

إشكالية تناسب طبيعة المعطيات المطلوبة من المستهلك الإلكتروني  
في إطار المعاملة التجارية الإلكترونية

**Problematic fits the nature of the data required from the electronic  
consumer in the context of the electronic commercial transaction**

خليلي سهام

جامعة محمد خيضر بسكرة، s.khelili@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2021/05/29 تاريخ القبول: 2021/11/15 تاريخ النشر: 2021/12/31

**ملخص:**

لإبرام العقد التجاري الإلكتروني هناك إجرائين أقرهما المشرع الجزائري أحدهما يقوم به المورد الإلكتروني وهو تقديم "العرض التجاري الإلكتروني"، والآخر يضطلع به المستهلك الإلكتروني وهو "تأكيد الطلبية"، وخلالهما يجب معرفة بعض المعطيات الشخصية عن المستهلك الإلكتروني والتي تسمح بالتعرف عليه بشكل أوفى لإتمام المعاملة التجارية الإلكترونية. لكننا نجد بعض الموردين الإلكترونيين يغالون في طلب معطيات كثيرة من المستهلك الإلكتروني، ويتضح أن حجم المعطيات المطلوبة كبير ولا يتناسب مع طبيعة المعاملة التجارية الإلكترونية. كلمات مفتاحية: المستهلك الإلكتروني، الجمع، العرض التجاري الإلكتروني، المعطيات ذات الطابع الشخصي، الطلبية، المورد الإلكتروني.

**Abstract:**

To conclude the electronic commerce contract, there are two procedures approved by the Algerian legislator, one of which is carried out by the electronic supplier, which is to provide an "electronic commercial offer", and the other is undertaken by the electronic consumer, which is "order confirmation", and during them, some personal data about the electronic consumer must be known, which allows him to be more fully identified to complete the electronic commercial transaction.

However, we find some electronic suppliers exaggerate in requesting a lot of informations from the electronic consumer, and it is clear that the volume of required data is large and does not match the nature of the electronic commercial transaction

**Key words:** The electronic consumer, The collection, Electronic commercial offer, Personal data, The order, The electronic provider.

المؤلف المرسل: خليلي سهام، الإيميل: [s.khelili@yahoo.fr](mailto:s.khelili@yahoo.fr)

مقدمة:

إذا كان الحصول على المنتج أو الخدمة في ميدان التجارة الإلكترونية هو الغاية النهائية من استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولا يتم ذلك إلا بإرسال أو نقل المعطيات عبر شبكة الأنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة من المستهلك الإلكتروني إلى المورد الإلكتروني كمسؤول عن معالجة هذه المعطيات، ليدفع بها هذا الأخير كمدخلات إلى نظام معالجة آخر، فإن ما يمكن إثارته في هذا الصدد يكمن في العلاقة بين هذه المعطيات وطبيعة المعاملة التجارية الإلكترونية، في ظل عالم افتراضي يجهل فيه المستهلك الإلكتروني أغواره ومصير معطياته فيه. ولأن المعاملة التجارية الإلكترونية تتجسد من خلال العقد التجاري الإلكتروني الذي يمر بعدة مراحل لإبرامه، فإن المستهلك الإلكتروني ينبغي أن يقف على طبيعة المعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به والتي تقتضيها كل مرحلة من هذه المراحل.

ولكي تتناسب طبيعة هذه المعطيات مع طبيعة هذه المعاملة ينبغي وجود حدود لا يجوز للمورد الإلكتروني تجاوزها لتحول دون الجمع غير المشروع لها من جهة وبالتالي قيام احتمالية الإعتداء عليها، ولتحقيق الهدف المرجو وهو تحقيق المعاملة التجارية الإلكترونية من جهة أخرى. فما هي حدود المورد الإلكتروني في جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني في إطار المعاملة التجارية الإلكترونية؟ وللإجابة على هذه الإشكالية سنعالج هذا الموضوع من خلال الخطة التالية:

المطلب الأول: إشكالية غموض البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك

الإلكتروني في إطار العرض التجاري الإلكتروني

يجب على المورد الإلكتروني كعارض عدم الإبقاء على كل غموض يطال المعاملة التجارية الإلكترونية، خاصة ما تعلق منها بالمعطيات الشخصية.

### الفرع الأول: المقصود بالمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني محل المعاملة التجارية الإلكترونية

بين المشرع الجزائري في المادة 3 فقرة 1 من القانون رقم 07/18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي المقصود ب "المعطيات ذات الطابع الشخصي"، حيث إعتبرها "كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه "الشخص المعني" (نعني بالشخص المعني في مضمون هذا القانون كل شخص طبيعي تكون المعطيات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به موضوع معالجة) بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لا سيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الإقتصادية أو الثقافية أو الإجتماعية". وعليه يفهم من نص هذه المادة أنه يدخل في عداد البيانات الشخصية البيانات التي تسمح بالتعرف على الشخص بصفة مباشرة، كالبيانات الإسمية (الإسم، القب، تاريخ الميلاد، عنوان البريد الإلكتروني، العنوان البريدي، رقم الهاتف)، بيانات الإتصال (العنوان IP، نوع الجهاز المستعمل ونوع المتصفح ونظام التشغيل، بالإضافة إلى تاريخ ووقت وصول الرسالة)، وبيانات الفوترة (وسائل الدفع وتاريخ الدفع)، والبيانات المهنية (مكان العمل، الشهادات المتحصل عليها، الخبرات المهنية) وغيرها.

