

التراضي الالكتروني بين المنتج والمستهلك في التشريع الجزائري

Electronic agreement between the producer and the consumer in the Algerian legislation

• محمد الصالح بن عومر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد دراية أدرار، الجزائر، القانون

الخاص /06.59.52.17.13 benomeur2000@yahoo.fr

- Received date: 06/06/2018
- Accepted date: 05/01/2019
- Publication date: 15 /04/2019

المخلص: أصدر المشرع القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم، وكذا القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية. وذلك قصد حماية المستهلك لأنه طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية التي تربطه بالمنتج أو المتدخل، وخاصة في ما يتعلق منها بالتعاقد الالكتروني، ولذلك سنتناول التراضي الالكتروني بين المنتج والمستهلك، وذلك بالبحث عن تحديد مفهوم الإيجاب الالكتروني، والفرق بينه والإشهار الالكتروني، وهل الإشهار الموجه عبر شبكات الويب إلى الجمهور يعد دعوة للتعاقد أم إيجاباً إلكترونياً. كما سنبحث عن شروطه وكيفية صدور القبول الالكتروني عبر الويب، أو عبر البريد الالكتروني، كما سنعالج مسألة وقت انعقاد العقد الالكتروني بين المنتج والمستهلك.

الكلمات المفتاحية:

المستهلك؛ المنتج، العقد الالكتروني، الإيجاب الالكتروني، التراضي الالكتروني.

Summary:

The legislator issued the law 03/09 related to consumer protection in order to protect the consumer because he is a weak party in the contractual relationship between him and the producer or the

intermediary. Especially in the electronic contracting. Therefore, we will deal with the electronic agreement between the producer and the consumer. And the difference between it and electronic advertising, and whether advertising through the web networks to the public is a call for contracting or electronic affirmation. We will also discuss the conditions of the electronic acceptance through the web, or by e-mail, and we will address the issue of the time of electronic contract between the producer and the consumer.

key words:

Consumer; producer; e-contract; e-affirmation; e-agreement.

المقدمة: الأصل في التعاقد حرية إرادة الأطراف طبقاً لمبدأ سلطان الإرادة. فالعقد شريعة المتعاقدين. لكن استثناءً ولاعتبارات خاصة يتدخل المشرع لينظم بعض العقود. مما يخرجها من طابعها التعاقدية إلى الطابع النظامي. كعقد الزواج وعقد العمل وعقد الشركة.

وحماية منه للطرف الضعيف يسعى المشرع دائماً للتدخل وتنظيم بعض العقود الموصوفة بأنها عقود إذعان. ومن بين أهم هذه العقود العقد الذي يكون بين المنتج والمستهلك. لذلك أصدر المشرع قانون حماية المستهلك 03/09 المعدل والمتمم. لكن وبطور الحياة التجارية من طابعها التقليدي إلى فضاء التكنولوجيا، كان لزاماً على المشرع أن يعزز هاته الحماية بتشريعات حديثة في هذا المجال، وحسناً فعل بإصداره قانون التجارة الالكترونية 05/18¹

ونظراً لحدثة التشريع الجزائري 05/18 سنرجع لرأي الفقه في الموضوع، وإلى بعض التشريعات المقارنة التي نظمت المسألة بدقة، وكذا التشريعات الدولية.

وعليه ستنصب إشكاليتنا حول التراضي الالكتروني بين المنتج والمستهلك، وذلك بالبحث عن تحديد مفهوم الإيجاب الالكتروني، والفرق بينه والإشهار الالكتروني، وهل الإشهار الموجه عبر شبكات الويب إلى الجميع يعد دعوة للتعاقد؟ أم إيجاب الكتروني؟ وما هي شروطه؟ وكيف يصدر القبول الالكتروني عبر الويب، أو عبر البريد الالكتروني؟ ثم متى ينعقد العقد الالكتروني بين المنتج والمستهلك؟

وللإجابة عن هاته الإشكالية انتهجنا منهجاً تحليلياً مقارناً. مقسمين خطة البحث إلى ثلاث مباحث. نتناول في الأول مفهوم الإيجاب الالكتروني، ثم الثاني مفهوم القبول الالكتروني، والثالث زمان ومكان انعقاد العقد الالكتروني.

¹ - القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر. رقم 28.

1-المبحث الأول: الإيجاب الالكتروني لقد استنتى المشرع الجزائري بعض التعاملات من خضوعها لأحكام التعاقد الالكتروني، وهذا لاعتبارات خاصة منها كل سلعة او خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي، أي العقود الشكلية وعليه فالعقود الرضائية هي وحدها من يشمله عقود التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري².

1.1-المطلب الأول: تعريف الإيجاب الالكتروني. لا يختلف الإيجاب الالكتروني من حيث المبدأ عن الإيجاب التقليدي. فهو عبارة عن التعبير التام والجازم عن الرضا الأول. طبقا لنص المادة60 ق.م.ج³.

ولما كان عقد البيع الالكتروني يتصف في بعض الأحيان بأنه عقد دولي فلقد تناولت بعض الاتفاقيات الدولية تعريف الإيجاب الالكتروني.

