



## الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت

أ/ جديلي خديجة

جامعة: جامعة وهران 2 محمد بن أحمد

ملخص باللغة العربية:

أثار التعاقد عبر الأنترنت العديد من الإشكالات القانونية لعل أهمها تلك التي تتعلق بحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مقارنة بالمهني ومن ناحية أخرى كثر استخدام وسائل الغش والاحتيال في مثل هذه المعاملات، مما يستدعي سن نظام قانوني شامل ومتكامل لحماية المستهلك سواء تعلق الأمر بالحماية المدنية أو بالحماية الجنائية و هو موضوع مداخلتنا.

### Abstract:

Times New Roman SIZE 12

Les contrats par internet ont engendré de nombreuses difficultés, peut-être la plus importante est celle de la protection du consommateur considéré comme la partie la plus faible dans cette relation contractuelle par rapport au professionnel.

D'autre côté, vu la propagation de la contrefaçon dans ce genre de transaction, cela impose de mettre un système juridique complet et exhaustif pour protéger le consommateur soit la protection civile soit la protection pénale.

### مقدمة:

يحتاج المستهلك الى حماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتنبع أهمية توفير الحماية للمستهلك من أنه يمثل الطرف الضعيف في العملية الثقافية، فالرغبة في ربح السريع دفنت العديد من التجار والمنتجين، ومقياس الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والاحتيال المختلفة.

ويعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم بدأ بتطور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال سواء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات



شبكة الانترنت التي تستطيع الوصول الى كل مكان، وتمارس تأثير يتجاوز احيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

إن المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في عقود التجارة الالكترونية قد يكون مصدرها التاجر الذي يمثل الطرف الاخر في العلاقة التعاقدية الذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش والتحايل قبل المستهلك كما قد يقع الخطر من الغير، كما في الحالة اختراق الشبكات الالكترونية المنجزة، حيث يتم سرقة المعلومات واعادة استخدامها على نحو يضر بالمستهلك. الامر يتطلب حماية المعلومات الالكترونية فضلا، على ان الدعاية والاعلان في نطاق العقد الالكتروني بصفة خاصة يلعب دورا عظيما في ايقاع المستهلك في غلط يدفعه الى التعاقد دفعا خاصة اذا ما أخذنا في الاعتبار قوة شبكة الأنترنت من حيث الانتشار، التأثير الدعاية، الاعلان والقدرة على النفاذ بسرعة وسهولة للمستهلك حتى أصبح يشعر أنه محاصر في مسكنه وعمله، ليكتشف بعد فوات الأوان أنه ضحية المؤامرتين الأول، ما وسائل الدعاية والاعلان والثانية من قبل التاجر أو المنتج صاحب السلعة التي يسوقها عن طريق الانترنت، كل ذلك يستوجب حماية المستهلك الالكتروني من الغش والتحايل الذي يتعرض له من خلال عقود التجارة الالكترونية عبر الانترنت،<sup>1</sup> وعليه سوف نقسم موضوع مداخلنا المعنون بالحماية القانونية للمستهلك عبر شبكة الانترنت الى قسمين، حيث نخصص القسم الأول للحماية المدنية، بينما نخصص المحور الثاني للحماية الجنائية.

#### أولاً: الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني:

سوف نكتفي في عرض الحماية المدنية للمستهلك بتلك الحماية القانونية التي تهدف الى المساعدة المستهلك في النطاق التجارة الالكترونية حيث لا يقع جريمة الغش والاحتيال حيث سوف نعرض لجملة من المسائل كما يلي:

#### المسألة الأولى: حق المستهلك الالكتروني في الاعلام:

التزام المهني بتبصير المستهلك يعتبر أحد أبرز الأليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة ويبدو هذا الالتزام أكثر إلحاحا في مجال التعاقد عبر الانترنت فهذا التعاقد يتم دون التقاء حقيقي بين أطراف التعاقد ودون أن يقوم المستهلك بمعاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية<sup>2</sup>.

وحسب رأي البعض من الباحثين فانه يفضل استخدام مصطلح التبصير بدل الإعلام وذلك لأنه أكثر شمولا في المعنى، حيث أن تطبيقات الالتزام بالتبصير تتضمن معنى الاعلام تارة النصيحة وتارة أخرى، التحذير الطور الثالث<sup>3</sup>.



فمصطلح التبصير هو الذي يتناسب مع التعاقد عبر الانترنت فالمعلومات التي يلتزم المهني بأنه يدلي بها المستهلك في التعاقد متنوعة، فهي لا تقتصر على المعلومات المتعلقة بشروط التعاقد بل انها تمتد لتشمل هوية المعني نفسه بل وتشمل اعلام المستهلك بوجود بعض الحقوق له مثل حقه في العدول عن العقد<sup>4</sup>.

#### أولاً: المقصود بالالتزام بالإعلام:

عرف بعض شراح القانون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه: التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأنه يقدم للمتعاقد الآخر قبل ابرام العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضاء كامل ومنتور، بحيث يكون المتعاقد الآخر على علم بكافة تفصيلات هذا العقد<sup>5</sup>.

فالالتزام بالإعلام يتعلق بالمنتجات والخدمات المعروضة وثمنها، وهذا في العقود التقليدية أما في العقود التجارية الالكترونية يضاف عنصر الاعلام بقوانين المعلوماتية والحريات<sup>6</sup>.

وتحرص بعض العقود في مجال التجارة الالكترونية على الاعلام المستهلك بالأعباء الضريبية التي يتحملها وذلك بطريقة مفصلة مثلها هو الحال في بعض العقود الأمريكية بل تصل الرغبة أحيانا بإعلام المستهلكين بالقوانين التي تتعلق بحمايته حتى يتمكن من الرجوع إليها قبل ابرام العقد<sup>7</sup>.

