التقنية المتوفرة وقت الاعتماد.

- أن تكون البيانات المستعملة لإنشاء التوقيع الإلكتروني محمية بصفة موثوقة من طرف الموقع الشرعي من أي استعمال من قبل الآخرين.

2- يجب ألا تعدل البيانات محل التوقيع وأن لا تمنع أن تعرض هذه البيانات على الموقع قبل عملية التوقيع¹.

أشار كذلك إلى نص المادة 03 الفقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المتعلق بنظام استغلال المطبق على كل أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف الخدمات والمواصلات السلكية واللاسلكية: "يقصد بما يأتي... - التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع إلكتروني يفي بالمتطلبات الآتية... يضمن مع الفعل المرتبط به صلة بحيث يكون كل تعديل لاحق للفعل قابلا للكشف عنه"²، أي أن التوقيع الإلكتروني يجب أن يرتبط بالبيانات تمكن من إكتشاف أي تغيير قد يطرأ على هذا التوقيع³.

ثالثا: صور التوقيع الإلكتروني

تتعدد صور التوقيع الإلكتروني في التوقيع البيوميترى (أ)، التوقيع الرقمي (ب)، التوقيع بالقلم الإلكتروني (ج).

أ- التوقيع البيوميترى **La signature biométrique**: يعتمد التوقيع البيوميترى على الصفات الذاتية المميزة لكل شخص وخصائصه الطبيعية والسلوكية التي تختلف من إنسان لآخر، كبصمة الإصبع أو بصمة شبكة العين ونبرة الصوت وغيرها من الصفات

1- المادة 11 من القانون رقم 15-04، مرجع سابق.

2- المادة 02/03 من المرسوم التنفيذي رقم 07-162، مرجع سابق.

3- المادة 05/02 من القانون رقم 15-04، مرجع سابق.

الجسدية والسلوكية¹، حيث يتم تخزين العلامات الشخصية للفرد ومعالجته آلية على جهاز الحاسوب وذلك بطريق التشفير، ويعاد فك التشفير للتحقق من صحة التوقيع وذلك بمطابقة صفات العميل المستخدم للتوقيع مع الصفات التي يتم تخزينها على جهاز الحاسوب، ويتم برمجته على أساس ألا يصدر أمرا بفتح القفل إلا بعد مطابقة هذه البصمة للبصمة المحفوظة في ذاكرته².

إلا أن هذا النوع من التوقيع يمكن أن يكون عرضة للقرصنة من خلال نسخ صورة التوقيع مثلا أو تحريفها أو تسجيل نبذة الصوت أو باستخدام أنواع معينة من العدسات اللاصقة... إلخ³.

ب- لتوقيع الرقمي: يعرف بأنه وحدة قصيرة من البيانات التي تحمل علاقة رياضية مع البيانات المتضمنة في محتوى الوثيقة⁴، يتم تحويل المحرر المكتوب باستخدام العمليات الحسابية من أسلوب الكتابة العادية إلى معادلة رياضية وتحويل التوقيع إلى أرقام، وحتى يكتمل المحرر من الناحية القانونية، فإنه يجب وضع التوقيع عليه وهو ما يحدث بإضافة أرقامه إلى معادلة رياضية، حيث يكتمل المحرر ويتم حفظه في جهاز الكمبيوتر.

ينشأ التوقيع الرقمي ويحقق من صحة باستخدام التشفير، ويقصد بالتشفير الإلكتروني: "أنه عملية تحويل العمليات على شفرات غير مفهومة (تجدو بدون معنى) لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الإطلاع على المعلومات أو فهمها، ولهذا ينطوي التشفير على تحويل النصوص على نصوص مستقرة"⁵ لم يتطرق المشرع الجزائري في القانون رقم 15-

1- ناصيف إلياس، مرجع سابق، ص 144.

2- بن سعيد لزهري، مرجع سابق، ص ص 157-162.

3- حوجو يمينية، مرجع سابق، ص 192.

4- الفواعير علاء محمد، مرجع سابق، ص 185.

5- قانون رقم 04-05، مرجع سابق.

04 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين لتعريف التشفير¹ الإلكتروني ولكنه قام بذكر نوعين منه وهما مفتاح التشفير العام والخاص².

وتعتمد تقنية التشفير على نظامين:

1- التشفير المتماثل: يقوم هذا النظام على أساس وجود مفتاحين لدى المرسل والمرسل إليه، بحيث يكون ل كليهما مفتاح يحمل رقما سريا، ويكون معلوما لديهما.

2- التشفير اللامتماثل: يقوم على أساس طريقتين مختلفتين لتشفير المعطيات عند الإرسال وفكه عند الاستقبال باستعمال المفتاح العام والمفتاح الخاص فالمفتاح العام يكون معروفا لدى الجميع ولا يحتفظ به سرا، أما المفتاح الثاني هو مفتاح خاص بصاحبه عليه أن يحتفظ به ليظل سرا في حياته³.

ج- التوقيع بالقلم الإلكتروني **Per-op**: في هذا النوع من التوقيع يستخدم قلم إلكتروني يتيح الكتابة على شاشة الحاسوب عن طريق برنامج معلوماتي يسمح بالتقاط التوقيع والتحقق من صحته، وعندما يقوم المستخدم بتحريك القلم على الشاشة وكتابة توقيته، يلتقط البرنامج حركة اليد، ويظهر التوقيع على الشاشة بسماته الخاصة التي تميز صفات الموقع كما هو الأمر في الكتابة العادية، ويحتاج هذا النوع من التوقيع إلى تقنية عالية، ونوع خاص من الحاسبات يقبل الكتابة على شاشة مباشرة، كما يمكن نقل التوقيع المحرر باليد عن طريق التصوير بالماسح الضوئي (Scanner) ثم نقل هذه الصورة إلى الملف الذي يراد إضافة التوقيع إليه عبر شبكة الاتصال الإلكتروني⁴.