كما يدخل في عداد المعطيات الشخصية المعطيات التي تسمح بالتعرف على الشخص بصفة غير مباشرة، كالمعلومات المتعلقة بالهوية البدنية أو الإقتصادية أو الحالة الإجتماعية، أو المتصلة بالعقائد الدينية والسياسية والفلسفية. لكن عبارة "كل معلومة" محل هذه المادة تبقى واسعة جدا فتتفرق إلى ضابط قانوني يحددها كي لا تخضع لتقدير المورد الإلكتروني، لأن القاضي يجد صعوبة في تحديد نطاقها، خاصة في ميدان التجارة الإلكترونية. كما أن موضوع المعطيات الشخصية المتعلقة بالحياة الخاصة ليست المعلومات المخزنة

بجد ذاتها، وإنما تتمثل في المصالح التي تهددها هذه المعلومات غير الصحيحة أو المشوهة (محمد أمين الشوابكة، 2009، ص 63).

والمعطيات الشخصية التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية هي معطيات متعلقة بالأشخاص أطراف التعاقد بمناسبة الحصول على السلع والخدمات، وكذلك البيانات المتعلقة برغبات المستهلك وميوله الشخصي، والتي يمكن تتبعها على شبكة الأنترنت (عبد الفتاح بيومي حجازي، 2002، ص 231)، بمعنى أنها البيانات الإسمية منها والمالية، المهنية، والإستهلاكية (سهام قارون، 2020، ص 1017)، إذا تم جمعها بطريقة مشروعة، كما سنرى أدناه.

### الفرع الثاني: مفهوم العرض التجاري الإلكتروني

تتميز عقود التجارة الإلكترونية بأنها عقود تسبقها مرحلة سابقة عن إبرام العقد هي "العرض التجاري الإلكتروني"، سنحاول من خلال هذا الفرع التعريف به.

**أولاً- تعريف العرض التجاري الإلكتروني:** اعتبر المشرع الجزائري العرض التجاري الإلكتروني شرط إجرائي أول لإبرام المعاملة التجارية الإلكترونية طبقاً للمادة 10 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي مضمونها "يجب أن تكون كل معاملة تجارية مسبوقة بعرض تجاري وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني". من خلال هذه المادة نجد أن المشرع الجزائري لم يعرف العرض التجاري الإلكتروني، كما لم يعرفه بصدد ضبط المصطلحات الخاصة بهذا القانون، بل اكتفى فيها فقط بتوضيح مضمونه كما سنرى أدناه، ليستعلم المستهلك الإلكتروني على العقد الإلكتروني الذي هو مقدم على التوقيع عليه، خاصة ما تعلق فيه بحماية معطياته الشخصية. كما لم يعرفه حتى في المادة 11 من القانون 05/18 التي مضمونها "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات

الآتية: ...الشروط العامة للبيع، لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،...".  
حيث اكتفت هذه المادة بذكر خصائصه وتعداد البيانات التي يحتويها، كما سنرى أدناه.

وعليه يعتبر العرض التجاري الإلكتروني إلتزام قانوني سابق عن العقد الإلكتروني يتوجب فيه على المورد الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل المعاملة التجارية عبر شبكات الأنترنت بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، على أساسه يبنى رضاه، ليتمكن هذا الأخير من استوضح محل المعاملة الإلكترونية، حتى تكون إرادته حرة غير معيبة بغلط أو تدليس من المورد الإلكتروني (قصوري فهيمة، 2018، ص189). حيث يجب أن يكون العرض دقيقا بما فيه الكفاية، يشير إلى استعداد صاحب العرض للإلتزام بتنفيذ العقد حالة القبول (ماني عبد الحق، 2018، ص142)، فهو أول الأدوات التي يستعملها المورد الإلكتروني في عرض منتجاته أو خدماته للمستهلك الإلكتروني، سواء كان معروف للمنشأة أو جديدا (قصوري فهيمة، 2018، ص188).

وعليه يفترض أن تجسد المفاوضات في عقود التجارة الإلكترونية شأنها شأن المفاوضات في العقود الكلاسيكية حسن نية طرفي المعاملة وتصميمهم على إبرامها واستعمال العبارات المناسبة التي تؤدي لتحقيق المعاملة، كما تعكس وجود مساحة لإعمال مبدأ سلطان الإرادة واتجاه المتعاقدين للإتفاق حول جميع تفاصيل العقد (قصوري فهيمة، 2018، ص188)، فهل تنصرف هذه المفاوضات للتفاوض على المنتج فقط أم تنصرف حتى إلى التفاوض على طبيعة المعطيات ذات الطابع الشخصي؟

إذ يتم التحضير لإبرام العقد النهائي بالتفاوض من خلال رسائل البيانات التي تكون ظاهرة على شاشة الحاسوب المتضمنة الشروط التي يرغب كل طرف توفرها في محل إلتزامه، لكن تبقى إرادة الأطراف حرة في الإستمرار أو الإنسحاب، وذلك لإرتباط العرض التجاري بمبدأ حرية التعاقد، لأنه ذو نتيجة احتمالية قد يفضي للتعاقد أو يفضي إلى لا شيء (عيلام أكسوم رشيدة، 2018، ص 229 وأنظر الهامش رقم 2 من نفس الصفحة). وعليه يقوم المورد الإلكتروني بعرض السلعة أو الخدمة لإعلام المستهلك بغرض التعرف

عليها وعلى خصائصها ونوعيتها ليُرَجَّحَ في اقتنائها، ونظرا لعدم التواجد الفعلي للمستهلك مع السلعة أو الخدمة التي يريد اقتنائها بغرض المعاينة الجيدة والتثبت من جودتها والتأكد من كيفية تقديمها، فإنه يتعرف عليها من خلال العرض الذي يقدمه المورد الإلكتروني (قصورى فهيمة، 2018، ص 189)، ومن أجل ذلك فرض المشرع على المورد الإلكتروني تقييد عرضه بضرورة توفر جملة من البيانات نوردها أدناه.