ولقد سعى المشرع التونسي الى تدعيم شفافية المبادلات التجارية من خلال تكريس الحق في الاعلام المسبق في اطار العقود الالكترونية من خلال الفصل 25 من القانون عدد 83 لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات التجارية الالكترونية، حيث نص هذا الفصل على أن البائع في اطار المعاملات التجارية الالكترونية يتحتم عليه قبل ابرام العقد توفير المعلومات الضرورية للمستهلك،<sup>8</sup> كهوية وعنوان البائع لو مسدي الخدمة، وطبيعة وخصايات وسعر المنتج، طرق واجراءات الدفع، طرق وأجال التسليم... الخ.

#### ثانياً: محل الحق في الاعلام:

يرى الجانب من الفقه القانوني أن هذا الالتزام بالتبصير وحسب القانون الفرنسي يجب أن يتضمن ثلاث طوائف<sup>9</sup>:

1- التبصير بالخصائص أو الصفات المميزة للسلع أو الخدمات المعروضة.

2- التبصير بالثمن وشروط البيع خاصة ما تعلق منها بالمسؤولية.



3- التبصير ببعض البيانات الأساسية اللازمة منها التزام البائع بضمان العيوب الخفية، وعدم الاتفاق على الاعفاء من هذا الشرط حماية للمستهلك الذي لا يعلم بحقيقة العيوب الخفية التي اجتهد المنتج أو التاجر في اخفائها.

ولقد جسد المشرع الجزائري مبدأ اعلام المشتري بالمبيع في المادة 352 ف. م كما تعرض قانون 89/02<sup>10</sup>، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بخصوصيات المبيع، طبيعته، صنفه حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية في المادة 04 منه، كما تطرق المرسوم التنفيذي رقم 65/09 لمبدأ اعلام المستهلك وخاصة المادة 05 منه<sup>11</sup>.

وكتقييم لتجسيد هذا الحق من حقوق المستهلك في واقع التشريعات، يرى الجانب من الفقه الفرنسي أن هذا الالتزام لم يحقق حماية للمستهلك لكونه التزام عام غير محدد و لا توجد عقوبة جزائية لهذا يخالف هذا الالتزام، فالجزء الوحيد هو المسؤولية المدنية والتي لا تقوم الا بعد دفع دعوى فردية من الضحية.

#### المسألة الثانية: حق المستهلك الالكتروني في العدول:

الحق في العدول عن العقد هو أحد الأدوات التشريعية التي تلعب دورا أساسيا في حماية المستهلك عندما يتعاقد دون امكانية حقيقية لمناقشة شروط التعاقد كما هو الحال في عرض السلعة أو الخدمة على الشبكة الأنترنيت حيث لا تعطي للمستهلك تصورا كافيا، يسمح له بإصدار قراره، بناء على ارادة واعية مستنيرة، ولا بإعطاء الحكم الصحيح والدقيق عن السلعة لأن الفكرة المستفاد من العرض والصورة عادة ما تكون محاطة بكثير من وسائل الدعاية والاغراء المبالغ فيه مما قد يؤدي بالمستهلك الى الندم على التعاقد والرغبة في العدول.

#### أولا: تعريف الحق في العدول و الخصائص

أ- مفهومه: لقد تباينت التعريفات الفقهية حول تعريف الحق في العدول أو خيار الرجوع كما يفضل البعض تسميته، ولكنهم اتفقوا على الأقل على أنه لأن هذا الحق يبين قدرة المتعاقد بعد ابرام العقد على المفاضلة أو الاختيار بين اتمامه أو الرجوع فيه.

فيعرف البعض بأنه: >> سلطة أحد المتعاقدين بنقص العقد والتحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الأخر <<<sup>12</sup>.



وعموما تعددت المصطلحات التي تطلق على حق في العدول (حق الخيار، مهلة التفكير، حق الندم، إعادة النظر) إلا أنها تدل على معنى واحد وهو تمكين المستهلك من التحلل من العقد بتقدير كامل لإرادته وفقا لضوابط قانونية.

ب- خصائصه: يتميز الحق في العدول بجملة من الخصائص أهمها:

- أن هذا العقد لا يرد إلا على عقد لازم كالبيع والإيجار، دون العقود غير اللازمة بطبيعتها مثل الوكالة، وكان المشرع الفرنسي يكرس الحق في العدول في العقود التي تتم عن طريق البيع من خلال الهاتف، وضع المستهلك في هذا المجال حق العدول خلال سبعة أيام، ثم جاء ذلك في قانون الحماية المستهلك الصادر سنة 1993 ولكن رفع مدة الحق في العدول إلى 15 يوما.

هذا وقد أقر المرسوم الرئاسي رقم 7/41/2001 ذات الحق للمستهلك فأصبح مقررا له ليس فقط في مجال بيع السلع والمنتجات عن بعد وإنما في مجال الخدمات كذلك، و بمقتضى هذا المرسوم تم تحرير نص المادة 20/121 من قانون المستهلك التي تضمنت حق هذا الأخير المتعاقد عن بعد في العدول عن العقد، وينطبق ذلك على التعاقد عن طريق الانترنت<sup>13</sup>.

-ومن خصائصه أيضا أن مصادرة محددة بالقانون و الاتفاق ويتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك ودون الحاجة للحجوة إلى القضاء، ودون اشتراط وموافقة الطرف الآخر بل ودون الحاجة لإثبات التعرض إلى أي وسيلة من وسائل التأثير أو الخداع، ويعتبر الحق في العدول من الحقوق المؤقتة، أي المحددة المدة حفاظا على استقرار مراكز الأطراف في العقد وينقضي أما استعماله أو لفوات المدة المحددة له، كما أن هذا الحق متعلق بالنظام العام إذا أقره المشرع صراحة في النص.