حيث جاء في م14من اتفاقية فيينا 1980 الخاصة بعقد البيع الدولي للبضائع⁴ بأنه:"يعتبر ايجاباً أي عرض لإبرام عقد إذا كان موجها إلى شخص أو عدة أشخاص معينين، وكان محدد بشكل كاف وتبين منه اتجاه إرادة الموجب إلى الالتزام به في حالة القبول، ويكون العرض محددًا بشكل كاف إذا عين البضائع وتضمن صراحة او ضمنا تحديدا للكمية والثلثن أو بيانات يمكن بموجبها تحديدها

ولا يعتبر العرض الذي يوجه إلى شخص أو أشخاص غير معينين إلا دعوة للإيجاب ما لم يكن الشخص الذي صدر عنه العرض قد أبان بوضوح عن اتجاه قصده إلى خلاف ذلك".

² - المادة 03 من القانون رقم05/18.

³ - م60 ق.م.:"التعبير عن الإرادة يكون باللفظ وبالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالاته على مقصود صاحبه....".

4 - اتفاقية فيينا 1980 الخاصة بعقد البيع الدولي للبضائع تاريخ الاعتماد11 أبريل 1980 . بدء السريان 01 يناير 1988. لم تصادق عليها الجزائر

وجاء في نص م1/11 من قانون الأمم المتحدة النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية⁵1996 على انه:"في سياق تكوين العقود، وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك، يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض وعند استخدام رسالة البيانات في تكوين العقد لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك العرض"

ويعطي التوجيه الأروبي رقم 98/8 الصادر في 20ماي 1998 والمتعلق بحماية المستهلك في العقود عن بعد تعريف للإيجاب:"كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان"⁶. ويشير الدكتور خالد ممدوح إبراهيم إلى أن هذا التعريف يتلاءم وطبيعة التجارة الإلكترونية التي تقوم على التبادل السريع الإلكتروني للبيانات. فيستعين بها المنتج لتوجيه الإيجاب إلى الجمهور⁷.

أما الفقه فقد عرفه بأنه:"تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية ويتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة"⁸. إلا أن هذا التعريف انتقد من حيث كونه قصر مفهوم الإيجاب الإلكتروني على التعبير عن إرادة عبر شبكة الأنترنت فقط، وهو

5 - صدر هذا القانون في 12/06/1996 (المادة الإضافية 5 مكررا بصيغتها المعتمدة في عام 1998) عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، وتم إقراره بناء على التوصية الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 162/51 في 16/12/1996 يتكون هذا القانون من 17 مادة قابلة للزيادة في المستقبل.
http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html

6 - نقلا عن: سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الفوري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص95.

7 - إبراهيم، خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006، ص317.

8 - سمير حامد عبد العزيز الجمال، المرجع السابق، ص105.

ما لا يتماشى ومفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة⁹. فالانترنت اليوم هو آخر ما توصل إليه العلم في مجال الإعلام والاتصال، ولا ندر ما سيحمله المستقبل من تقنيات اتصال حديثة.

ويعرفه محمد حسين منصور بأنه: "تعبير جازم عن الإرادة يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال سواء المسموعة أو المرئية أو كليهما، ويتضمن كافة العناصر الأساسية لإبرام العقد، بحيث ينعدق به العقد إذا ما تلاقى مع القبول"¹⁰. ونؤيد الدكتور فيما ذهب إليه فالإيجاب الالكتروني يتميز عن العادي فقط في وسيلة الاتصال الالكترونية.

ولقد عرفت بعض التشريعات العربية الإيجاب الالكتروني، حيث تنص م13 من القانون الاردني 85 لسنة 2001 للمعاملات الالكترونية¹¹ على أنه: "تعد الرسالة الالكترونية وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانونا لإبداء الإيجاب والقبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي". وتنص م10 من القانون البحريني الخاص بالمعاملات الالكترونية لسنة 2002¹² على أنه: "في سياق إبرام العقود يجوز التعبير كليا أو جزئيا عن الإيجاب والقبول وكافة الأمور المتعلقة بإبرام العقد والعمل بموجبه، بما في ذلك أي تعديل أو عدول أو إبطال للإيجاب أو القبول عن طريق السجلات الالكترونية ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك".

وعرف قانون المبادلات والتجارة الالكتروني التونسي¹³ المبادلات الالكترونية في المادة الثانية منه على أنها: "المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية" وعرف التجارة الالكترونية بأنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية".

9 - مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الالكترونية، مذكرة ماجستير، جامعة تيزي وزو، موسم 2011/2012، ص96.

10 - محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2006، ص67.

11 - قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 المؤرخ في 2001/12/11

12 - قانون المعاملات الإلكترونية البحريني رقم 28 لسنة 2002 المؤرخ في 2002/09/14

13 - قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي قانون عدد 83 لسنة 2000 الصادر في 2000/08/11.

هذا، ولم يعرف المشرع الجزائري الإيجاب الإلكتروني في القانون 05/18، لكنه عرف العقد الإلكتروني بموجب المادة 6 منه والتي تنص: "...ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني". وبهذا يكون المشرع قد عرف العقد الإلكتروني من خلال وسيلة الإبرام وهي وسائل الاتصال الإلكتروني. كما ذكر الإيجاب الإلكتروني بصورة عرضية فقط في المادتين 10 و11 من القانون 05/18 تحت تسمية "العرض التجاري الإلكتروني". وعليه يتوجب على المشرع إضافة نصوص أخرى يبين من خلالها المقصود بالإيجاب الإلكتروني أسوة بالتشريع البحريني.