**ثانيا- مضمون العرض التجاري الإلكتروني:** يتضمن العرض التجاري الإلكتروني البيانات المذكورة أدناه لكن ليس على سبيل الحصر، كما ذكر المشرع الجزائري في المادة 11 من القانون 05/18، وهي كالاتي:

**1- التعريف بهوية المورد الإلكتروني:** (رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم الهاتف، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي)، حيث تعتبر هذه المعلومات ضمانا للمستهلك للتأكد من هوية الطرف الثاني في المعاملة التجارية الإلكترونية المزمع إبرامها، وعدم الوقوع ضحية للشركات الوهمية، كما أن البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين المنشأة على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري والتي تمثل قاعدة بيانات تضم أسماءهم، تكون منشورة عن طريق الإتصالات الإلكترونية في متناول المستهلك الإلكتروني، وعليه يمكنه الإستعلام عليهم (المادة 02، القانون 05/18).

**2- التعريف بالسلعة أو الخدمة:** من حيث الطبيعة والخصائص، كيفية التسليم وكيفية وإجراءات الدفع، وشروط وآجال العدول، عند الإقتضاء.

**3- البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي خلال كامل مراحل تنفيذ المعاملة التجارية الإلكترونية:** يجب أن يتضمن العرض التجاري الإلكتروني الشروط العامة للبيع، لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، واعتبرها من الشروط العامة للبيع، فهل هذا دليل على أن النفاوض يطال حتى هذه المعطيات؟ كما يجب أن يرد العدول حتى على البنود المتعلقة بحماية هذه المعطيات، لأنه يجب أن تلقى هذه المعطيات نفس المصير من الحماية بصدد هذا الإجراء، باعتبار العدول

هو حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتج ما دون وجه سبب، ضمن احترام شروط التعاقد طبقاً للمادة 19، (القانون 03/09 المعدل والمتمم، 2009)، وهو ما يفهم أيضاً من المادة 26 من القانون 05/18 بأنه "ينبغي للمورد... الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين..."، لأن عبارة "الزبائن المحتملين" تدل على أنه حتى في حالة العدول عن إتمام المعاملة التجارية الإلكترونية فإن معطياته الشخصية تلقى نفس المصير، خاصة ما تعلق منها بالمسح ومدة التخزين. ولهذا يجدر بالمورد الإلكتروني عرض الإجراءات المتعلقة بكيفيات حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك المتعاقد معه بما يفيد توضيح سياسة الخصوصية التي ينتهجها ذلك المورد، من خلال تقديمه لمعلومات وافية حول أسلوب نقل هذه المعطيات، وكيفية استخدامها وآليات حمايتها، والخيارات المتاحة في سبيل الوصول إليها والإلتزام بعدم كشفها للغير دون موافقته، ضماناً لمبدأ الشفافية في مرحلة تجميع المعطيات من جهة ولأن الخطورة تزداد عندما يحتفظ بما المورد الإلكتروني ليقوم بتخزينها دون أن يعمل على تأمينها بشكل كاف وفعال من جهة أخرى (سهام قارون، 2020، ص ص 1017، 1018)، حيث يشمل التأمين حتى تأمينها من عدم معالجتها لأغراض أخرى في ظل الطابع المفتوح لشبكة الأنترنت.

ثالثاً- خصائص العرض التجاري الإلكتروني: للعرض التجاري الإلكتروني عدة خصائص وهي كالآتي:

**1- أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية:** يجب أن يتضمن البيانات الإيجابية التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 11 المذكورة أعلاه، ليعلم المستهلك مع من يتعاقد وليتأذى له العرض وبياناته، حيث يجب أن يكون في شكل صورة سواء كانت ساكنة أو تفاعلية، مما قد يترتب مسؤولية المورد الإلكتروني حال انعقد العقد بالصوت فقط (ماني عبد الحق، 2018، ص 142)، ليتمكن المستهلك الإلكتروني من الوقوف خاصة على الشروط المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وأن لا تكون هذه المعطيات مخفية أو يستعمل المورد نظام إلكتروني صعب الولوج إليه كإستعمال روابط قد تحيل

المستهلك الإلكتروني إلى مواقع غير مشروعة، أو في أيقونة غير واضحة بقصد إخفاء سياسة الخصوصية لموقعه.

**2- أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مقروءة:** حيث تشمل المقروئية وضوح الكتابة، نوع الخط بالنظر إلى مساحة عرض البيانات، لون الخط، ولغة الكتابة(ماني عبد الحق، 2018، ص143)، لأنه من حق المستهلك قراءة البنود المتعلقة بكيفية حماية معطاته الشخصية حالة قبوله التعاقد والبدء بجمعها من قبل المورد الإلكتروني. كما يتعين أن يتم إدراج أيقونة أو أية وسيلة معلوماتية من قبل المورد الإلكتروني ليوضح فيها سياسة الخصوصية على مستوى موقعه، تكون مفهومة وقابلة للقراءة، تتضمن المعلومات المتعلقة بكيفية حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وكذلك إعلامه بحقوقه بمناسبة هذه المعالجة. كما يمكن أن تشمل مدة الإحتفاظ بالبيانات الشخصية، وأغراض المعالجة أو الحق في سحب الموافقة، فالأيقونة ينبغي أن تجذب انتباه المستهلك بطريقة ممتعة وبتكيفة مع البيئة الرقمية بدلا من نص طويل بحيث يجب أن تكون أداة مكملة لسياسة الخصوصية(Marie Lifrage,2017/2018,p33).