ثانيا: مجال تطبيق الحق في العدول واجراءات ممارسة:

أ- نطاق تطبيق الحق في العدول:

سمحت التشريعات المقارنة للمستهلك الإلكتروني بالحق في العدول في عدة أنواع من العقود التي تجمع بينما ضرورة توفير حماية خاصة له، وذلك لأن تحديد نطاق الحق في العدول لا يرجع إلى طبيعة العقد نفسه، بل يرجع أيضا إلى الظروف التي تم بها وكذا الهدف المقصود من الحق في العدول.

الحق في العدول يطبق في مجال البيع عن بعد وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني، وكذلك بالنسبة للإيجار والخدمات لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 20/121 من قانون المستهلك وكذلك التوجيه الأوروبي في



المادة 6/3 استعيد بعض العقود من التطبيق استنادات واردة على حق المستهلك الإلكتروني في العدول في العقد وهي:

✓ عقد توزيع السلع والخدمات التي تحدد أثمانها وفق الظروف السوق (متقلبة الأسعار).

✓ عقود توزيع السلع التي يتم تصنيعها وفق خصوصيات المستهلك.

✓ السلع التي يمكن اعادةها للبائع بحسب طبيعتها أو التي يسرع إليها التلف أو الهلاك.

✓ العقود الواردة على الصحف و المجلات و الدوريات.

✓ العقود الواردة على الخدمات و الرهان واليانصيب المصرح بها.

✓ العقود على التسجيلات السمعية و البصرية وبرامج الكمبيوتر.

كما يشمل حق العدول عقود بيع المنقولات دون العقارات لأن الشكلية المطلوبة في بيع العقارات تمنح للمشتري فرصة كافية للتفكير.

أما قانون المبادلات الإلكترونية التونسي الصادر في 09 أوت 2000 نص في الفصل 32 على أنه مع مراعات أحكام الفصل 32 على أنه مع مراعات أحكام الفصل 03 بإنشاء حالات العيوب الظاهرة أو الخفية؟ لا يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في الحالات التالية:

✓ طلب المستهلك توفر الخدمة قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء ويقرو المهني ذلك.

✓ تزويد المستهلك بمنتجات حسب خاصيات شخصية أو بمنتجات لا يمكن إعادة ارسالها أو تكون قابلة للتلف أو الفساد بانتهاء مدة الصلاحية.

✓ قيام المستهلك بنزع الأختام عن التسجيلات السمعية أو البصرية أو المعطيات الإعلامية المسلمة أو نقلها آلياً<sup>14</sup>.



ويرى جانب من الفقه بأن الاستشارات التي أُردها القانون على الحق في العدول تقلل الى حد بعيد من الحماية المقررة للمستهلك وذلك لأن هذه الاستشارات ستطبق على الكثير من العقود التي يتم إبرامها عبر الأنترنت.

ب- اجراءات ممارسة الحق في العدول: تضمنت المادة 20/121 من قانون الاستهلاك الفرنسي تنظيماً دقيقاً لمسألة ممارسة الحق في العدول عن العقد الذي يتم إبرامه عن بعد، وذلك من حيث المدة ومن حيث بداية ونهاية هذه الأخيرة.

### 1- كيفية ممارسة الحق في العدول: الغاية من ثبوت الحق في العدول هنا، هي التأكيد

من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في الإبرام العقد، وهو ما يجب معه اطلاق ارادة التعبير عن الرجوع في التعاقد من أي قيود اتفاقاً مع الغاية، فالأصل أن لا يخضع هذا الحق لأية اجراءات خاصة، و لا ينبغي للمتعاقدين أن يتفق على تحديد طريقة معينة لممارسة العدول استناداً الى قاعدة من يملك الأكثر يملك الأقل،<sup>15</sup> كما لم يحدد كل من المشرع الفرنسي وكذا التوجيه الأوروبي ولا المشرع التونسي طريقة أو الشكل معين يتم فيه تعبير المستهلك عن عدوله في العقد، غير أنه و ضمناً لحقوق المستهلك على هذا الأخير أن يختار وسيلة معينة للتعبير عن عدوله وذلك يبقى كوسيلة اثبات كأن يتم العدول مثلاً عن طريق البريد الالكتروني أو بطريقة بريد موصى عليه ليستخدمها في حالة انكار التاجر تبليغه في العدول، هذا ويبقى حق العدول خاضعاً لتقدير المستهلك في استعماله أو الإلحاح عليه حسب نصوص المادة 121 من قانون المستهلك الفرنسي.

### 2- مدة ممارسة الحق في العدول:

حددت التشريعات مهلة الحق في العدول، ولقد عينها التوجيه الأوروبي ب 7 أيام والمشرع الفرنسي ب15 يوم أما القانون التونسي فحددها ب10 أيام.

أما فيما يخص بدء العمل بهذا الأجل فإنه يبدأ من تاريخ تسلم البضائع والمنتجات، هذا ما نصت عليه التشريعات المذكورة سابقاً، أما اذا كان محل العقد عبارة عن خدمات فالمهلة القانونية تبدأ من لحظة استغلال الخدمة هذا في القانون الفرنسي والتوجيه الأوروبي، أما في القانون التونسي فمهلة تبدأ من تاريخ إبرام العقد.



والمدة المحددة قانونا نحسب بالأيام كاملة وإذا تضمنت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد الى اليوم الموالي لأول يوم عمل، أما اذا أحر التاجر بالتزامات المتعلقة بإعلام المستهلك الالكتروني قبل العقد فان هذه المدة تمتد الى غاية ثلاثة أشهر<sup>16</sup>.