2.1-المطلب الثاني: تمييز الإيجاب الإلكتروني عن الإشهار (الإعلان)

أصبح الإيجاب الإلكتروني يمر عبر الإشهار، هذا الأخير الذي يهدف إلى الدعاية والإعلان لترويج السلع والخدمات المختلفة من قبل التجار والمنتجين. فقد أصبح وسيلة ضرورية للموجب لترويج مختلف منتجاته عبر المواقع الإلكترونية قصد الاتصال بالمشتري (المستهلك)¹⁴. ولقد عرف المشرع الجزائري الإشهار في م 3/3 من قانون 02/04 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم¹⁵ بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة". وعرفته المادة 6/6 من القانون 05/18 بأنه: "الإشهار الإلكتروني كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية". فتقريباً كلا التعريفين على صواب فالإشهار هو إعلان بيع سلعة او خدمة، عبر وسائل مختلفة.

غير أن ما يميز به الإشهار عادة هو أنه جذاب معمول مسبقاً لهذا الغرض، فيشمل على دعاية مغرية لإغراء مستخدم الشبكة، وفي غالب الأحيان يتأثر المستهلك بهذا الإغراء الإعلامي فتتكون لديه انطباعات خاطئة تدفع به إلى التعاقد. وبالتالي فإرادة المستهلك غير

14- يمينه حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، ط1، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص60.

15- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. ج.ر.

عدد41. المعدل والمتمم بموجب القانون 08/18 المؤرخ في 10 جوان 2018. ج.ر. 35.

سليمة من الناحية القانونية. لكن المشرع لم يحمي المستهلك بقواعد صارمة من هذا الإغراء الإعلامي. الذي أصبح يشكل سببا من أسباب عدم صحة رضا المستهلك¹⁶.

ولذلك يتوجب تحديد الطبيعة القانونية للإشهار، هل هو إيجاب؟ أم دعوة للتفاوض. فإذا تم توجيه الإشهار عبر البريد الإلكتروني لأشخاص محددين، وذلك بأن يرسل العرض إلى بريدهم الإلكتروني. فيعد هنا الإشهار إيجاباً إلكترونياً، ولا يثير إشكالاً. أما الإشهار الموجه عبر شبكات الويب إلى الجميع، فهل هو دعوة للتعاقد؟ أم إيجاب الكتروني؟

أ-الإشهار لا يعتبر إيجاب الكتروني: ويرى أصحاب هذا الاتجاه(وهو الاتجاه السائد في الفقه)¹⁷ أن الإشهار هو دعوة للتعاقد، وليس إيجاباً حتى ولو حددت الأسعار والمواصفات. وذلك بسبب عدم تحديد الشخص الموجه إليه الإيجاب، ناهيك عن تحريض المستهلك لشراء سلع هو في غير حاجة إليها عن طريق الإغراء¹⁸.

فيعتبر هذا الاتجاه أن ضغط المستهلك على المؤشر الخاص بالمنتج المعروض على صفحة موقع الويب يعتبر إيجاباً موجهاً منه إلى صاحب العرض(المنتج) يجوز له قبوله أو

16- يمينه حوحو، المرجع السابق، هامش ص59. ولقد تناول المشرع الإشهار التضليلي بموجب المادة 28من القانون 02/04: "...يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعاً كل إشهار تضليلي لاسيما اذا كان: 1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن ان تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج او خدمة او بكميته او وفرته او مميزاته. 2- يتضمن عناصر يمكن ان تؤدي الى الالتباس مع بائع اخر او مع منتوجاته او خدماته او نشاطه. 3- يتعلق بعرض معين لسلع او خدمات في حين ان العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع او لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار". كذا نص المشرع على الاشهار التضليلي بصورة عرضية في المادة 30من القانون 05/18: "...التأكد من ان جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة".

17- احمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت(دراسة مقارنة)، ط1، دار الثقافة، الاردن، 2002،

رفضه¹⁹. ولذلك يرى الدكتور خالد ممدوح ابراهيم أن هذا الطرح يتماشى ومستلزمات عقود التجارة الالكترونية، ذلك أن المنتج قد يعترضه مشكل نفاذ الكمية المعروضة، أو مشكل كفايتها مع ارتفاع أسعارها عما كانت عليه وقت الإعلان. فاعتبار العرض الموجه من المنتج إيجاباً يؤدي إلى التزامه بتوفير الكميات المطلوبة، وبالأسعار المطلوبة²⁰. وهذا ما سيؤدي حتماً إلى خسارة المنتج وفي هذا ضرر عليه. وعليه يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الإشهار الالكتروني الموجه للجمهور هو مجرد دعوة للتعاقد وليس إيجاباً.

وهو نفس ما ذهب إليه المشرع الكويتي في نص م3/40 من القانون المدني²¹: "أما النشر والإعلان..... وكل بيان آخر متعلق بعروض أو طلبات موجهة للجمهور أو لأفراد معينين، فلا يعتبر متضمناً إيجاباً ما لم يظهر العكس من ظروف الحال". ونفس الأمر قرره اتفاقية فيينا 1980 للبيع الدولي للبضائع، حيث تنص م2/14 منها على أنه: "ولا يعتبر العرض الذي يوجه إلى شخص أو أشخاص غير معينين، إلا دعوة إلى الإيجاب. ما لم يكن الشخص الذي صدر عنه العرض قد أبان بوضوح عن اتجاه قصده إلى خلاف ذلك".