1- مفتاح التشفير الخاص هو عبارة عن سلسلة من الأعداد يحوزها حصريا الموقع فقط وتستخدم لإنشاء التوقيع الإلكتروني، ويرتبط هذا المفتاح بمفتاح تشفير عمومي، مفتاح التشفير العمومي هو عبارة عن سلسلة من الأعداد تكون موضوعة في متناول الجمهور بهدف تمكينهم من التحقق من الإضاء الإلكتروني وتدرج في شهادة التصديق الإلكتروني.

2- قانون رقم 15-04، مرجع سابق.

3- حوحو يمينية، مرجع سابق، ص ص 198-199.

4- بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص ص 341-342.

وبالإضافة إلى أنواع أو صور التوقيع السابق ذكرها، أفرزت المعاملات الإلكترونية صور أخرى عديدة منها: نقل الوثائق الخطية الورقية، كما هي إلى الشكل الإلكتروني عبر الماسح الضوئي بما فيها التوقيع الموجود عليها، وكذا استخدام بطاقات الإئتمان الممغنطة ذات الرقم السري لإبرام الصفقات الإلكترونية وخصوصا في المعاملات البنكية¹.

الفرع الثاني

حجية التوقيع الإلكتروني في الإثباته وتوثيقه

سننتقل إلى حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات (أولا)، وكذا توثيقه (ثانيا).

أولا: حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات

إن التوقيع الإلكتروني في نطاق المعاملات المدنية والتجارية ذو الحجية المقررة للتوقيعات التقليدية في مجال الإثبات، فقد إعترف المشرع الجزائري بحجية التوقيع الإلكتروني في البداية من خلال المادة 327 فقرة 02 من القانون المدني والتي نصت على أنه: "يعدّ بالتوقيع الإلكتروني وفقا للشروط المذكورة في المادة 323 فقرة 01 أعلاه" من نفس القانون².

مما يتبين من هذا النص أنه حتى يكون لهذا التوقيع نفس حجية التوقيع التقليدي في الإثبات، نجد بأن المشرع الجزائري قد إشتراط ضرورة توافره على جملة من الشروط التي حددها القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين في المادة 07 منه التي تقضي بأن: "التوقيع الإلكتروني الموصوف هو التوقيع الذي تتوفر فيه المتطلبات الآتية:

- أن ينشأ على أساس شهادة تصديق موصوفة.
- أن يرتبط بالموقع دون سواه.
- أن يمكن من تحديد هوية الموقع.

1- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص ص 337-341.

2- أرجيوس رحاب، مرجع سابق، ص 177.

- أن يكون مصمما بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني.
- أن يكون منشأ بواسطة رسالة تكون تحت التحكم الحصري للموقع.
- أن تكون مرتبطة بالبيانات الخاصة به بحيث يمكن الكشف عن التغيرات اللاحقة بهذه البيانات¹

إذا استوفى التوقيع الإلكتروني الشروط القانونية الفنية المطلوبة قامت صحة هذا التوقيع وتمتع بالحجية القانونية التي يتمتع بها التوقيع الخطي وتمنح له نفس الحجية القانونية في الإثبات، وهذا طبقا لنص المادة 08 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين: "يعتبر التوقيع الإلكتروني الموصوف وحده مماثلا للتوقيع الإلكتروني سواء كان لشخص طبيعي أو معنوي"².

نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يميز صراحة بين التوقيع الإلكتروني الموصوف وغيره، إنه أعطى للتوقيع الإلكتروني الموصوف فقط نفس حجية التوقيع التقليدي، لكن لا يعني تجريده للتوقيع البسيط من حجية في الإثبات، وذلك بدليل نص المادة 09 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين التي نصت بأنه: "بعض النظر عن أحكام المادة 08 أعلاه لا يمكن تجريد التوقيع الإلكتروني من فعاليته القانونية أو رفضه كدليل أمام القضاء بسبب:

- شكله الإلكتروني.
- أنه لا يعتمد على شهادة التصديق الإلكترونية الموصوفة.
- أنه لم يتم إنشاءه بواسطة آلية مؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني"³

وعليه فالتوقيع الإلكتروني نفس حجية التوقيع التقليدي في الإثبات متى توافرت فيه الشروط الضرورية لذلك والمتمثلة أساسا في أن يكون معتمدا من أحد مقدمي خدمات

1- المادة 07 من القانون رقم 04-15، يحدد القواعد العامة المتعلقة والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

2- المادة 08 من القانون رقم 04-15، يحدد القواعد العامة المتعلقة والتصديق الإلكترونيين، مرجع نفسه.

3- المادة 09 من القانون رقم 04-15، مرجع سابق.

التصديق الإلكتروني، إلا أن غياب هذا الأخير لا يعني حجية التوقيع الإلكتروني البسيط في الإثبات متى أثبت الطرف المعني صحته، إلا أنه في حالة تعارض توقيعين أحدهما متقدم موصوف، والأخر بسيط¹.

ثانيا: توثيق التوقيع الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)

نتيجة للمخاطر التي يتعرض لها أطراف المعاملات الإلكترونية خلال عمليات البيع والشراء وتقديم الخدمات للمستهلك من مساس والتعرض للسرقة، كان لابد من تقديم ضمانات لكسب الثقة وأمان للمتفاعدين عبر الأنترنت، فكان لابد من خلق نظام موثوق يكون هو الطرف الثالث في المعاملات الإلكترونية.

يتم التطرق إلى تعريف التصديق الإلكتروني (أ)، جهات التصديق الإلكتروني (ب)

أ- تعريف التصديق الإلكتروني: وقد نص المشرع الجزائري في القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة وصل موقع المورد الإلكتروني بنظام التصديق الإلكتروني كطرف ثالث في المعاملة، وذلك نظرا للأهمية التي يتمتع بها للتأمين والحماية خاصة في مجال المبادلات التجارية²، فالتصديق أو التوثيق الإلكتروني هو "وسيلة فنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر، حيث يتم نسبه إلى شخص أو كيان معين عبر جهة موثقة بها أو طرف محايد عليه مقدم خدمات التصديق أو مورد خدمات التوثيق"³.