ولكن ما هو ملاحظ أن بداية احتساب هذا الأجل يتضارب وأهداف ممارسة حق العدول والمتمثلة في تمكين المستهلك من معارينة البضاعة اضافة إلى محدودية حق العدول في توفير حماية كافية لتغطية كل الاشكالات التي قد تواجه المستهلك خاصة تلك المتعلقة بالعيوب الخفية التي قد تظهر بعد انتهاء المدة القانونية مما يحتم اللجوء إلى قواعد القانون العام خاصة تلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

### المسألة الثالثة: حق المستهلك الالكتروني في مكافحة الشروط التعسفية:

المستهلك من طرف الضعيف دائما في عقود التجارة عبر الانترنت لذلك فإن اعتبارات العدالة تقتضي اعتبار هذه العقود بمثابة عقود إذ كان حتى يكون للمستهلك الحق في ابطالها، والعلة في ذلك ترجع الى أن هذه العقود يصعب التفاوض في شأها وبالتالي فإن أي شرط تعسفي يستطيع المستهلك المطالبة بأبطاله لأنه يمثل اعتداء على مصلحته<sup>17</sup>.

وتعتبر الشروط التعسفية أهم ما يثقل التزام المستهلك في العقود الاستهلاكية باعتبارها شروط مجحفة تنال من رضاه.

### أولا: مفهوم الشروط التعسفية وأنواعه:

**P- مفهوم الشرط التعسفي:** يتحدد مفهوم الشرط التعسفي بتعريفه أولا ثم تحديده

عناصره ثانيا.

#### 1-تعريف الشرط التعسفي: عرفت المادة 53 من قانون 10 جانفي 1978 المتعلق

بحماية واعلام المستهلكين في فرنسا والذي يمنع وضع ادراج شروط تعسفية في العقود الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يتم فرضه على المستهلك بطريق التعسف في استعمال السلطة الاقتصادية من جانب المهني أو المحترف وتمنع هذا الأخير ميزة فاحشة.

أما التوجيه الأوروبي رقم 93/13 الصادر في 05 أبريل 1993 بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد عرفت المادة 03/01 الشرط التعسفي بأنه: الشرط الذي يرد في العقد وينطوي على تفاوت جلي déséquilibre significatif خلافا لما يقضي به مبدأ حسن النية وضد مصلحة





المستهلك بعين حقوق والتزامات الأطراف فيه على حساب المستهلك،<sup>18</sup> إن التعريف الذي جاء به التوجيه الأوروبي لسنة 1993 الذي ينص على الحماية القانونية في مواجهة الشروط التعسفية ، ينطبق على العقود التي لا يتم فيها التفاوض على شروط العقد، كعقد الاستهلاك الذي يبرم عبر الإنترنت.

أما المشرع الجزائري تناول الشروط التعسفية بموجب المادة 3/5 من قانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما يلي: الشرط التعسفي كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بين حقوق بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

## **2-عناصر الشرط التعسفي: لكي يعتبر الشرط تعسفيا يجب أن يتوفر عنصرين هما:**

-التعسف في استعمال القوة أو السلطة الاقتصادية للمهني.

-الميزة المفرطة والمتجاوزة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد.

## **ب-أنواع الشروط التعسفية:**

تتعد أنواع الشروط التعسفية، فقد تتعلق بتكوين العقد، وقد تتصل بتنظيم الالتزامات المختلفة بين طرفي العقد، وقد تتعلق بمرحلة تنفيذ الالتزامات التعاقدية<sup>19</sup>.

ومن أهم الشروط التعسفية في مرحلة إبرام العقد، الشروط المتعلقة بتحديد الثمن وطريقة السداد وموضوع العقد وأسلوب أدائه، أما أهم صورة الشروط التعسفية في مرحلة تنفيذ العقد الشرط الذي ينعفي المنتج من ضمان العيوب الخفية.

وهنا نتساءل ما مدى توافره اللادغان في عقد الاستهلاك المبرم عبر الأنترنت؟

وكإجابة على هذا الاشكال تباينت الآراء الفقهية بخصوص عقد الاستهلاك المبرم عبر الأنترنت، وأثيرت عدة تساؤلات بشأنه، هل هو عقد مساومة يخضع للإرادة والتراضي بين المتعاقدين؟ أم أنه عقد لا يعطي فيه المستهلك مساحة لمناقشة شروط التعاقد؟

لذلك سوف نتناول تعريف عقود اذا كان أولا ثم نرى ما اذا كانت تنطبق على العقود المبرمة عبر الأنترنت.



**1-تعريف عقد الإذعان:** حيث المادة 70 من القانون المدني تنص : >>يحصل القبول فيعقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب و لا يقبل المناقشة فيها>>، فالإذعان هو عدم امكانية الطرف الآخر مناقشة شروط العقد وتقبلها كما وردت في العقد ويتميز بثلاث خصائص هي:

- ✓ أن يتعلق بسلعة أو خدمة تعتبر من الضروريات الأولية.
- ✓ أن يكون أحد المتعاقدين محتكرا للسلعة أو الخدمة.
- ✓ أن يقوم مقدم السلعة أو الخدمة بعرضها على الجمهور وفق شروط سلفا ولا يقبل نقاشا فيها أو تفاوض بشأنها ، فعقود الإذعان لا تكون إلا في دائرة معينة، فهي لا توجد إلا حيث يصدر الايجاب من متعاقد يحتكر احتكارا فعليا أو قانونيا، شيئا يعد ضروريا للمستهلك<sup>20</sup>.

## 2-توافر الإذعان في العقود الالكترونية:

ليست كل العقود الالكترونية عقود إذعان فمثلا اذا تم العقد بواسطة البريد الالكتروني، أو تم خلال استخدام وسائل سمعية مرئية فإن العقد رضائي أما اذا تم التعاقد عبر مواقع الانترنت أين نستخدم في الغالب عقود نموذجية.

العقود النموذجية ليست بالضرورة عقود إذعان إلا أنه يمكن اعتبارها وسيلة من وسائل إبرام عقود الإذعان في المعاملات الالكترونية عبر الأنترنت، تكون شروطها معدة سلفا من قبل الموجب فإن العقد هو عقد ادغان<sup>21</sup>.