ولقد قضت محكمة النقض المصرية بأن: "طرح مناقصات التوريد وغير ذلك من البيانات الموجهة للجمهور أو الأفراد كالتنشرات والإعلانات لا يعتبر إيجاباً إنما مجرد دعوة إلى التفاوض"²².

ب- صعوبة التمييز بين الإشهار و الإيجاب الالكتروني: يقول الأستاذ الفرنسي تيبو فاريباست²³ إن التكنولوجيا جعلت الفاصل بينهما صعب التحديد. وتثور الصعوبة في التفريق بينهما عندما يحتوي الإشهار على كل البيانات اللازمة والتي تجعله عرضاً باتاً وجازماً

19- محمود عبدالرحيم شريفات، التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2005، ص129.

20- خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص204.

21- مرسوم بالقانون رقم 67 لسنة 1980 يتضمن القانون المدني الكويتي.

22- نقلاً عن: سمير حامد عبدالعزيز الجمال، المرجع السابق، ص106.

23- نقلاً عن: يمينة حوجو، المرجع السابق، ص69.

للتعاقد، فلو اقترن بالقبول انعقد العقد ورتب جميع آثاره. كما أن الواقع العملي لعرض المنتوجات على مواقع الويب يثبت أن جُل الحالات التي يختار فيها الشخص أي سلعة معروضة بالضغط على الصورة أو الاسم بواسطة المؤشر سيؤدي حتما إلى ظهور عقد نموذجي يحدد فيه مواصفات السلعة (استعمال تقنية الصورة ثلاثية الأبعاد D3) وثمنها وشروط التعاقد. وبالتالي فإن هذا العقد النموذجي بما يحتويه من بيانات وشروط هو إيجاب بات يتم قبوله من خلال إذعان المتعاقد الآخر لهذه الشروط وقبوله بها²⁴.

أما إذا لم يشمل على جميع العناصر الأساسية في الإيجاب فيعد مجرد إعلان أو إشهار يمثل دعوة للتعاقد أو التفاوض²⁵.

ويضع الأستاذ تيبو فاريباست معيارين للتفرقة بين الإشهار والإيجاب الإلكتروني، أحدهما شكلي والآخر موضوعي.

المعيار الموضوعي (مضمون البيانات): يرى تيبو فاريباست أن الإشهار الذي يتضمن البيانات الموجودة في الإيجاب (التي يتطلبها القانون) هو في نفس الوقت إيجاب وإشهار حيث يشمل عرضا باتا للتعاقد. أما إذا لم يتضمن الإشهار كل البيانات اللازمة للتعاقد، فلا يعد إيجاباً.

المعيار الشكلي (الضغط على الإيقونة): وذلك بالضغط على الفأرة على كلمة "اضغط هنا"، في حالة الإيجاب الإلكتروني. وفي حالة عدم وجودها يعد الإشهار دعوة للتعاقد²⁶.

24- محمود عبد الرحيم شريفات، التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، دار الحامد، الأردن، 2005، ص 131.

25- يمينة حوجو، المرجع السابق، ص 69.

26- Thibault Verbiest, le nouveau droit du commerce électronique, la loi pour la confiance dans l'économie numérique et le protection du cyber consommateur- préface de marc olivier LGDJ. 2005.P135. نقلاً عن: يمينة حوجو، المرجع السابق، ص 69.

ج-التحفظ في الإيجاب الالكتروني: قد يلجأ المنتج أو المحترف إلى عرض سلعه أو خدماته عبر الانترنت لكن يضيف لها بعض الشروط وهذا تقاديا لقيام مسؤوليته العقدية. كأن يضع عبارة "حتى نفاذ الكمية"، أو "مع الاحتفاظ بحق تعديل الأسعار تبعا لتغيرها في السوق" أو "هذه العروض لا تشكل وثيقة تعاقدية" فهذه الشروط أو التحفظات يشير الراجح في الفقه إلى أنها تفقد الإيجاب الالكتروني قيمته القانونية. وبالتالي لا يعدوا أن يكون الإيجاب المقترن بتحفظ سوى دعوة للتعاقد فقط، وليس إيجاباً الكترونياً²⁷.

3.2.1-المطلب الثالث: شروط الإيجاب الالكتروني

كأصل عام لقد تولى المشرع الجزائري حماية رضا المستهلك من شجع المحترفين، من خلال تنظيمه لمبدأ الالتزام بالإعلام في تشريعات حماية المستهلك. خاصة والجزائر تعرف مرحلة اقتصاد السوق، والتي تغلب فيها عقود الإذعان²⁸. حيث تنص المادة 17 من قانون 03/09²⁹ والمتضمن حماية المستهلك: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك....". وكذا المادة 4 من القانون 04-02: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع". لكن هذه النصوص وغيرها تبقى حماية تقليدية غير كافية لمعالجة جميع جوانب التعاقد الالكتروني، نظرا لخصوصية البيع الالكتروني الذي يحتاج إلى بيانات دقيقة ومحددة³⁰. ولقد تطرق التشريع المقارن³¹ لهذه البيانات ضمن الالتزام بالإعلام الذي يتم قبل وبعد انعقاد العقد. حيث يشمل مجموعة من المعلومات محدد ودقيقة تخص جميع مراحل العقد من

27- يمينه حوجو، المرجع السابق، ص70. انظر ايضا: مرزوق نور الهدى، المرجع السابق، ص111.