**3- أن يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مفهومة:** يجدر بالمورد الإلكتروني عدم استعمال عبارات غامضة أو استعمال عبارات علمية تكون غير مفهومة للمستهلك الإلكتروني العادي(ماني عبد الحق، 2018، ص143). كما يجب أن لا تكون عبارات الخصوصية طويلة ومعقدة بشكل مبالغ فيه، لأجل ذلك نجد المستهلك الإلكتروني لا يدقق مع هذه العبارات وينقر مباشرة دون تفكير على خانة "قبول"، هذا الأمر قد يكون فيه استغلال لنقص ثقافته في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لذلك على المورد الإلكتروني تبسيط المعلومات بهدف جعلها سهلة الوصول من خلال الإمتناع عن اللجوء إلى أي لغة قانونية مبهمّة، لأن هذا الأمر يشكل حاجزا أمام الحصول على الموافقة المستنيرة للمستهلك الإلكتروني(Marie Lifrage,2017/2018,p-p 29-31)، كما يشترط أن تكون هذه البيانات باللغة العربية كما جاء في القانون 05/91 المتعلق بتعميم استخدام اللغة العربية لسنة 1991.



المطلب الثاني: إشكالية تجاوز المورد الإلكتروني حدود الحق في جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي عند تأكيد الطلبية

يجدر بالمورد الإلكتروني احترام ممارسة حق الجمع الذي منحه له المشرع اتجاه هذه المعطيات وإلا خضع للمساءلة القانونية، كما سنرى أدناه.

### الفرع الأول: عدم إنترام حدود الحق في الجمع من قبل المورد الإلكتروني

رسم المشرع الجزائري للمورد الإلكتروني حدود لا يجوز له تخطيها، منها ما هو موضوعي ومنها ما هو إجرائي تتمثل فيما يلي:

#### أولاً- عدم إنترام الحدود الموضوعية: تتمثل هذه الحدود الموضوعية في:

**1- تجاوز فعل الجمع ما يقرره القانون:** الأصل أن يكون الفعل إستعمالاً لحق يقرره القانون، وهو ما أقره المشرع الجزائري في المادة 26 من القانون 05/18، التي جاء فيها بأنه "ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية..."، ونعني بالجمع موضوع هذه المادة "عملية الإلمام المسبق بالمعطيات وتنظيمها من أجل استعمالها فيما بعد"، حيث يتم الجمع الآلي في جهاز معلوماتي عن طريق انتقاء المعطيات وإدراجها في سجلات أو ملفات رقمية (طباش عز الدين، 2018، ص30)، وهي عملية يتم بمقتضاها إستعادة البيانات الشخصية، ولا يمكن إسترجاعها إلا بموافقة الشخص المعني (محمد أحمد المعداوي، ص1950 هامش1). فعملية الجمع تعتبر أولى مراحل المعالجة الآلية للمعطيات ذات الطابع الشخصي، حيث نعني بهذه الأخيرة "كل عملية أو مجموعة عمليات منجزة بطرق أو بوسائل آلية أو بدونها على معطيات ذات طابع شخصي"، مثل الجمع الذي يمكن القيام بكل عمليات المعالجة الآلية التي ذكرها المشرع كالتسجيل الذي يعتبر الخطوة الثانية بعد عملية جمع البيانات، حيث يتم ذلك من خلال حفظ هذه البيانات في قاعدة بيانات (محمد أحمد المعداوي، ص1950 هامش1)، بالإضافة إلى عمليات

المعالجة الموالية للجمع والتسجيل تأتي عملية التنظيم أو الحفظ أو الملائمة أو التغيير أو الإستخراج أو الإطلاع أو الإستعمال أو الإيصال عن طريق الإرسال أو النشر أو أي شكل آخر من أشكال الإتاحة أو التقريب أو الربط البيئي، وكذا الإغلاق أو التشفير أو المسح أو الإتلاف، وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 03 من القانون 07/18.

وعليه يجب على المورد الإلكتروني احترام حقوق المستهلك الإلكتروني بمناسبة هذا الجمع وعدم تجاوزه مشروعية ممارسة واستعمال هذا الحق وإلا يكون قد أضر به (Vincent Fauchoux, Pièrre) لأن حماية هذه المعطيات بمناسبة المعالجة الآلية لها من الحقوق الأساسية التي كفلها التعديل الدستوري الجزائري لسنة 2020 فقرة 4 بنصه أن " حماية الأشخاص عند معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي حق أساسي"، وعليه قرر المشرع الجزائري "ألا يجمع إلا المعطيات الشخصية الضرورية لإبرام المعاملة التجارية الإلكترونية"، لأن هذه العبارة غامضة خاصة في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث يجد القاضي صعوبة في إعمال سلطته التقديرية، غير أن المادة 26 من القانون 05/18 أفرت بأنه يجب على المورد الإلتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، وعليه قد نجد تفسيرها في المادة 9 من القانون 07/18، حيث يقصد بأنها "بيانات ضرورية" أن تكون "ملائمة" و"مناسبة" لطبيعة المعاملة، ولكي تكون هذه المعطيات ملائمة ومناسبة لطبيعة المعاملة، يجب أن تكون مجمعة كما نصت عليه المادة 9 المذكورة أعلاه:

أ- **مجموعة لغايات محددة** طبقاً لمبدأ تحديد الغرض قبل بدء المعالجة، إذ يجب على المورد تحديد الغرض من المعالجة، لأنه يجب أن تتم معالجتها لأغراض محددة وصریحة ومشروعة، فهذا المبدأ يحد من حرية المورد الإلكتروني في التصرف في هذه المعطيات كمسؤول عن المعالجة (Marie Lifrage, 2017/2018, p34)، حيث يكلف هذا الأخير بضمان احترام أحكام المادة 9 من القانون 07/18 تحت رقابة السلطة الوطنية طبقاً لما جاء فيها.