### ثانيا: مكافحة الشروط التعسفية:

تتطلب قوانين التجارة الالكترونية ضرورة اعتبرا وثائق الدعاية والاعلان التي تتم عبر الشبكة الأنترنت من وثائق المكتملة للعقود التي يتم ابرامها لشراء المنتجات أما بالنسبة للتعاقد بالطريق التقليدي فيتم تبادل الوثائق والمستندات ما بين طرفي العقد والتي تتضمن عروضاً بالسلع والخدمات ومواصفاتها ومزاياها وهي مرجع عند الخلاف حول تنفيذ العقد في حين أنه فيما يتعلق بالتعاقد الالكتروني تكون الدعاية على شبكة الأنترنت على السلع والخدمات عبر وسائط الكترونية على شبكة الأنترنت أو عن طريق أقراص أو شرائط وأنه بإعدام هذه الوسائط يكون كلا الطرفين قد افتقدا مرجعا هاما لحل خلافتهما في شأن تنفيذ بنود العقد، كذلك تنص قوانين التجارة الالكترونية على ضرورة الاحتفاظ على الوسائط الالكترونية التي تمت



الدعاية أو الاعلان بمقتضاها بوصفها وثائق مكملة للعقود المتعلقة بالمنتجات التي يرغب المستهلك في شرائها<sup>22</sup>.

ثانياً: الحماية الجنائية للمستهلك عبر الأنترنت:

إن التطور الحاصل في العالم وظهور التسوق عبر الأنترنت أو التجارة الالكترونية يجتم على الباحثين السعي للوقوف على الأنواع والأشكال المحتملة للغش والاحتيال في التعاملات التجارية التي تتم في سياق التقنيات الحديثة للمعلومات أو بالأدق ما يعرف بالغش التجاربي الالكتروني.

وعليه سوف نتناول في هذا القسم من المداخلة حماية المستهلك من جريمة الغش التجاري الالكتروني وايراد بعض صور الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية.

المسألة الأولى: حماية المستهلك من الغش التجاري الالكتروني:

رغم اعتبار التجارة الالكترونية في بداية نموها إلا أنها تحولت مجالاً خصباً للجرائم الغش والعروض الالكترونية المزيفة وهو ما سنتناوله في النقاط التالية:

أولاً: مفهوم الغش التجاري

إن الغش التجاري الذي يتعرض له المستهلك في نطاق المعاملات العادية هو نفسه الذي يتعرض له في حالة ما إن تم إبرام العقد عن طريق الأنترنت وإن فرص وقوع الغش في حالة التعاقد عبر الأنترنت تتضاعف نظراً لانعدام شروط معاينة السلعة وتوسع مفهوم الغش الذي تعدى الوزن والطول ليشمل قطع غيار الطائرات والمواد الغذائية.

ويعرف الفقهاء الغش التجاري بأنه: >> كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة يكون مخالفاً للقانون، أو في أصول البضاعة من كان من شأنه أن يغير من طبيعة أو الخواص المواد أو فائدتها التي دخل عليها فعل الفاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل لتحقيق غايته، فقد يتم الغش عن طريق الخداع بوسائل احتيالية يستعملها الشخص ليقع غيره في الخطأ أو بواسطة التزييف بتغيير الحقيقة عموماً.

كما قد يأخذ الغش طريق التداول التجاري لمواد استهلاكية مزيفة أو سامة وانتهت صلاحيتها في تعاقد دولي كأن يحصل المستورد على شهادات تحليلية أو مطابقة غير حقيقية أو يصنع مادة مزيفة أو فاسدة بشكل مغاير<sup>23</sup>.



ثانيا: جريمة الغش التجاري في قانون العقوبات الجزائري

ولقد نص المشرع الجزائري على جريمة الغش والتدوين في المواد الغذائية في الباب الرابع المعنوي ب: الغش في البيع و التدليس في المواد الغذائية والطبية في المادة<sup>24</sup>، 431 ف ع ج وفي جميع الأقوال فان جريمة الغش لها ركنان أحدهما مادي والأخر معنوي حيث يتحقق الركن المادي بأي فعل من الأفعال التالية:

- ✓ الغش أو الشروع فيه، وكذلك الفساد الذي يطرأ على السلعة.
- ✓ العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- ✓ التحريض على استخدام هذه المواد في الغش.

وما تجدر الاشارة إليه أن هذا الركن المادي متوافر في حالة البيع الالكتروني، وذلك عن طريق العرض أو الطرح للبيع من خلال شبكة الأنترنت بالنسبة للسلع الفاسدة أو المغشوشة التي تصل الى المستهلك لاحقا، كما يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة نية الغش بانصراف ارادة الفاعل الى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها.

أضف الى ذلك أن المعني في عقد البيع الالكتروني من الصعب تصور جهلة بحقيقة العيوب التي في بضاعته أو المنتجات الخاصة به، وبالحق الغش كذلك حالات التقليد في مراحل الإنتاج الصناعي وكذلك تقليد العلامات التجارية المضللة للمستهلك.