وفي تعريف آخر يمكن تعريفه على أنه: "التصديق الإلكتروني وسيلة أو إجراء تقني يسمح بتحديد هوية المتعامل الإلكتروني وكذا المحرر الإلكتروني وحمايته من أي غش أو إحتيال وذلك بالإعتماد على تقنية التوقيع الإلكتروني وتصديقه واستخدام نظم معلوماتية

1- بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص 350.

2- قانون رقم 05-18، مرجع سابق.

3- ساحلي كاتية، تواتي عادل، الإطار القانوني للتصديق الإلكتروني في الجزائر، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016، ص 10.

موثقة تساعد على التأكيد من صحة البيانات المتداولة بين المتعاملين وذلك بالاعتماد على هيئات خاصة أو عامة تقوم بذلك تسمى (مقدم خدمات التصديق الإلكتروني)¹.

ب- جهات التصديق الإلكتروني: يعرف توثيق التوقيع الإلكتروني بأنها: "سلطة مكلفة من قبل شخص أو عدة أشخاص متعاملين بإنشاء نظم المفاتيح العامة المستعملة في التشفير والشهادات التي تثبتها"².

كما يعرفها الآخرون بأنها: "جهة أو منظمة عامة أو خاصة مستقلة ومحيدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتصديق معاملاتهم الإلكترونية، وذلك بإصدار شهادات التصديق اللازمة لهم، بواسطة مقدم خدمات التصديق الإلكتروني"³.

أما المشرع الجزائري قد عرف جهاز التصديق في مراحل مختلفة وذلك بصفة عرضية من خلال المادة 03 فقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، التي نصت على أنه: "كل شخص في مفهوم المادة 08 فقرة 08 من القانون رقم 2000-03 المتعلق يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات وبالمواصلات السلكية واللاسلكية يسلم شهادات إلكترونية أو يقدم خدمات أخرى في مجال التوقيع الإلكتروني"، ويصدر القانون رقم 15-04 المتعلق بتحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين أطلق المشرع الجزائري على جهات التصديق بتسمية مؤدي خدمات التصديق الإلكترونيين بحيث عرفها صراحة وفق أحكام المادة 12/02 من القانون رقم 15-04 المتعلق بتحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين التي نصت على أن جهات التصديق الإلكتروني هي: "كل شخص طبيعي أو

1- نصيرات علاء محمد، مرجع سابق، ص 126.

2- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 348.

3- كاتية ساحلي، عادل تواتي، مرجع سابق، ص 37.

معنوي يقوم بمنح شهادات التصديق الإلكتروني الموصوفة وقد يقدم خدمات أخرى متعلقة بالتصديق الإلكتروني¹.

1- إجراءات منح الترخيص لمؤدي خدمات التصديق:

بالرجوع إلى القانون رقم 04-15 نجد أن المشرع الجزائري قد أدرج فيه مجموعة من الشروط والتي تتمثل فيما يلي:

- **الشروط الفنية:** إشتراطها المشرع الجزائري في نص المادة 04/34 من القانون رقم 04-15 المتعلق بتحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين والتي يقصد بها تلك الشروط الواجب توافرها في طالب الترخيص لمزاولة خدمات التصديق، والمتمثلة في المعرفة الفنية في مجال خدمات التصديق الإلكتروني، بالإضافة إلى تمتعه بالخبرة اللازمة والمؤهلة للقيام بذلك، وأن يقدم ما يثبت إختصاصه المهني في مجال الإدارة وعلى وجه الخصوص ما يثبت معرفته في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال².
- **الشروط المالية:** ليس بمجرد تمتع جهات التصديق الإلكتروني بالمعرفة الفنية يكفي بل يجب أن تثبت أنها محل ثقة لممارسة المهام الموكلة لها، وذلك بتقديم ضمانات مالية كافية تمكن من تعويض المتعاملين معها في حالة الإخلال بالالتزامات المفروضة عليها، وبهذا الخصوص نص المشرع الجزائري في المادة 34 فقرة 02 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على ضرورة تمتع جهات التصديق بقدرة مالية كافية³.
- **الشروط الشخصية:** فقد وضع المشرع الجزائري شروطا صارمة لإنشاء هذه الأخيرة سواء كانت حكومية أو خاصة، وذلك باشتراط الجنسية الجزائرية للشخص الطبيعي، أما

1- أنظر المادة 12/02 من قانون رقم 04-15، مرجع سابق.

2- أنظر المادة 04/34 من قانون رقم 04-15، مرجع نفسه.

3- أنظر: المادة 02/34 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

بالنسبة للشخص المعنوي يجب أن يكون خاضعا للقانون الجزائري، وأن لا يكون قد حكم عليه بجناية أو جنحة تتنافى مع نشاط التصديق الإلكتروني¹.

- **الشروط الإدارية:** حسب نص المادة 33 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين: "يخضع نشاط تأدية خدمات التصديق الإلكتروني إلى ترخيص تمنحه السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني"².

إلا أن نظام الترخيص الذي تمنحه السلطة الاقتصادية للتصديق مرهون بالحصول على شهادة تأهيل، لهذا فإن حامل شهادة التأهيل لا يمكنه تأدية خدمات التصديق الإلكتروني إلا بعد الحصول على الترخيص³.

وحسب نص المادة 40 من القانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين: "يمنح الترخيص لمدة 05 سنوات ويتم تجديده عند إنتهاء صلاحيته وفقا للشروط المحددة في دفتر الأعباء الذي يحدّد شروط وكيفيات خدمات التصديق الإلكتروني"⁴.