28- محمد عماد الدين عياض، تحولات نظرية العقد في ظل قانون الاستهلاك، حوليات جامعة الجزائر 1 عدد خاص الملتقى الدولي الخامس القانون المدني بعد اربعين سنة، العدد 05/2016، ص252.

29- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، والمتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد15. المعدل والمتمم بالقانون 09/18 المؤرخ في 10 جوان 2018. ج.ر رقم 35.

30- يمينه حوجو، المرجع السابق، ص78

31- المادة 10 من التوجيه الاوروبي الصادر في 08/06/2000. والمادة 25 من قانون التجارة الالكترونية التونسي. والمادة 18/121 من قانون حماية المستهلك الفرنسي.

انعقاد واثبات ونفاذ. ولقد احسن المشرع الجزائري بمواكبته التشريعات المقارنه عندما اشترط على الموجب الالكتروني مجموعة من الشروط بموجب المادة 11من القانون 05/18 والتي جاءت على سبيل المثال لا الحصر.

أ-مضمون البيانات ما قبل العقد³²:

أ.1- هوية المحترف أو البائع: بناءً على المادة 10 من التوجيه الأوروبي الصادر في 2000/06/08. والمادة 25 من قانون التجارة الالكترونية التونسي. والمادة 18/121 من قانون حماية المستهلك الفرنسي. يستوجب على المحترف تحديد هويته تحديدا نافيا للجهالة وذلك بذكر اسمه ولقبه وعنوانه ورقم هاتفه، ونفس الأمر بالنسبة للشخص المعنوي كالشركات وذلك بتحديد مقرها وتبيين نشاطها. فمعرفة هوية الموجب تطرح الثقة والأمان في المستهلك³³. وهو ما تبناه المشرع الجزائري في م11من القانون 05/18: "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية: رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد الالكتروني، رقم السجل التجاري او رقم البطاقة المهنية للحرفي."

أ.2- تحديد وصف المنتج أو الخدمة: يتوجب على المحترف أو البائع عبر الشبكة أن يبين طبيعة المنتج ومصدره وخصائصه، وتاريخ صنعه وتاريخ نهاية الاستهلاك، وكيفية استعماله. و هاته البيانات تقع على عاتق المحترف في قواعد حماية المستهلك التقليدية، لكن تم توسيعها في التعاقد الالكتروني لتشمل أي شخص يبيع على الشبكة³⁴. ولقد نص

32 - بودالي محمد ، ازمة القانون المدني ظل اتساع نطاق قانون حماية المستهلك، حوليات جامعة الجزائر 1 عدد خاص الملتقى الدولي الخامس القانون المدني بعد اربعين سنة، العدد 05/2016، ص242.

33- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص62.

34- يمينة حوجو، المرجع السابق، ص81.

على ذلك المادة 13 من القانون 05/18: " يجب أن يتضمن العقد الالكتروني على الخصوص المعلومات الآتية: - الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات".

أ.3- **تحديد مدة الإيجاب:** خروجاً عن القواعد العامة في الإيجاب، فإن الموجب في التعاقد الالكتروني يبقى مُلزماً بإيجابه طيلة وجوده على الشبكة الالكترونية، إذا لم يكن قد حدد له ميعاد معين. كما نظم ذلك المشرع الفرنسي في م4/1369 من قانون حماية المستهلك الفرنسي. وهو ما تبناه المشرع الجزائري في م11 من القانون 05/18: " يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:....-مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء"

أ.4- **تحديد الثمن:** حيث يجب تحديد ثمن السلعة أو الخدمة تحديداً صريحاً، وبيان مدى شموله على نفقات النقل، والرسوم الجمركية والضرائب، ومبلغ التأمين وثمان القيمة المضافة. وتثار هنا إشكالية عملة الوفاء. فعليه يتوجب تحديدها بوضوح. وغالباً ما تكون العملة عالمية كالأورو أو الدولار³⁵. وهو ما تبناه المشرع الجزائري في م11 من القانون 05/18: " يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:....-طبيعة وخصائص وأسعار السلع او الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم،....-طريقة حساب السعر.."

أ.5- **تحديد طريقة دفع الثمن:** حيث يتوجب إعلام المستهلك حول طريقة دفع الثمن. كالوفاء الالكتروني بواسطة بطاقة الائتمان، أو بواسطة التحويل الالكتروني³⁶. وهو ما تبناه المشرع الجزائري في م11 من القانون 05/18: " يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن

35 - مرزوق نور الهدى، المرجع السابق، ص118.

36- راجع حوالمف عبدالصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني في الجزائر دراسة مقارنة، دار

الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2016، ص32.

ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:....-كيفية واجراءات الدفع..". كما تناولت المواد 27 و28 و29 من القانون 05/18 كل ما يتعلق بالدفع الالكتروني.

ويضاف إلى هاته البيانات معلومات أخرى كتحديد مدة الضمان، وتحديد خدمات ما بعد البيع، وإعلام المستهلك بحقه في الرجوع وفسخ العقد³⁷. وهو ما تنبأه المشرع الجزائري في م11 من القانون 05/18: "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:....-شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع،...-شروط فسخ العقد عند الاقتضاء..".