المسألة الثانية: حماية المستهلك الالكتروني من جريمة الاحتيال التجاري

الالكتروني:

على الرغم من اتخاذ العديد من الاحتياطات لحماية المستهلك من التصرفات الاحتيالية على شبكة الانترنت إلا أنه لايزال هناك تزايد مستمر في أعداد الشكاوى التي تصدر من المستهلكين الذين يتعرضون الأفعال احتيالية على الانترنت تزداد خطورة هذا الأمر بمعرفة مدى التنوع الكبير في أشكال وصور هذا الاحتيال التي تقع بشكل طردي مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أولاً: صور الاحتيال التجاري الرافع على المستهلك الالكتروني:

إن الصور النصب والاحتيال في التجارة الالكترونية لا يمكن حصرها ولكن يمكن أن نذكر عدد منها على سبيل المثال ومنها<sup>25</sup>:



**1-عدم الوفاء بالسلعة المتعاقد عليها بالرغم من سداد المستهلك لثمنها:**

وخير مثال على ذلك ما قامت به وزارة العدل الأمريكية في شهر ديسمبر عام 1994 من ادانة شخصين بالخداع والتحايل عبر شبكة الدولية -الأنترنت- فقد وضعا اعلانات على الشبكة وواعد بإرسال السلع التي يتم طلبها الكترونيا الى العملاء فور دفع قيمة السلعة الكترونيا، ولكن المشتريين الذين طلبوا السلعة وقاموا بالدفع لم يتسلموا السلعة وكانت العقوبة هي السجن خمسة أشهر وغرامة 32 ألف دولار.

**2-انتحال اسم أحد المواقع التسويق الشهيرة: وتتم تلك العملية من الاحتيال بأن**

يقوم المحرم باستغلال اسم أحد المواقع الشهيرة أو أحد مواقع المنتجات المختلفة الشهيرة ويقوم بإنشاء موقع مماثل له سواء أكان ذلك في الاسم المتشابه معه الى حد كبير أو في واجهة ونافاذة ذلك الموقع حتى يخدع المتعامل معه ويوهمه أنه ذات الموقع الشهير تمهيدا للاحتيال عليه وسيلة أمواله بلا مقابل.

**3-الترويج لسلعة مقلدة شبيهة بمنتج أصلي غالي الثمن والجودة:**

في هذا الافتراض يقوم المحرم المعلوماتي بعرض منتجات مقلدة و تشبه الأصلية إلى حد كبير مع ايهام المستهلك بأنها ذات السلعة بثمان أقل كعرض خاص من الموقع وتحمل تلك الجريمة بعدا آخر وهي جريمة التعدي على حقوق الملكية الفكرية بهذا المنتج.

**4-الترويج لسلعة غير معروفة باستخدام الاعلان الكاذب أو المضلل:**

وفي هذه الحالة يقوم المنتج لسلعة غير مشهورة بالإعلان لها بإعلان كاذب والكذب هو الاخبار عن شيء بخلاف ما هو عليه في الواقع وهو يقوم على عنصرين: اولا: مضمون زائف، ثانيا: قصد تزييف الحقيقة، أما الاعلان المضلل فهو يكون من شأنه خداع المستهلك فهو لا يذكر بيانات كاذبة بل يصاغ في عبارات تؤدي الى خداع المستهلك المتلقي.

**ثانيا: بعض صور الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية:**

تمتاز هذه الصور باعتبارها حماية متكاملة للمستهلك في عقود البيع من خلال الانترنت وبصفة خاصة في الأحوال التالية:

✓ تجريم فعل الدخول غير المشروع الى المواقع التجارة الالكترونية والحصول على



بيانات المستهلك.



- ✓ امكانية معاينة الجاني عند اتلاف بيانات المستهلك بالعقوبة المقررة للإتلاف العمدي للمنقولات بعد التسليم للبيانات والمعلومات باعتبارها من الأموال المنقولة.
  - ✓ حماية وسائل الدفع الالكتروني من التعدي عليها في مجال التجارة الالكترونية.
  - ✓ التعدي على البيانات البطاقة الائتمانية التي تخص المستهلك.
  - ✓ تزوير المحررات الالكترونية التي يكون المستهلك طرفا فيها.
- و عليه فإننا نجد التشريعات التجارة الالكترونية تضمنت نصوصا قاطعة في شأن تجريم أفعال بعينها بهدف حماية مصلحة المستهلك في عقد التجارة الالكترونية.

#### **المسألة الثالثة: حق المستهلك في حماية خصوصيته في ظل المعاملات الالكترونية:**

حق الإنسان في الخصوصية ذو ارتباط وثيق في الحرية والخصوصية تقتضي ألا يتطفل متطفل على آخر في الأمور التي يرغب بالاحتفاظ بها لنفسه، وعدم انتهاك أسرارها وكل ما يرغب الإنسان في احاطته بالسرية والكتمان.

#### **أولاً: أثر تقنية المعلومات على الحيات الخاصة:**

إن التقدم في مجال الاتصالات والمعلومات أدى أحيانا إلى انتهاك الحق في الخصوصية التي تعد من الحقوق الأساسية للإنسان فقد يعتدي على الحياة الخاصة للأفراد عن طريق الحاسوب وذلك باستعمال بيانات شخصية غير حقيقية أو جمع بيانات شخصية حقيقية أو معالجتها دون ترخيص أو القيام بإنشاء بيانات بصور غير قانونية وإساءة استعمالها وهذه الأسباب تكمن الأهمية في وضع النظام الملائمة للاستفادة من التقدم العلمي، مع عدم المساس في ذات الوقت بالحرية الفردية إقامة الضوابط القانونية للمحافظة على أمن المواطنين وحقوقهم<sup>26</sup>.

تمكن تقنية المعلومات في تخزين كميات هائلة من البيانات الشخصية المجمعة من المؤسسات والدوائر والوكالات الحكومية والشركات الخاصة، واسترجاعها وتحليلها، والأهم من هذا امكانية مقارنة المعلومات المخزنة في ملف بالمعلومات الموجودة في قاعدة بيانات أخرى ويمكن أيضا نقلها عبر البريد في وقت قصير جدا وبتكاليف رخيصة، وهذا ما يكشف المدى الذي يهدد الخصوصية<sup>27</sup>.