2- السلطات المختصة بالرقابة على نشاط جهات التصديق الإلكتروني:

نجد أن المشرع الجزائري قسمها إلى ثلاث سلطات، طبقا للقانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين والتي تتمثل في:

1- أنظر: المادة 01/34 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع نفسه.

2- أنظر: المادة 33 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع نفسه.

3- أنظر: المادة 35 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع نفسه.

4- أنظر: المادة 40 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع نفسه.

- **السلطة الوطنية للتصديق:** وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتكلف بمهام خاصة بها تسهر على إنجازها¹، تتشكل السلطة من مجالس ومصالح تقنية وإدارية، ومن خمسة أعضاء من بينهم الرئيس يعينهم رئيس الجمهورية على أساس كفاءتهم لاسيما في مجال العلوم التقنية المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويتمتع المجلس بجميع الصلاحيات اللازمة لأداء مهام السلطة بما يسمح به القانون، ومنه بإمكانه الاستعانة بأي كفاءة تساعد في أشغاله، وتحدد عهدة أعضاء مجلس السلطة بأربعة سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة، وتضطلع بتسيير المصالح التقنية والإدارية².

- **السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني:** هي تفرع للسلطة الوطنية التابعة للوزارة البريد والتكنولوجيا الإعلام والاتصال، تؤطر تسيير الشهادات المستعملة في المبادلات الإلكترونية بين الإدارات، أي إلغاء الطابع المادي للمراسلات بين المؤسسات والوزراء وبين الإدارة والمواطنين، لاسيما من خلال سحب الوثائق المدنية عن بعد وتشرف أطراف موثوقة أخرى على تسليم الشهادات الإلكترونية في الفرع الحكومي على أن تصادق عليها السلطة الحكومية، حيث تنشأ هذه الأخيرة لدى الوزير المكلف بالبريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتتمتع هي الأخرى بالاستقلال المالي والشخصية المعنوية³، وتكلف بمتابعة ومراقبة نشاط التصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي، حيث تتولى إعداد سياستها للتصديق الإلكتروني وعرضها على السلطة

1- أنظر: المادة 18 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

2- **ندا معيزي**، النظام القانوني للتصديق الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون العلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قصدي مرياح، ورقلة، 2015، ص 7.

3- أنظر: المادة 26 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

الموافقة عليها والسهر على تطبيقها، والموافقة على سياسات التصديق الصادرة من الأطراف الثلاث الموثوق بها¹.

- **السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني:** هي سلطة تابعة لسلطة ضبط البريد والاتصالات² وهي مكلفة بإعداد دفتر الشروط الذي يحدد كفاءات تأدية خدمات التصديق الإلكتروني مع مراقبة ومتابعة المتعاملين المتوفرين لهذه الخدمة بالنسبة للمواطنين من خلال إتخاذ التدابير اللازمة لضمان إستمرارية الخدمات في حال العجز والتحقق من مطابقة طالب التراخيص مع سياسة التصديق الإلكتروني، مع ضمان هوية الشخص الذي يقوم بالتعاملات إذ يستطيع شخص إنتحال شخصية آخر، كما تضمن سرية المعلومات عن طريق تشفير المعلومات ويمنع نقل معلومات المواطن الجزائري الخاصة بالتوقيع الإلكتروني خارج التراب الوطني³.

3- إلتزامات جهات التوثيق الإلكتروني:

إن إلتزامات جهات التوثيق الإلكتروني يمكن تقسيمها إلى (02) إلتزامات:

- الإلتزامات المتعلقة بنشاط جهات التوثيق الإلكتروني:

إن الإلتزام الرئيسي المتعلق بنشاط جهات التوثيق الإلكتروني هو تقديم الشهادة الإلكترونية بغرض التصديق والتوقيع الإلكتروني⁴، حيث عرف المشرع الجزائري شهادة التصديق الإلكتروني في المادة 02/07 من القانون رقم 04-15 على أنه: "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع"، وأضافت المادة

1- كاتية ساحلي - عادل تواتي، مرجع سابق، ص ص 45-46.

2- أنظر: المادة 29 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

3- فاطمة الزهرة ترمي، مسؤولية مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، تخصص قانون العلاقات الدولية الخاصة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017، ص ص 08-09.

4- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 361.

15 من نفس القانون نوعا آخر من هذه الشهادات وسمتها "شهادة التصديق الإلكتروني الموصوفة" وعرفتها بأنها: "شهادة تصديق إلكتروني تتوفر فيها مجموعة من المتطلبات الآتية:

- أن تمنح من قبل طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات تصديق إلكتروني، طبقا لسياسة التصديق الإلكتروني الموافق عليها.
- أن تمنح للموقع دون سواه.
- يجب أن تتضمن على الخصوص:
- إشارة تدل على أنه تم منح هذه الشهادة على أساس أنها شهادة تصديق إلكتروني موصوفة.
- تحديد هوية الطرف الثالث الموثوق أو مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني المرخص له المصدر لشهادة التصديق الإلكتروني وكذا البلد الذي يقيم فيه.
- إسم الموقع أو الإسم المستعار الذي يسمح بتحديد هويته.
- إمكانية إدراج صفة خاصة للموقع عند الاقتضاء، وذلك حسب الغرض من استعمال شهادة التصديق الإلكتروني.
- بيانات تتعلق بالتحقق من التوقيع الإلكتروني، وتكون موافقة لبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني.
- رمز تعريف شهادة التصديق الإلكتروني.
- التوقيع الإلكتروني الموصوف للمؤدي خدمات التصديق الإلكتروني أو للطرف الثالث الموثوق الذي يمنح شهادة التصديق الإلكتروني.
- حدود استعمال شهادة التصديق الإلكتروني عند الاقتضاء.
- حدود قيمة المعاملات التي قد تستعمل من أجلها شهادة التصديق الإلكتروني عند الاقتضاء.