ب- واضحة (تحقيق المعاملة وليس للمتاجرة بها أو يكون المورد الحقيقي خفي) ومشروعة، والغاية من تجميع هذه المعطيات في ميدان التجارة الإلكترونية هي تحقيق المعاملة التجارية النزينة والموثوقة، وبذلك يكون نطاق استعمال الحق في الجمع، هو تحقيق المعاملة التجارية النزينة والموثوقة.

ج- غير مبالغ فيها بالنظر إلى الغايات التي من أجلها تم تجميعها أو معالجتها (محددة)، والغاية هنا هي تحقيق المعاملة التجارية الإلكترونية، والتي تكون محددة في "التصريح" أو "الترخيص" كما سنرى أدناه، وهي طبقا للمادة 26 فقرة 1 من القانون 05/18، المعلومات اللازمة لصحة التعاقد والكفيلة بالتعريف بالمستهلك الإلكتروني وتحديد هويته، وضمان تنفيذ العقد الإلكتروني، وأيضا في المادة 7 فقرة 4 من التنظيم الأوروبي المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للأشخاص الطبيعيين بمناسبة المعالجة الآلية لها وحرية تنقلها، في حالة كانت موافقة الشخص المعني بكل حرية، ينبغي الأخذ في الحسبان ما إذا كان تنفيذ العقد بما في ذلك أداء الخدمة يخضع لموافته على معالجة بياناته الشخصية التي لا تكون ضرورية لتنفيذ العقد (Reglement (UE) 2016/679,2016)، حيث يستفاد منها أنه لتنفيذ هذا العقد يجب أن لا يجمع إلا الضروري لإبرام المعاملة التجارية، وبذلك تكون موافقة الشخص المعني هي الضابط الذي يحتكم إليه في تحديد الضروري من البيانات الشخصية، كما سنرى أدناه.

حيث نجد عديد الموردين بغرض القيام بالمعاملة الإلكترونية يجمع بيانات لا علاقة لها بالعقد، مثل طلب رقم البطاقة الائتمانية أو طلب قيمة رصيد المستهلك في البنك أو هل يتعدى مبلغ معين، أو طلب اسم البنك الذي يتعامل معه مع أن الدفع سوف يتم خارج الخط؛ وكذلك المعلومات الخاصة بالممولات الاستهلاكية وغيرها. فمثلا إذا كان موضوع المعاملة منتج للتجميل قد تجده يطرح عليك سؤالا هل تعاني الحساسية من مادة معينة في المنتج أو هل تعاني من حساسية لمادة معينة خوفا أن تكون في المنتج، أو هل تعاني من مرض معين قد يحول دون حصولك على هذا المنتج مع إمكانية حصولك على منتج خاص بك حصريا، أو قد يوجد لدينا بديلا عنه بالمادة الفلانية، فيطلع على معطياتك الصحية بطريقة غير مباشرة وهي حساسة؛ وقد يكون المنتج للشباب خاصة منتوج الطاقة أو لكمال الأجسام، أو إذا كنت مسلما

فمنتجنا حلال، أو فيه رمز الصليب أو أية علامة للتعرف على ميولاته الدينية، لأن المورد يجمعها ويقوم ببيعها لجهات أخرى تتاجر في هذه المعطيات أو لتحليلها، ويكون قد حصل عليها دون رضاه، وهي طريقة غير مشروعة وكلها في مرحلة التفاوض لأن البيانات تختلف باختلاف المراحل .

ولهذا يكلف المشرع الجزائري المورد الإلكتروني كما جاء في المادة 9 من القانون 07/18، بضمان احترام أحكام هذه المادة، تحت رقابة السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، التي تتجسد في جانب منها في "التصريح" و"الترخيص" المذكورين أدناه، لكن رغم ما ورد ذكره أعلاه بشأن هذه المادة إلا أن عبارة "البيانات الضرورية" تبقى غامضة بالنظر لغياب معيار قانوني لتحديد الضرورة، وإلا يبقى الأمر رهين السلطة التقديرية للقاضي.

**2- سوء نية المورد الإلكتروني بصدد جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي:** نغني بها الجمع لغاية غير مشروعة، كما جاء في المادة 9 من القانون 07/18، ولذلك إعتبر المشرع كل إستعمال تعسفي للحق خطأ، يتجاوز به المورد مبدأ حسن النية، ولقد قرر المشرع الجزائري إستعمال الحق في القانون المدني وقانون العقوبات، ووضع حدودا له في المادة 124 مكرر من القانون المدني بإعتباره الشريعة العامة مما يفسر عدم مشروعية هذا الحق حين يمارس خارج نطاق حدوده المشروعة بالرغم من عدم تعريف المشرع للحق المشروع، لكنه بين لنا بعض الحالات من ضمنها إذا وقع بقصد الإضرار بالغير. وهو ما ألح عليه المشرع في المادة 9 من القانون 07/18، بأن لا تعالج هذه المعطيات لاحقا بطريقة تتنافى مع هذه الغايات، لأن هذا القانون إشرط أن تتم المعالجة الآلية لهذه المعطيات، مهما كان مصدرها أو شكلها، في إطار إحترام الكرامة الإنسانية والحياة الخاصة والحريات العامة و أن لا تمس بحقوق الأشخاص وشرفهم وسمعتهم. فلا يجب أن يتم استغلال هذه البيانات مثلا في الكشف عن مصادر ثروة صاحبها أو معرفة مركزه المالي أو معرفة أي شأن ذو صلة بحياته الخاصة (حزام فتيحة، 2019، ص284).