وبفضل هذا الإلغاء في وسائل التقنية في مجال استرجاع المعلومات وتحليلها اتجهت دول العالم إلى إنشاء قواعد البيانات للقيام بتنظيم عملها فأتسع استخدام الحاسوب بجمع البيانات وتخزينها لأغراض متعددة وعرف ذلك ببنوك المعلومات الوطنية ومراكزها وبالرغم من ادراك المجتمعات الايجابية الناجمة عن استخدام الحاسوب في المجالات السابقة، ظهر في نفس الوقت لشعور بمخاطر تقنيات المعلومات التي تهدد الخصوصية وازداد الشعور بوجود كثير من الحالات التي يستخدمها فيها الحاسوب بطريقة غير مشروعة للبيانات الشخصية، واتساع دائرة الاعتداء على الحياة الخاصة للأفراد وهذا ما دفع الجهود الدولية الاقليمية والوطنية إلى إيجاد مبادئ وقواعد تحمي الحق في الحياة الخاصة، مع ضرورة وجود التوازن بين حاجات المجتمع في جمع البيانات الشخصية وتخزينها، ومعالجتها وكفالة الحماية لهذه البيانات من مخاطر الاستخدام غير المشروع للتقنيات معالجتها<sup>28</sup>.

#### ثانيا: الحماية التشريعية للحياة الخاصة:

هناك اعتبارات دفعت الى حماية البيانات الشخصية من التعدي عليها بالوسائط الالكترونية كاللجوء بعضهم الى الاحتفاظ بالبيانات في ذاكرة الحاسوب الآلي بصفتها تشبه الخزينة التي يحتفظ بها الشخص بكل ما يتعلق به من أسرار فهذه الأسرار بحاجة الى حماية جنائية من أجل توفير الحماية للحياة الخاصة، ومن الحقوق والحريات الشخصية التي يجب حمايتها الحقوق المتعلقة بحالة الإنسان الصحية واتجاهاته الفكرية والسياسية والاجتماعية وكل ما هو لصيق بشخصية الإنسان ويرسم صورة واضحة عن طريق تفكيره واتجاهاته<sup>29</sup>.

ومخاطر الخصوصية أصبحت محل اهتمام دولي واقليمي ووطني أفرز قواعد ومبادئ تتفق وحجم هذه المخاطر، كوجوب مراعاة الدقة في جمع البيانات وكفالة صحتها، وسلامتها واتخاذ التدابير الأمنية اللازمة لمعالجتها، وتخزينها ونقلها وازداد مبدأ حق المشاركة الفردية في تعديل وتصحيح وطلب إلغاء البيانات ووجوب تحديد الغرض من جمعها ومدة استخدامها وازداد مبدأ مسؤولية القائمين على وظائف بنوك المعلومات لأي تجاوز أو مخالفة للمبادئ الموضوعية والشكلية في جمع ومعالجة وتخزين ونقل البيانات الشخصية<sup>30</sup>.

وقد اتجه المشرع الأوروبي إلى تأكيد حماية أكبر في هذا النطاق فقد أكد التوجيه الأوروبي رقم 46/95 الصادر في 1995/10/24 بشأن حماية الأشخاص الطبيعيين عند معالجة البيانات الشخصية وحرية تداول هذه البيانات على ضرورة حماية الحقوق الأساسية وبخاصة الحق في حرمة الحياة الخاصة حسب



المادة 01/1 منه وأكد على حق المواطن في الاطلاع على البيانات المتعلقة به حسب المادة 12 منه وحق في الأغراض المادة 14 منه وحقه في سريتها وتأمينها حسب المادة 16 والمادة 17 منه<sup>31</sup>.

أما فيما يخص احترام خصوصية المستهلك، فإنه يستوجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين وكذلك احترام حقهم في الخصوصية، ويقتضي ذلك التزام بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة، وكذلك البيانات المصرفية الخاصة بهم على سبيل المثال<sup>32</sup>.

وقد خصص كذلك المشرع المصري الفصل السابع من قانون التجارة الالكترونية لقواعد حماية المستهلك من مخاطر العملية التعاقدية الالكترونية والتي تضمنت حظر نشر أو التعامل بالبيانات الشخصية أو المصرفية للمستهلك من أي جهة كانت إلا بموافقة صاحبها موافقة كتابية<sup>33</sup>.

أما فيما يخص المشرع الجزائري فقد أصدر القانون رقم 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم من قانون العقوبات الذي نص على الحماية الجزئية لأنظمة المعلومات من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، ولكن إلا جدر بالمشرع الجزائري الاقتداء بغير من المشرعين العرب خاصة المشرع المصري والتونسي في اصدار قانون ينظم التجارة الالكترونية وتضمينه حماية كاملة وشاملة للمستهلك الالكتروني.

خاتمة: إن من طبيعة المجتمعات التغير، ويتغير تبعاً لذلك نمط وأساليب الاستهلاك وطريق التعاقد وتأمين السلع والاحتياجات الإنسانية لأفراد المجتمع وبما أن التسوق عبر الأنترنت والتجارة الالكترونية، أصبحت واقعا مفروضا على الدول والمجتمعات فإنه بات من الواجب على المشرع العربي أن يولي عناية كافية لحماية مراكز المستهلكين على الأقل في إطار انعكاس ثورة المعلومات على العديد من المراكز القانونية ووجوب تعديل قواعد الحماية التقليدية على غرار المشرع الأجنبي.