- الإشارة إلى الوثيقة التي تثبت تمثيل شخص طبيعي أو معنوي عند الاقتضاء¹
الالتزامات المتعلقة بتأمين وحماية المعلومات:

بالنظر لمهام جهات التصديق الإلكتروني التي تستدعي تزويدهم ببيانات خاصة بالأشخاص المتعاملين عبر الأنترنت وتواقيعهم وبطاقات إنتمائهم، فإنه وفي سبيل حماية كل ذلك ألزمت القوانين التي نظمت نشاط مثل هذه الجهات بحماية هذه المعلومات².

فالمشرع الجزائري فقد نص على الالتزامات بتأمين وحماية المعلومات بموجب المادتين 42 و 43 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين حيث نصت المادة 42 على أنه: "يجب على مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني الحفاظ على سرية البيانات والمعلومات المتعلقة بشهادات التصديق الإلكتروني الممنوحة"³.

4- العقوبات المترتبة على مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني:

عمل المشرع الجزائري على تعداد مختلف الجرائم المرتبطة بمجال تقديم خدمات المصادقة الإلكترونية والمتمثلة في كل من العقوبات الإدارية والمالية والجزائية:

- **العقوبات المالية والإدارية:** حيث فرض المشرع الجزائري على مقدمي خدمات التصديق على التوقيع الإلكتروني عقوبات مالية وإدارية في حالة إخلالهم بمسؤولياتهم ونصت على هذه العقوبات المواد 64 و 65 من القانون رقم 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين⁴.

1- أنظر المادة 15 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

2- حمودي محمد ناصر، مرجع سابق، ص 359.

3- أنظر: المادة 42 من القانون رقم 04-15، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مرجع سابق.

4- تنص المادة 64 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على أنه: " في حالة عدم إحترام مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني أحكام ودفتر الأعباء أو سياسة التصديق الإلكتروني الخاص به والموافق =

- **العقوبات الجزائية:** إلى جانب العقوبات المالية والإدارية فرض المشرع أيضا مجموعة من العقوبات الجزائية والتي تنص عليها في المواد 66 إلى 75 من القانون رقم 15-04 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، حيث نصت المادة 66 منه على أنه: " يعاقب بالحبس من ثلاث أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من عشرون ألف دينار إلى مائتين ألف دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من أدلى بالقرارات كاذبة للحصول على شهادة تصديق إلكتروني موصوفة"، أما المادة 75 من القانون رقم 15-04 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على أنه: "يعاقب الشخص المعنوي الذي ارتكب إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا الفصل بغرامة تعادل خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المنصوص عليها بالنسبة للشخص الطبيعي"¹.

= عليها من السلطة الاقتصادية، تطبق عليه هذه السلطة عقوبة في حالة عدم الأمتثال مؤدي الخدمات الأعذار، تتخذ ضده السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني قرار سحب الترخيص الممنوح له وإلغاء شهادته، وحسب الحالة وبعد موافقة السلطة تحدد كيفية حصول المبالغ المتعلقة بالعقوبة المالية المنصوص عليها في الفقرة الأولى من هذه المادة عن طريق التنظيم"، أما المادة 65 من نفس القانون التي تنص على أنه: "في حالة انتهاك مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني للمقتضيات التي يتطلبها الدفاع الوطني والأمن العمومي، وتقوم السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني بالسحب الفوري للترخيص، وذلك بعد موافقة السلطة وتكون تجهيزات مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني محل تدابير تحفظية طبقا للتشريع المعمول به، وذلك دون الإخلال بالمتابعات الجزائية"

1- المادتين 66 و 75 من القانون رقم 15-04 المتعلق بالتصديق والتوقيع الإلكترونيين، مرجع سابق.

خاتمة

أضحت التجارة الإلكترونية واقعا ملموسا إلى كثرة استعمال الأشخاص للوسائل الإلكترونية في كل معاملاتهم اليومية وخاصة التجارية منها، غير أنّ البيئة الرقمية تحتاج لمراقبة ومعاينة من طرف هيئات متخصصة فالمستهلك الإلكتروني يحتاج لكثير من الإهتمام من طرف المشرع.

وما تضمنه قانون التجارة الإلكترونية كالإشهار وشروطه التسجيل وأن يتوفر موقع المورد الإلكتروني على وسائل تسمح بتأكد وغيرها من المتطلبات التي جعل منها المشرع إلزاما على الموردين الإلكترونيين في سبيل حماية المستهلك الإلكتروني.

يترتب على تنفيذ العقد عبر الأنترنت نفس آثار العقد التقليدي وتعد أهم مرحلة حاسمة بشأن إنجاز الإلتزامات التعاقدية بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، سواء من حيث تسليم المبيع أو المنتج أو تقديم الخدمة أو من حيث الدفع الإلكتروني.

يثير عقد البيع عبر الأنترنت مسألة إثباته، ولقد استحدث المشرع الجزائري الكتابة القائمة على الدعامة الإلكترونية بموجب القانون المدني، واعتبر التوقيع الإلكتروني على شكل بيانات إلكترونية يرافق شهادة تصديق إلكتروني يصدرها مقدمو الخدمات لتأكد على صحته.

عمل المشرع الجزائري إلى وضع آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني لمي تتم العملية التعاقدية في أمان، من أجل ضمان حمايته في مواجهة المستورد، فالتزام بضمان القانوني يمنح أكبر للمستهلك الإلكتروني إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني، فوجود هذه الإلتزامات والآليات القانونية توفر للمستهلك حق الحصول على التعويض عما لحقه من أضرار أثناء إقتناؤه، وإستعماله لهذه المنتجات والخدمات، وذلك مراعاة بما جاءت به النصوص القانونية خاصة القانون رقم 18-05 الجديد المتعلق بالتجارة الإلكترونية مما يؤدي إلى إحداث التوازن بين المستهلكين والموردين، وهذا في الأخير سيؤدي إلى زيادة وعي المجتمع والإزدهار في الإقتصاد الوطني.