كان هذا عن البيانات أو المعلومات التي يتوجب تحديدها بدقة في الإيجاب الالكتروني، لكن تبقى مسألة طريقة تقديم هاته البيانات. حيث أوجب المشرع الجزائري على غرار التشريع المقارن³⁸، أن تكون المعلومات مقدمة بطريقة مرئية ومقروءة، ومُتَعَرِّضَ محوها، يستطيع من خلالها المستهلك قراءتها وفهمها دون لبس أو غموض. باستعمال اللغة العربية بطريقة أساسية، وباللغة الأجنبية بصفة ثانوية (م18 من قانون 03/09، وم11 من القانون 05/18).

2-المبحث الثاني: القبول الالكتروني:

يعد القبول التعبير البات عن إرادة الطرف الذي وجه إليه الإيجاب بارتضائه العرض الذي تقدم به الموجب³⁹. وسنورد هنا بعض التعريفات للقبول الالكتروني في بعض التشريعات. حيث جاء في م18 من اتفاقية فيينا لسنة1980⁴⁰: "يعد قبولاً أي بيان أو أي تصرف آخر

37- يمينة حوحو، المرجع السابق، ص83.

38- م25 من قانون التجارة الالكترونية التونسي. وم18/121 من قانون حماية المستهلك الفرنسي.

39- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، العقد والارادة المنفردة، ط4 جديدة مزينة ومنقحة، دار الهدى، الجزائر، ص109.

40 - اتفاقية فيينا 1980 الخاصة بعقد البيع الدولي للبضائع تاريخ الاعتماد 1980/04/11. بدء السريان 1988/01/01.

صادر عن المخاطب يفيد الموافقة". ونصت م1/11 من قانون الايونيسترال1996⁴¹: "في سياق تكوين العقود، وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك، يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض...". و تنص م1/1369 من القانون المدني الفرنسي: "الوسيلة الالكترونية يمكن استخدامها في التعاقد أو في المعلومات الخاصة بالأموال والخدمات"⁴². وتجدر الإشارة في هذا الخصوص أن المشرع الجزائري لم يتناول القبول الالكتروني في القانون 05/18.

هذا، وقد يصدر القبول الالكتروني عبر الويب، أو عبر البريد الالكتروني، أو عن طريق المحادثة. كما قد يصدر صراحةً أو ضمناً.

1.2-المطلب الأول: القبول الالكتروني عبر الموقع (le web)

غالبا ما يتم القبول الالكتروني عن طريق ملء استمارة تتخذ شكل نموذج طلب معروض على الويب. فيقوم القابل بتدوين معلوماته الشخصية مُعبراً عن رأيه باستخدام إيقونة الحاسوب (الماوس) بالضغط على الخانة المخصصة للقبول (ok)(j'accepte l'offre) (I accept). ويذهب الرأي الراجح في الفقه إلى أن الضغط على الإيقونة يتوجب أن يكون مرتين، وهذا لتفادي الضغط على سبيل الخطأ من قبل المستهلك⁴³. وهذا ما أقرته بعض التشريعات العربية (تونس، الأردن، البحرين، الإمارات)، وكذا المشرع الفرنسي، حيث تتضمن المادة 5/1365 من القانون المدني الفرنسي أن يقوم القابل بموجب النقرة الأولى بمراجعة

41 - صدر هذا القانون في 12/06/1996 عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، وتم إقراره بناء على التوصية الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 162/51 في 16/12/1996 .

42 - و تنص م13 من القانون الاردني 85 لسنة 2001 للمعاملات الالكترونية على أنه: "تعد الرسالة الالكترونية وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانونا لإبداء الإيجاب والقبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي". وتنص م10 من القانون البحريني الخاص بالمعاملات الالكترونية لسنة 2002 على أنه: "في سياق إبرام العقود يجوز التعبير كليا أو جزئيا عن الإيجاب والقبول وكافة الأمور المتعلقة بإبرام العقد ..".

43 - شحاتة غريب شرقامي، التعاقد الالكتروني في التشريعات العربية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص107.

تفاصيل طلبه (التمن والضمان وغيرها) ولا ترتب أي أثر قانوني، ثم يقوم بالتأكيد بموجب النقرة الثانية (confirmation de la commande) ومن هنا ينعقد العقد وينتج آثاره بين المحترف والمستهلك⁴⁴.

ولقد أوجب القانون المدني الفرنسي بموجب م5/1369 المحترف بإعلام المستهلك بتأكيد طلبه من خلال الإشعار بالإستلام في أقل مدة بطريقة الكترونية⁴⁵.

2.2-المطلب الثاني: القبول عبر البريد الالكتروني

وفي هاته الحالة يعبر المستهلك عن قبوله بواسطة الرسائل الالكترونية. ولقد أقرت م60ق.م بحرية التعبير عن الإرادة وصدورها من خلال الكتابة مهما كان نوعها تقليدية أو الكترونية⁴⁶. خاصة وان المشرع الجزائري تبنى الكتابة الالكترونية كحجة في الإثبات طبقاً ل م323مكرر: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق...". ويشترط في القبول الالكتروني أن يكون موجها بطريقة تحفظ سلامته ومحفوظ وفقاً لإجراءات مؤمنة وموثوق بها، وهذا ما نص عليه المشرع الفرنسي في م7-1369. وكذا المشرع الجزائري في م323مكرر 1: "...بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها أو أن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

3.2-المطلب الثالث: القبول عن طريق المحادثة أو المشاهدة

يجوز التعبير عن القبول من قبل المستهلك عن طريق المحادثة (chatting rooms) بتبادل مباشر للكلام. وفي ظل ظهور الكاميرات تتحول المحادثة إلى حديث بالمشاهدة كالمسكيب

44- يمينية حوجو، المرجع السابق، ص95.