ثانيا- عدم الالتزام بالحدود الإجرائية: نصت المادة 26 من القانون 05/18 على أنه "...يجب عليه الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال..."، وكما سبق ذكره فإن هذه المادة أحالتنا إلى القانون 07/18، حيث أقر هذا الأخير حدودا إجرائية لا ينبغي تجاوزها من قبل المورد الإلكتروني تسبق إجراء الجمع، تتمثل في الحصول على موافقة المستهلك الإلكتروني، وحصوله على التصريح أو الترخيص من قبل السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وهي سلطة إدارية مستقلة لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، تقوم بمنح التراخيص وتلقي التصريحات المتعلقة بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، إعلام الأشخاص المعنيين والمسؤولين عن المعالجة بحقوقهم وواجباتهم الأمر بإغلاق معطيات أو سحبها أو إتلافها(المادة 22 و25، القانون 07/18)؛ تتكون من ثلاث قضاة يقترحهم المجلس الأعلى للقضاء من بين قضاة المحكمة العليا ومجلس الدول، ثلاث شخصيات من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية من بين ذوي الاختصاص في مجال عمل السلطة الوطنية، عضو عن كل غرفة من البرلمان، ممثل عن المجلس الوطني لحقوق الإنسان، ممثل عن الوزارات التالية: الدفاع الوطني، الشؤون الخارجية، الداخلية، وزارة العدل، البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، الصحة، العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي(المادة 23، القانون 07/18). لكن بالنظر لتشكيلة هذه السلطة نرى أن المشرع الجزائري لم ينص على وجود تمثيل من وزارة التجارة رغم أنه مجال شديد الصلة بمجال عملها خاصة بصدد التجارة الإلكترونية، لأنها تعنى بتقديم الإستشارات للأشخاص والكيانات لمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي(المادة 25، القانون 07/18)، ضمن حدود دورها الإستشاري كسلطة إدارية مستقلة(جبري محمد، 2013/ 2014، ص128).

حيث يعتبر التمثيل عن كل جهة مبدأ يضمن به المشرع لهذه القطاعات وجودها داخل هذه السلطة بما يتناسب مع قوة تأثيرها على مجال هذا التدخل ليدعم مصداقيتها، لأن نجاحها يقتضي مشاركتهم ويزيد من درجة امتثالهم لها، إلا أن غياب مثل هذا التمثيل يحول دون ذلك(جبري محمد، 2013/2014، ص203). وعليه تتمثل هذه الحدود في:

**1- اجمع دون الحصول على موافقة المستهلك الإلكتروني:** نعي به أن يتم إستقبالها أي تناولها من المستهلك الإلكتروني ذاته(المادة 07، القانون 07/18)، حيث يعتبر حصول العارض على موافقة المستهلك(المادة26، القانون05/18) تحدي في العصر الرقمي، فالمشرع الفرنسي مثلاً يراهن على موافقته كوسيلة لحماية معطياته الشخصية، التي قد تتأثر بإكراهه، أو نص قانوني أو واجب (Marie Lifrage,2017/2018,p29)، فتجاوز الموافقة الصريحة للمستهلك الإلكتروني تنصرف حتى إلى حالة اجمع المشروع ولكن يتجاوزه إلى حد إدراج معطيات لا تدخل في صميم الغرض من اجمع(المعالجة) المتمثل في إتمام المعاملة التجارية الإلكترونية، أو حصل على بعض المعطيات الشخصية التي لم يصرح بها المستهلك من خلال إختراق المورد الإلكتروني لبريده الإلكتروني، أو الإستييان. لأن الموافقة هي شرط من شروط الشرعية وليست تنازلاً عن تطبيق المبادئ الأخرى(Marie Lifrage,2017/2018,p33).

**2- اجمع دون الحصول على تصريح:** قد يجمع المورد الإلكتروني دون الحصول على تصريح، والذي نعي بالتصريح في مضمون القانون 07/18، طلب يقدمه المورد الإلكتروني للسلطة الوطنية مضمونه الإلتزام بإجراء المعالجة وفقاً لأحكام هذا القانون، وعليه يستلم المورد وصل الإيداع أو يرسل بالطريق الإلكتروني، فوراً أو في أجل أقصاه 48 ساعة(المادة13، القانون07/18)، تحدد فيه 9 بيانات هي على التوالي كما جاء في المادة 14 من نفس القانون: اسم وعنوان المسؤول عن المعالجة أو ممثله، طبيعة المعالجة (آلية أو يدوية)، وخصائصها والغرض منها، وصف فئة الأشخاص المعنيين و وصف لفئة المعطيات ذات الطابع الشخصي، المرسل إليهم أو فئات المرسل إليهم الذين قد توصل إليهم المعطيات، طبيعة المعطيات المزمع إرسالها إلى دول أجنبية، مدة حفظ المعطيات، وصف عام يمكن من تقييم أولي لمدى ملائمة التدابير المتخذة من أجل ضمان سرية وأمن المعالجة، الربط البيئي أو جميع أشكال التقريب الأخرى بين المعطيات، وكذا التنازل عنها للغير أو معالجتها من الباطن، تحت أي شكل من الأشكال، سواء مجاناً أو بمقابل(المادة14، القانون 07/18).

كما تثار مسؤوليته حتى في حالة الجمع الذي لا يكون من شأنه المساس بحقوق وحرية الأشخاص المعنيين وحياتهم الخاصة دون الحصول على تصريح بسيط يذكر فيه فقط العنصر رقم 1 و2 و3 و4 و5 و6 من المادة 14 المذكورة أعلاه. لأن السلطة الوطنية وحدها المخولة بتقدير هذا الأمر، كما يعتبر الإعتداء عليها أيضا في حالة تجاوزه حدود التصريح الممنوح له قانونا.