غير أن المشكل في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لا يستوعب جميع أنواع العقود التي تتم عن بعد على غرار العقود بين المحترف والمحترف (b2b)، أو بين المستهلك والمستهلك (c2c)، حيث تقتصر أحكام هذا القانون على عقود الإستهلاك الإلكترونية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. بن سعيد لزهر، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2014.
2. حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2016.
3. خالد حمدي عبد الرحمان، التعبير عن الإرادة في العقد الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
4. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
5. _____، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
6. الدسوقي أبو الليل إبراهيم، الجوانب القانونية للتعاملات القانونية، مجلس النشر العلمي، الكويت، 2003.
7. دودين بشار محمود، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الأنترنت، دار الثقافة، لبنان، 2006.
8. سي يوسف زاهية حورية، الوجيز في عقد البيع، دار الأمل للطباعة، الجزائر، 2010.
9. طلال ياسين العيسى، العقد الإلكتروني والقانون الواجب التطبيق عليه، عمان، 2007.
10. الطيطي خضر مصباح، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار حامد، عمان، 2008.

11. عبد الله ديب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
12. العبودي عباس، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجتها في الإثبات المدني (دراسة مقارنة)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1997.
13. العجارمة مصطفى موسى، التنظيم القانوني للتعاقد عبر شبكة الأنترنت، دار الكتب القانونية، دار شتات، القاهرة، 2010.
14. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان، 2010.
15. فتحي عبد الرحيم عبد الله - أحمد شوقي محمد عبد الرحمان، شرح النظرية العامة للإلتزام، النسر الذهبي، الإسكندرية، مصر، 2001.
16. الفواعير محمد علاء، العقود الإلكترونية، التراضي، التعبير عن الإرادة، دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان، 2014.
17. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
18. _____، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2016.
19. محمد إبراهيم أو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة، عمان، 2017.
20. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003.

21. محمد كمال الدين توكّل، عقد التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010.

22. مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دار رسلان للنشر، دمشق، سوريا، 2010.

23. المطالقة محمد فواز، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان.

24. مناني فراح، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009.

25. ناصيف إلياس، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006.

26. نصيرات علاء محمد، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان، 2005.

27. وهبان رضا متولي، النظام في العقد الإلكتروني والمسؤولية عن الإعتداءات الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر، الإسكندرية، 2008.

ثانياً: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- رسائل الدكتوراه:

1- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دارية، أدرار، 2018.

2- أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة للنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2018.

3-بختي ابراهيم، دور الأنترنت وتطبيقاتها في تسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم النشر، جامعة الجزائر، د.س.ن.

4-بن عزة محمد حمزة، المسؤولية القانونية لمعاملتي الأنترنت - دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي الياس، سيدي بلعباس، 2019.

5-بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

6-حامدي بلقاسم، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.

7-حوحو يمينه، عقد البيع الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2012.

8-خلفي مريم، الرهانات القانونية للتجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن بكر بلقايد، تلمسان، 2012.

9-طحطاح علاء، إلزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2014.

ب- الرسائل والمذكرات الجامعية:

1- المذكرات الماجستير:

1. جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.

2. **خلوي عنان نصيرة**، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

3. **زويبر أرزقي**، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

4. **غدوشي نعيمة**، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

5. **مرزوق نور الهدى**، التراضي في العقود الإلكترونية، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

6. **يحيى يوسف فلاح حسن**، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، طربلس، 2007.

2-المذكرات الماستر:

1. **أحمد أمين نان**، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2017.

2. **جحيط حبيبة وجعودي مريم**، النظام القانوني للعقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد ميرة، بجاية، 2013.

3. **حكيم يامنة**، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019.

4. **خلفي سهيلة**، "الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.

5. دكار راضية، عقد بيع عبر الأنترنت، مذكرة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.

6. ساحلي كاتية، تواتي عادل، الإطار القانوني للتصديق الإلكتروني في الجزائر، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2016.

7. فاطمة الزهرة تركي، مسؤولية مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، تخصص قانون العلاقات الدولية الخاصة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.

8. قومزيان فطيمة - يمانى علجية، خصوصية عيوب الإرادة في العقد الإلكتروني، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

9. قويدر محمد السعيد بوخلفي، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.

10. ملوك مصطفى، متشيم دليلة، الضمانات والآليات القانونية لحماية المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة الماستر، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2016.

11. ندا معيزي، النظام القانوني للتصديق الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون العلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.

ثالثا: المقالات والمداخلات:

أ- المقالات:

1- بعجي محمد، "إلتزامات مقدمي الخدمة عبر الأنترنت"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الجزائر، العدد 01، 2019، ص ص 20-38.

2-بوخالفة حدة، "النظام القانوني لمتعهد الإيواء عبر الأنترنت"، مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، العدد 14، ب.س.ن.

3-سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، المجلد 7، العدد 2، 2018، ص ص 11-30.

4-سي يوسف زاهية حورية، "حماية المستهلك مدنيا من الاعلان التجاري الكاذب والمضلل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 04، 2010.

5-صبايحي فوزية، تحديد لحظة إنعقاد العقد الإلكتروني في القانون المقارن والقانون الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، العدد 18، جوان 2017.

6-صراع كريمة، كربالي بغداد، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، مجلد 12، عدد 01، 2019، ص ص 209-224.

7-مراد الزهراء، "التعدد الإلكتروني وأطرافه"، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، عدد 52، ديسمبر 2019، ص ص 91-109.

ب- المداخلات:

1- نهى شيروف، الآليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري: بين النص والممارسة (مداخلة)، منعقد يومي 2-3 أكتوبر 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.