45- سليم سعداوي، عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2008، ص46.

46- صبري السعدي، المرجع السابق، ص112.

أو المسنجر مثلا. وبذلك نكون أمام مجلس عقد افتراضي يتعاقد من خلاله المنتج والمستهلك بطريقة عادية⁴⁷.

وللإشارة فقط فإن الراجح من الفقه لا يعتد بالتعبير الضمني للقبول وكذا بالسكوت، فيرى أن القبول الإلكتروني لا يكون إلا صريحا⁴⁸.

3-المبحث الثالث: زمان ومكان انعقاد العقد

يتم التعاقد الإلكتروني من غير التقاء أطرافه (المحترف والمستهلك)، لهذا يكيف على أنه عقد بين غائبين لاختلاف زمان ومكان الانعقاد كأصل عام (فالتعاقد عبر السكايب أو المسنجر يعد تعاقد بين حاضرين حكماً لا حقيقة). لذا سنبين أهمية تحديد زمان ومكان انعقاد العقد الإلكتروني (مط1)، ثم نبين لحظة انعقاده (مط2).

1.3-المطلب الأول: أهمية تحديد زمان ومكان انعقاد العقد الإلكتروني

ويترتب على ذلك نتائج قانونية مهمة، فبتحديد زمن الانعقاد يمكن تحديد الوقت الذي يجوز فيه للموجب العدول عن إيجابه عندما يكون الإيجاب ملزماً، والوقت الذي يجوز فيه رجوع القابل (المستهلك) عن قبوله⁴⁹.

ويترتب على تحديد مكان الانعقاد عدة نتائج أهمها تحديد القانون الواجب التطبيق عندما يكون المحترف والمستهلك من دولتين مختلفتين. فبالرجوع إلى قواعد التنازع الجزائية طبقا للمادة 18ق.م فإنه يسري على العقود قانون الإرادة كأصل عام، باستثناء العقار الذي يخضع لقانون موقعه. ويضاف إلى هذا إشكال آخر يتعلق بالعقود الشكلية. ذلك أن المشرع الجزائري أخضع الشكلية في العقود إلى قانون المكان الذي تمت فيه كأصل عام (م19ق.م)

2.3المطلب الثاني: لحظة انعقاد العقد الإلكتروني

47- خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص268.

48- خالد ممدوح ابراهيم، المرجع نفسه، ص269.

49- احمد خالد العجلوني، المرجع السابق، ص71.

إن تحديد لحظة انعقاد العقد ومكانه هو محل خلاف فقهي وتشريعي. وذلك لوجود عدة نظريات تحكم التعاقد بين غائبين وهي 1-نظرية الإعلان عن القبول. 2-نظرية تصدير القبول(تواجد الإيجاب والقبول). 3-نظرية تسليم القبول. 4-نظرية العلم بالقبول(تبادل الإيجاب والقبول)⁵⁰. ولقد أخذ المشرع الجزائري بنظرية العلم بالقبول طبقاً لـ م67ق.م.

غير أن التعاقد الإلكتروني عبر الويب تحكمه نظرية جديدة هي نظرية الاستلام المؤكد. في حين يخضع التعاقد عبر البريد الإلكتروني لأحكام التعاقد بين غائبين. وهو ما تبناه المشرع الفرنسي.

أ-نظرية الاستلام المؤكد: ومفادها أن العقد ينعقد في الزمان والمكان الذي يستلم فيه الموجب القبول بوسيلة تفيد تأكيد استلامه القبول. ولقد أخذ بهذا كل من المشرع الفرنسي(التعاقد عبر الويب) والأردني، واتفاقية فيينا 1980 الخاصة بعقد البيع الدولي للبضائع⁵¹. فطبقاً لـ م3-5/1369 مدني فرنسي التي تتضمن تأكيد استلام القبول من قبل الموجب(المنتج) وهي لحظة انعقاد العقد⁵². ولم يبين المشرع الجزائري موقفه من هاته النظرية ضمن احكام القانون 05/18.

ب-نظرية العلم بالقبول: ومفادها أن العقد ينعقد في الزمان والمكان الذين يعلم فيهما الموجب(المنتج) بالقبول، وتبنى هذه النظرية كل من المشرع الجزائري(م67ق.م)، والمشرع التونسي(ف28ق.التجارة الإلكترونية)والتي تنص: "أن عقد البيع الإلكتروني ينشأ بعنوان البائع"، بمعنى ينشأ بعلم البائع(المنتج).

50- علي فيلاي، النظرية العامة للعقد، ط3، موفم للنشر، الجزائر، 2013، ص141.

51 - تنص م3: "ينعقد العقد في اللحظة التي يحدث فيها قبول الإيجاب أثره وفقاً لأحكام هذه الاتفاقية". وتنص م2/18: "يحدث قبول الإيجاب أثره من اللحظة التي يصل فيها الى الموجب ما يفيد الموافقة...."

52- يمينة حوجو، المرجع السابق، ص108.