**3 - الجمع دون الحصول على ترخيص:** نعني بالترخيص القرار الصادر عن السلطة الوطنية في المادة 17 من القانون 07/18، إذا تبين لها أن المعالجة المزمع القيام بها تتضمن أخطارا ظاهرة على احترام وحماية الحياة الخاصة والحرية والحقوق الأساسية للأشخاص؛ لأنه في الأصل عبارة عن تصريح يتحول بالنظر إلى الأسباب المذكورة أعلاه إلى ترخيص وهو ما يفهم من عبارة "يجب أن يكون قرار السلطة الوطنية مسببا وأن يبلغ إلى المسؤول عن المعالجة في أجل العشرة (10) أيام التي تلي تاريخ إيداع التصريح" من نفس المادة. وبالنظر أيضا إلى أجل الرد فهو 10 أيام التي تلي إيداع التصريح عكس التصريح في المادة 13 من نفس القانون، الذي يكون الرد فورا أو خلال 48 ساعة، وهذا لدليل أيضا على أن السلطة تقوم بإجراء تحقيق حول طبيعة فئة المعطيات المعالجة والأخطار التي قد تتعرض إليها. وعليه قد يجمع دون حصوله على الترخيص الذي يتقرر عندما يتبين للسلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي أن المعالجة قد تتضمن مساسا ظاهرا بالحياة الخاصة والحرية والحقوق الأساسية للأشخاص فيتحول التصريح إلى ترخيص (المادة 17، القانون 07/18)، كما هو الشأن إذا كان الجمع سيتم في شبكات مفتوحة.

**الفرع الثاني: قيام المسؤولية الجزائية عن تجاوز حدود الحق في جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي**

رتب المشرع الجزائري مجموعة من الجزاءات تترتب على مخالفة الحدود المفروضة لجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي، حيث تتنوع هذه الجزاءات بين ما تختص بتوقيعه السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي وبين ما تختص بتوقيعه الجهة القضائية الجزائية.

أولاً- الجزاءات الإدارية التي توقعها السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي: بالعودة إلى نص المادة 46 من القانون 07/18، فإنها تعاقبه عن مخالفته للأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها، حيث تتمثل هذه العقوبات في: -الإنذار/-الإعذار/-السحب المؤقت لمدة لا تتجاوز سنة، أو السحب النهائي لوصل التصريح أو للترخيص/-الغرامة، ولقد ذهب المشرع أكثر من ذلك في المادة 47 من نفس القانون عند فرضه غرامة 500.000 دج حيث لم يمنح للسلطة الوطنية سلطة تقدير نسبة الغرامة كما في المادة 46 المذكورة أعلاه، ويرجع ذلك في نظرنا لخطورة هذه الأفعال المتمثلة في:

-الرفض دون سبب شرعي حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام.

-عدم تبليغ السلطة بهوية ممثله المقيم بالجزائر الذي يحل محله في جميع حقوقه وإلتزاماته الناتجة عن أحكام هذا القانون ونصوصه التطبيقية.

-عدم تبليغ السلطة عن أي تغيير للمعلومات موضوع التصريح المذكور أعلاه أو حذف يطال المعالجة .

ثانياً- الجزاءات التي تطبقها الجهات القضائية المختصة: هذا السلوك معاقب عليه في إطارين قانونيين مختلفين هما القانون 07/18 والقانون 05/18 السابق ذكرهما. فبالعودة إلى المادة 39 من القانون 05/18، نجد أنها تعاقب كل مورد إلكتروني يخالف أحد الإلتزامات المنصوص عليها في المادة 11 والمادة 12 السابق ذكرهما من هذا القانون وهي السلوكات الآتية:

**1- مخالفة الإلتزام بإدراج بند حماية المعطيات الشخصية في العرض التجاري الإلكتروني:** هي جريمة عمدية الخطأ في حق المورد مفترض يكفي فيها القصد الجزائي العام من علم وإرادة، لإثبات أن نيته انصرفت إلى عدم إدراج هذا البند في العرض التجاري الإلكتروني أو تعمدته تقديم هذا العرض بطريقة غير مفهومة أو بطريقة غير مقروءة ليحول دون فهم المستهلك الإلكتروني البند المتعلق بحماية المعطيات ذات



الطابع الشخصي- لا يتصور فيها الإهمال- مما يثير سوء نية المورد الإلكتروني اتجاه هذه المعطيات من حيث تعريفه بمحدود الجمع والغرض الحقيقي له.

## 2- مخالفة الالتزام بعدم توجيه اختيار المستهلك الإلكتروني

2-الإخلال بالالتزام وضع الشروط التعاقدية المتعلقة بالمعطيات ذات الطابع الشخصي في متناول المستهلك الإلكتروني: يريد أن يحول دون تمكين المستهلك من التعاقد بعلم ودراية وخاصة فيما يتعلق بعمله بمصير معطياته الشخصية، وكل هذا يعتبر تدليس.

وفي هذا الإطار رتب المشرع عقوبة الغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج، لكن نسبة هذه العقوبة بالنظر للأبعاد الإجرامية لهذا الإخلال تظهر غير كافية بالنظر للقيمة التي تمثلها هذه المعطيات. كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز (6) أشهر. لكن هذه السلوكات كلها تصب في بوتقة جريمة الجمع غير المشروع للمعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني المنصوص عليها في المادة 59 من القانون 07/18، أين جرم المشرع سلوك كل من قام بجمع هذه المعطيات بطريقة تدليسية أو غير نزيهة أو غير مشروعة، حيث أوجب المشرع العقاب على كل من يقوم بالجمع بطريقة "غير مشروعة" أي بطريقة التدليس الذي نعني به استعمال كل وسائل الخداع والإحتيال، بما فيها الكذب على الشخص المعني بالتأثير على إرادته (طباش عز الدين، 2018، ص32)، لأن التأثير هنا يدخل ضمن السلوك المجرم في المادة 39 من القانون 05/18، وبذلك يكون قد جمع معطيات شخصية بعيدة كل البعد عن نطاق المعاملة التجارية الإلكترونية، أو الجمع بطريقة غير نزيهة والتي نعني بها مخالفة الجاني لقواعد الأخلاق التي يقتضيها نشاطه التجاري أو في معاملته للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وبالتالي إخلاله بالالتزام المهني.