رابعاً: النصوص القانونية

أ- النصوص القانونية الوطنية:

1- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج. عدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.
2. أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، ج.ر.ج.ج. عدد 52، الصادرة في 27 أوت 2003، المعدل والمتمم.
3. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج. عدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004 معدل ومتمم.
4. قانون رقم 05-02 مؤرخ في 06 فبراير 2005، المتضمن القانون التجاري، ج.ر.ج.ج. عدد 11، صادر في 9 فبراير 2005، يعدل ويتمم.
5. قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، والمتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 36، صادر بتاريخ 20 يوليو 2008.
6. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.
7. قانون رقم 09-04، مؤرخ في 05 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج.ج. عدد 49، صادر بتاريخ 16 أوت 2000.

8. قانون رقم 05-18، مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج. عدد 28، الصادر في 16 مايو 2018.

2-النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 10 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 05، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 10 أكتوبر 2001.

2. مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر.ج.ج. عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

3. مرسوم تنفيذي رقم 98-257 مؤرخ في 25 أوت 1998، المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها، ج.ر.ج.ج. عدد 63، الصادر بتاريخ 26 أوت 1998، معدل ومتمم.

4. مرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007 المؤرخ في 09 ماي 2001، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج.ر.ج. عدد 37 الصادر في 07 جوان 2007. معدل ومتمم.

5. مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ج.ج. عدد 58 صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

6. قانون رقم 15-04 مؤرخ في 01 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج.ج. عدد 06، الصادرة في 10 فبراير 2015.

7. مرسوم تنفيذي رقم 16-142 مؤرخ في 5 مايو 2016، الذي يحدد كيفيات حفظ الوثيقة الموقعة إلكترونياً، ج.ر.ج.ج. عدد 28، الصادر في 08 مايو 2016.

ب- النصوص القانونية الأجنبية:

1- القانون الأونسترال النموذجي الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 85، الجمعية العمومية للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1996 وهو يتكون من 17 مادة وينقسم إلى جزئين الجزء الأول تناول مواد التجارة الإلكترونية عموما والجزء الثاني تناول التجارة الإلكترونية في مجالات معينة.

خامسا: الوثائق

1. برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مذكرة التخرج لنيل إجازة المدرسة العليا، وزارة العدل، المدرسة العليا، الدفعة الرابعة عشر، الجزائر، 2006.

2. عقوني محمد، محاضرات في عقود التجارة الإلكترونية، محاضرات أقيمت على طلبه السنة الثانية ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.

01.....	مقدمة
04.....	الفصل الأول: إبرام عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 18-05
06.....	المبحث الأول: عناصر عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 18-05
06.....	المطلب الأول: أطراف عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 18-05
07.....	الفرع الأول: المتعاقدين عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 18-05
07.....	أولاً: البائع عبر الأنترنت مورد الإلكتروني
07.....	أ- التعريف الفقهي للبائع عبر الأنترنت
08.....	ب- التعريف التشريعي للمحترف الإلكتروني
09.....	ثانياً: المشتري عبر الأنترنت مستهلك الإلكتروني
09.....	أ- التعريف الفقهي للمشتري عبر الأنترنت
10.....	ب- التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني
12.....	الفرع الثاني: الأطراف المساعدة للمتعاقدين في عقد البيع عبر الأنترنت
12.....	أولاً: مورد خدمة الدخول إلى شبكة الأنترنت (متعهد الوصول)
13.....	ثانياً: المعلومة
13.....	ثالثاً: متعهد الإيواء
14.....	رابعاً: ناقل المعلومة
14.....	المطلب الثاني: محل عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 18-05
15.....	الفرع الأول: تعريف محل عقد البيع عبر الأنترنت في ظل قانون رقم 18-05

- 15.....أولاً: السلع.
- 16.....ثانياً: الخدمات.
- 17.....الفرع الثاني: شروط المحل في عقد البيع عبر الأنترنت.
- 18.....أولاً: شرط الوجود (توفر المنتج).
- 18.....ثانياً: شرط التعيين.
- 19.....ثالثاً: شرط المشروعية.
- المبحث الثاني: التكوين الإلكتروني لعقد البيع عبر الأنترنت**
- 20.....في ظل القانون رقم 18-05.
- 20.....المطلب الأول: ضرورة الاستعانة بالوسائل الإلكترونية لعقد البيع عبر الأنترنت.
- 20.....الفرع الأول: التعبير الإلكتروني للإرادة.
- 20.....أولاً: التعبير عن الإدارة عبر البريد الإلكتروني.
- 21.....ثانياً: التعبير عن الإرادة عبر شبكة الموقع (Site Web).
- 22.....ثالثاً: التعبير عن الإرادة عن طريق المحادثة والمشاهدة.
- 22.....الفرع الثاني: صحة التعبير عن الإرادة في عقد البيع عبر الأنترنت.
- 22.....أولاً: توافر الأهلية.
- 23.....ثانياً: عيوب الإرادة.
- 23.....أ- عيب الغلط.
- 24.....ب- عيب التدليس.
- 24.....ج- عيب الإكراه.