و الملاحظ أن ثورة المعلومات المتسارعة تفوق جهود المشرع أينما كان، حيث أن عجز كافة المحاولات التي بذلت من قبل الفقهاء ورجال القضاء والتشريع عن الإحاطة بأحكام ضابطة للمعاملات الالكترونية، حيث لا يزال العديد من المصطلحات تحتاج لتحديد وضبط أكثر دقة، فالتجارة الالكترونية بصفة عامة لا بد لها من بيئة قانونية مضبوطة كي تضمن حقوق ومصالح كل أطرافها المتعاملين فيها وخصوصا فئة المستهلكين باعتبارها الحلقة الأضعف في التعامل التجاري، وليس يجدي نفعاً الاكتفاء بتضمين القوانين التقليدية مجموعة نصوص إضافية أو إدخال تعديلات بقدر ما يكون الحل الأنفع هو الاجتهاد في وضع قانون مستقل للمعاملات الالكترونية، أما فيما يخص المشرع الجزائري فعليه أن يتدارك التأخر ويسن تشريع خاص بالتجارة الالكترونية على غرار بعض الدولة العربية- كتونس مثلا والتي تحوي منظومتها القانونية





على تشريع متكامل ومستقل للتجارة الالكترونية- وأن يولي في هذا القانون عناية خاصة للمستهلك الالكتروني توفر له حماية مدنية وجنائية شاملة ومتكاملة تشمل أمنه وصحته وخصوصية بياناته وحساباته المصرفية من الاختراق والاحتيال والمعرفة والتقليد فضلا على ذلك تشجيع أفراد المجتمع على الثقة في التجارة الالكترونية لأنها بوابة الاقتصاد الرقمي الذي سيكون سيد المستقبل بلا منازع لكل دول العالم.

#### التوصيات والمقترحات:

- ✓ ضبط المصطلحات لتكون أكثر دقة و تناسب و مجال التجارة الإلكترونية.
- ✓ عدم كفاية القوانين الكلاسيكية لتوفير الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني و إن كانت تطبق كوضع مؤقت في غياب وجود قانون خاص بالتجارة الإلكترونية كحال الجزائر.
- ✓ وضع قانون مستقل و خاص بالتجارة الإلكترونية على غرار كثير من الدول الغربية و العربية.
- ✓ تضمين قانون التجارة الإلكترونية حماية خاصة بالمستهلك الإلكتروني من خلال توفير الحماية المدنية و الجنائية.

#### قائمة المراجع:

- 1) حداد العيد، الحماية المدنية والجنائية عبر شبكة الأنترنت، المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، 30/27 أكتوبر 2009، ص: 03.
- 2) روب سميس، مارك سبيكر ومارك تومسون، التجارة الالكترونية، ترجمة دا خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2000، ص: 81.
- 3) سمير منتصر الالتزام بالتنصير، دار النهضة العربية، 1990، ص: 06.
- 4) سامح عبد الواحد التماسي، التعاقد عبر الأنترنت دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، مصر، المحلي الكبرى، 2008، ص: 267.



- 5) المهدي نزيه محمد الصادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بأنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، مصر، د ت ن، ص: 115.
- 6) حداد العيد، المرجع السابق، ص: 04.
- 7) أحمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك ازيد المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص: 105.
- 8) راجع الفصل 25 من القانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 9 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات التجارية الالكترونية في تونس ج ر عدد 64 مؤرخة في 11 أوت 2000.
- 9) عبد الفتاح بيومي حجازي مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية دار الفكر الجامعي الاسكندرية، مصر، 2005، ص: 26.
- 10) قانون 02/89 المؤرخ 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج والعدد 06 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق ل 07 فبراير 1989، الملقى بموجب المادة 94 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- 11) المرسوم التنفيذي رقم 65/09 مؤرخ في 2009/02/07 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض القطاعات النشاط وبعض السلع والخدمات ج ر عدد 10.
- 12) عمر محمد عبد الباقي خليفة، الحماية العقدية للمستهلك، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر، 2008، ص: 768.
- 13) أيمن مساعدة، علاء خصاونة، خيار المستهلك في البيوع المنزلية وبيوع المسافة المحلية الشرعية والقانون العدد 46 لسنة 2011 الأردن ص، ص 157-2010.
- 14) الفصل في 32 من قانون عدد 83 لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات التجارية الالكترونية التونسي السالف الذكر.
- 15) عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 775.



- 16) أمّنة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد من خلال ثم تقديمها في الملتقى الوطني، المنعقد بمعهد العلوم القانونية والادارية بالمركز الجامعي بالوادي تحت عنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومس 13 و14 أفريل 2008 ص، ص 113 و114.
- 17) عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006، ص:45.
- 18) خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة) الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، ص194.
- 19) حسين عبد الباسط جميعي، أثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط التعاقد، دار النهضة العربية، مصر، 1991، ص112.
- 20) السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد لدراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، القاهرة، ص45.
- 21) خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 207.
- 22) حداد العيد، المرجع السابق ص 09.
- 23) عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مرجع سابق، ص 66.
- 24) المادة 431 من القانون رقم 82-04 المؤرخ في 13 فبراير 1982 المعدل والمتمم لأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق 8 يونيو سنة 1966 يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- 25) جويلي سعيد سالم، الحق في الخصوصية للمستهلك في التجارة الالكترونية، المؤتمر الدولي لقانون الأنترنت: نحو علاقات قانونية وإدارية وسياسية واجتماعية جديدة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الغردقة، مصر 2005، ص234.
- 26) الشبكة القانونية العربية، فروع قانون الخصوصية وحماية البيانات (2007/9/25) نقلا عن ص 11 [www.arablaw.org](http://www.arablaw.org)



- (27) المرجع نفسه ص 12.
- (28) حجازي عبد الفتاح بيومي/ مكافحة جرائم الكمبيوتر والأنترنيت فى القانون العربي النموذجي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006، ص 616.
- (29) الشبكة القانونية العربية، فروع قانون الخصوصية و حماية البيانات، مرجع سابق، ص 18.
- (30) أمين أعزان، الحماية القانونية للمستهلك فى مجال التجارة الالكترونية، عبر شبكة الأنترنيت، رسالة ماجستير فى القانون التجاري، معهد البحوث والدراسات العربية بالقاهرة، 2003، ص 112-115.
- (31) العيد الحداد، الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الأنترنيت، مرجع السابق، ص 08.
- (32) هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية التجارة الالكترونية عبر الأنترنيت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 67.