ولقد رتب المشرع الجزائري في حقه عقوبة الحبس من سنة (1) إلى ثلاثة (3) سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج، طبقا للمادة 59 المذكورة أعلاه، وهي جنحة تدل على مدى وعي المشرع بخطورة هذا السلوك، حيث نرى أنها العقوبة الأنسب لجريمة الجمع غير المشروع لهذه المعطيات.

## خاتمة

وفي ختام هذه الدراسة نخلص إلى مايلي:

- إن المعني بمراقبة تفعيل أحكام المادة 26 من القانون 05/18 هي السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، في إطار الإحالة إلى القانون 07/18 السابق ذكره، التي يجب على المشرع التعجيل بتنصيبها حماية لهذه المعطيات.

- عدم وجود حد معين أو ضابط يتوقف عنده المورد الإلكتروني بصدد جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني، مادام يتبادر لذهن هذا الأخير أن هذا المورد يأخذ بموافقه وبطريقة مشروعة، في ظل عالم إفتراضي يجهل المستهلك الإلكتروني خباياه، رغم أن المشرع الجزائري أوجب ألا تجمع هذه المعطيات إلا لغايات محددة وواضحة ومشروعة وغير مبالغ فيها بالنظر للغايات التي من أجلها تم جمعها، تحت رقابة السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

- ضرورة الإسراع بتفعيل البطاقة الإلكترونية للموردين الإلكترونيين على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري، لتفعيل التنسيق بين هذا الأخير وبين السلطة الوطنية المذكورة أعلاه لإعمال الرقابة على نشاط المورد الإلكتروني بمناسبة جمعه للمعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني وتتبع مصير ومآل هذه المعطيات، رغم غياب تمثيل وزارة التجارة في التشكيلة الجماعية لهذه السلطة كسلطة إدارية مستقلة، فعلى المشرع مراعاة ذلك في قانون تنصيب هذه السلطة.

- عدم انسجام رؤية المشرع الجزائري فيما يخص الجزاءات المقررة لهذه المخالفة في النصوص القانونية ذات الصلة سواء القانون 07/18 السابق ذكره أو القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، لأنه كان يفترض أن تكون ديباجة المادة 39 من القانون 05/18 المذكور أعلاه كما في المواد 38 و37 من نفس القانون بإدراجه عبارة "دون المساس بالعقوبة الأشد"، لكي تنسجم مع العقوبة المقررة في المادة 59 من القانون 07/18 فيما يتعلق بنفس السلوك تجنبا لتعارض الأحكام القضائية في ذات الموضوع، وعليه

نوصي المشرع الجزائري بمراجعة المادة 39، باتخاذ نفس المنهج الذي اعتمده في أحكام المواد 38، 37 من نفس القانون، أو أن يوحد نص التجريم وتصبح العقوبة ذاتها الموجودة في المادة 59 من القانون 07/18.

### قائمة المراجع

- القانون 05/91 المتعلق بتعميم استخدام اللغة العربية، الصادر في 16/01/1991، جريدة رسمية رقم 03، الصادرة في 16/01/1991.
- القانون 03/09 المعدل والمتمم، الصادر في 25/02/2009، جريدة رسمية 15، الصادرة في 08/03/2009.
- القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الصادر في 10 ماي 2018، جريدة رسمية 28، الصادرة في 16 ماي 2018.
- القانون 07/18 الصادر في 10 يونيو 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي الجزائري، الصادر في 10 جوان 2018، جريدة رسمية رقم 34، الصادرة في 10 جوان 2018.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، (مصر: دار الفكر الجامعي، 2002).
- محمد أمين الشوابكة، جرائم الحاسوب، (الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009).
- جبري محمد، السلطات الإدارية المستقلة والوظيفة الإستشارية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2013/2014.
- عيلام أكسوم رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 1018.
- حزام فتيحة، الضمانات القانونية لمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي دراسة على ضوء القانون 07/18، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، مجلد 08، العدد 04، 2019.

- طباش عز الدين، الحماية الجزائية للمعطيات الشخصية في التشريع الجزائري دراسة في ظل القانون 07/18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، المجلة الأكاديمية، المجلد 09، العدد 02، 2018.
- قصوري فهيمة، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الإلكتروني طبقا للقانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، المجلد 03، العدد 02، 2018.
- سهام قارون، إلتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، العدد 02، 2020.
- ماني عبد الحق، التنظم القانوني لقيام التراضي في العقود الإلكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 02.

-Vincent fauchoux – pierre deprez , Le Droit de L'internet, LexisNexis , 2008, France.

-Marie lifrage, Protection des données à caractère personnel : le consentement à l'épreuve de l'ère numérique, Travail de fin d'études master en droit des affaires, LIEGE université, France, 2017/2018,

-Reglement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016, relatif à la protection des - personnes physiques à l'égard du traitement des données à aractère personnel et à libre circulation de ces données, sur le site web : <http://eur-lex.europa>.

-محمد أحمد المعداوي، حماية الخصوصية المعلوماتية عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، منشورة على الموقع: [flaw.stapfu.pu.edu.eg](http://flaw.stapfu.pu.edu.eg) أنظر: هامش رقم 1 ص 18، 2020/12/1950.