- د- عيب الاستغلال.....24
- المطلب الثاني: التبادل الإلكتروني للإرادة في ظل عقد البيع عبر الأنترنت.....25
- الفرع الأول: الإيجاب الإلكتروني.....25
- أولاً: مفهوم الإيجاب الإلكتروني.....26
- أ- تعريف الإيجاب الإلكتروني.....26
- ب- صور الإيجاب.....27
- 1- الإيجاب عبر البريد الإلكتروني.....27
- 2- الإيجاب عبر الويب Web.....28
- ثانياً: النطاق المكاني للإيجاب الإلكتروني.....29
- ثالثاً: الشروط الخاصة بالإيجاب (البيانات الإلزامية التي يتضمنها الإيجاب
- في عقد البيع عبر الأنترنت).....29
- أ- تحديد شخصية الموجب "العارض".....30
- ب- وصف المنتج أو الخدمة محل التعامل.....30
- ج- تحديد ثمن السلعة أو مقابل الخدمة.....31
- د- فترة سريان الإيجاب.....32
- رابعاً: سقوط الإيجاب.....32
- خامساً: الرجوع عن الإيجاب الإلكتروني.....33
- الفرع الثاني: القبول في عقد البيع عبر الأنترنت.....33
- أولاً: مفهوم القبول الإلكتروني.....33

- أ- تعريف القبول الإلكتروني.....34
- ب- صور القبول في عقد البيع عبر الأنترنت.....36
- ثانيا: مدى صلاحية السكوت للتعبير عن القبول عبر الأنترنت.....38
- الفصل الثاني: آثار عقد البيع عبر الأنترنت وفقا للقانون رقم 18-05.....39**
- المبحث الأول: التزامات طرفي عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 18-05..41**
- المطلب الأول: التزامات البائع في ظل القانون رقم 18-05.....41**
- الفرع الأول: الإلتزام بالإعلان الإلكتروني.....41**
- أولا: تعريف الإلتزام بالإعلان الإلكتروني.....42**
- أ- تعريف الفقهي للإلتزام بالإعلان الإلكتروني.....42
- ب- التعريف التشريعي للإلتزام بالإعلان الإلكتروني.....42
- ثانيا: شروط الإعلان الإلكتروني.....43
- أ- وضوح الإعلان الإلكتروني.....44
- ب- ألا يكون الإعلان كاذبا أو مضللا.....44
- ج- منع نشر إعلان لمنتج أو خدمة ممنوعة.....45
- الفرع الثاني: الإلتزام بالإعلام الإلكتروني.....45**
- أولا: تعريف الإلتزام بالإعلام.....46**
- أ- التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام الإلكتروني.....46
- ب- من الناحية القانونية.....46
- ثانيا: كيفية الإلتزام بالإعلام الإلكتروني.....48
- أ- الإعلام عن طريق وسم المنتجات.....48

50.....	ب- إعلام المستهلك بشروط البيع.....
51.....	الفرع الثالث: الإلتزام بالعدول الإلكتروني.....
52.....	أولاً: مفهوم إلتزام في العدول.....
52.....	أ- التعريف الفقهي إلتزام في العدول.....
52.....	ب- التعريف التشريعي إلتزام في العدول.....
53.....	ثانياً: آثار ممارسة إلتزام في العدول.....
53.....	أ- آثار العدول بالنسبة للمحترف الإلكتروني.....
54.....	ب- آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني.....
54.....	المطلب الثاني: إلتزامات المشتري عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18.....
55.....	الفرع الأول: المقصود بالدفع والشروط الواجب توفرها في منصات الدفع الإلكتروني.....
55.....	أولاً: المقصود بالدفع الإلكتروني.....
56.....	ثانياً: الشروط الواجب توفرها في منصات الدفع الإلكتروني.....
56.....	أ- تأمين منصات الدفع في القانون 05-18.....
57.....	ب- تأمين الدفع الإلكتروني.....
58.....	الفرع الثاني: الدفع في ظل عقد البيع الأنترنت.....
58.....	أولاً: الدفع عند التسليم.....
58.....	ثانياً: الدفع عن بعد عبر وسائل الدفع الإلكترونية.....
59.....	المبحث الثاني: إثبات عقد البيع عبر الانترنت وفقاً للقانون رقم 05-18.....
59.....	المطلب الأول: الكتابة الإلكترونية.....

الفرع الأول: المقصود بالكتابة الإلكترونية.....	60
أولاً: تعريف الكتابة الإلكترونية.....	60
ثانياً: شروط الاعتداء بالكتابة الإلكترونية.....	62
الفرع الثاني: حجية الكتابة الإلكترونية في الإثبات.....	63
أولاً: حجية المحررات الإلكترونية الرسمية في الإثبات.....	64
ثانياً: حجية المحررات الإلكترونية العرفية في الإثبات.....	64
المطلب الثاني: التوقيع الإلكتروني وتوثيقه.....	65
الفرع الأول: مفهوم التوقيع الإلكتروني.....	66
أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني.....	66
ثانياً: شروط التوقيع الإلكتروني.....	67
ثالثاً: صور التوقيع الإلكتروني.....	69
الفرع الثاني: حجية التوقيع الإلكتروني في الإثباته وتوثيقه.....	72
أولاً: حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات.....	72
ثانياً: توثيق التوقيع الإلكتروني (التصديق الإلكتروني).....	74
الخاتمة.....	84
قائمة المراجع.....	86
الفهرس.....	97

المخلص

تعالج هذه الدراسة موضوع إبرام عقد البيع عبر الأنترنت في ظل القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يعتبر تعاقد عن بعد تطبق عليه القواعد العامة للعقد مع الأخذ بعين الاعتبار الوسيلة الإلكترونية التي يتم بها، حيث يلتزم التعاقد في البيئة الإلكترونية بنصوص قانونية خاصة تراعي طبيعة التعاقد التي يتم على دعامة إلكترونية.

بما أن البيع عبر الأنترنت أصبح حقيقة واقعية في العالم المعاصر نظرا لما يحققه من مزايا يساعد على توفير الوقت والجهد والمال.

الكلمات المفتاحية:

عقد البيع؛ الأنترنت؛ قانون رقم 05-18؛ المحل؛ التكوين الإلكتروني؛ الإرادة؛ التعبير الإلكتروني؛ التبادل الإلكتروني؛ الإعلان الإلكتروني؛ المستهلك الإلكتروني؛ الكتابة الإلكترونية؛ وسائل الدفع الإلكتروني؛ المحررات الإلكترونية؛ الإثبات؛ التوقيع الإلكتروني؛ التوثيق الإلكتروني؛ العقوبات.