ج-نظرية تصدير القبول: أخضع المشرع الفرنسي التعاقد عبر الرسائل الالكترونية إلى نظرية تصدير القبول، فيعقد العقد لحظة تصدير المستهلك للرسالة الالكترونية التي تشمل قبوله(عند الضغط على إيقونة إرسال)، مهما كان نوع نظام معالجة المعلومات⁵³.

د-حالة الاتفاق بين المحترف والمستهلك: يجوز لكل من المحترف والمستهلك الاتفاق على اختيار نظرية محددة سواء تصدير القبول أو الإعلان عنه أو استلامه أو العلم ب

الخاتمة

إن التجارة الالكترونية في الجزائر أصبحت حقيقة لا يمكن تجاهلها خصوصا وأن الأثترنت أصبحت متاحة لجميع المواطنين في القطر الجزائري. وبالتالي يمكن للأفراد التعاقد مع منتجين داخل وخارج الوطن. و لقد أحسن المشرع الجزائري عندما أصدر قانون خاص ينظم التجارة الالكترونية .

إلا أن هذا القانون تنقصه الكثير من النصوص التي يتوجب على المشرع تداركها ولذلك يتوجب على المشرع تحديد مفهوم دقيق للإيجاب الالكتروني خاصة إذا كان عبر الويب، وكذا تحديد دقيق لمفهوم القبول الالكتروني. كما يتوجب على المشرع تبني نظرية الاستلام المؤكد والنص عليها صراحة حتى يكون المستهلك على بينة من أمره حول دخول العقد الالكتروني حيز التنفيذ، ومن ثمة سريان جميع آثاره عليه وعلى المنتج أو المحترف.

كما يتوجب على المشرع إدراج العقود الرسمية ضمن طائفة المعاملات التي يجوز التعاقد حولها الكترونيا باعتبارها الأكثر انتشارا في التعامل بين المستهلك والمورد، نظرا لأهميتها الاقتصادية.

وبما أن الجزائر تسعى للانضمام إلى منظمة العالمية للتجارة(OMC) فيتوجب عليها تكييف تشريعاتها لتتلاءم مع الطبيعة العالمية للتجارة الالكترونية.

قائمة المراجع والمصادر

1- المؤلفات:

- 1- إبراهيم، خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006،
- 2- احمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت (دراسة مقارنة)، ط1، دار الثقافة، الاردن، 2002.
- سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الفوري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- 3- محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2006.
- 4- يمينة حوحو، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري، ط1، دار بلقيس، الجزائر، 2016.
- 5- محمود عبدالرحيم شريفات، التراضي في التعاقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2005.
- 6- محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني، العقد والارادة المنفردة، ط4 جديدة مزيدة ومنقحة، دار الهدى، الجزائر، 2010.
- 7- شحاتة غريب شرقامي، التعاقد الالكتروني في التشريعات العربية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- 8- سليم سعداوي، عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2008.
- 9- علي فيلاي، النظرية العامة للعقد، ط3، موفم للنشر، الجزائر، 2013.
- 10- حوالف عبدالصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني في الجزائر دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2016.
- 11- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.

2-المذكرات

1 - مرزوق نور الهدى، التراضي في العقود الالكترونية، مذكرة ماجستير، جامعة تيزي وزو، موسم 2011/2012.

3-المقالات:

1- محمد عماد الدين عياض، تحولات نظرية العقد في ظل قانون الاستهلاك، حوليات جامعة الجزائر1 عدد خاص الملتقى الدولي الخامس القانون المدني بعد اربعين سنة، العدد05/2016.

2- بودالي محمد ، ازمة القانون المدني في ظل اتساع نطاق قانون حماية المستهلك، حوليات جامعة الجزائر1 عدد خاص الملتقى الدولي الخامس القانون المدني بعد اربعين سنة، العدد05/2016

4-النصوص القانونية

أ-القوانين:

1- الأمر رقم 75/58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم. ج.ر رقم 78

القانون رقم02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. ج.ر عدد41. المعدل والمتمم بالقانون 08/18 المؤرخ في 10 جوان 2018. ج.ر 35.

القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، والمتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد15. المعدل والمتمم بالقانون 09/18 المؤرخ في 10 جوان 2018. ج.ر رقم 35.

2- القانون المدني الكويتي الصادر بموجب مرسوم بالقانون رقم 67 لسنة 1980

3- قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي قانون عدد 83 لسنة 2000 الصادر في 11/08/2000.

4- قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 المؤرخ في 11/12/2001.

5- قانون المعاملات الإلكترونية البحريني رقم 28 لسنة 2002 المؤرخ في
2002/09/14.

6- القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.
رقم 28.

ب-المواثيق الدولية:

- 1 - اتفاقية فيينا 1980 الخاصة بعقد البيع الدولي للبضائع تاريخ الاعتماد 11 أبريل
1980 . بدء السرمان 01 يناير 1988. لم تصادق عليها الجزائر
- 2 - القانون الاونيسترال الصادر في 12/06/1996 (المادة الإضافية 5 مكررا بصيغتها
المعتمدة في عام 1998) عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، وتم إقراره بناء
على التوصية الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 162/51 في
1996/12/16 يتكون هذا القانون من 17 مادة قابلة للزيادة في المستقبل.

http://www.uncitral.org/uncitral/ar/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html