

## الحماية القانونية للمعطيات الشخصية في معاملات التجارة الإلكترونية

### LEGAL PROTECTION OF PERSONAL DATA IN ELECTRONIC COMMERCE TRANSACTIONS

علال نزيهة<sup>1\*</sup>، أ.د. عاشور فاطيمة<sup>2</sup>،

<sup>1</sup> عضو بمخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية بالمركز الجامعي عبد الله مرسلي بتيبازة،

allal.naziha@cu-tipaza.dz

<sup>2</sup> عضو بمخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياسية بالمركز الجامعي عبد الله مرسلي بتيبازة

droit.tipaza@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/07/11

تاريخ القبول: 2022/06/28

تاريخ الإرسال: 2022/06/22

#### الملخص:

يتبع كل تقدم علمي قانون يأطره ويحاول الحد من الانتهاكات التي قد تتجر عنه، وهو الحال بالنسبة للتجارة الإلكترونية، التي يتطلب تطورها ضرورة توفر الأمن القانوني والتقني، والثقة بين الموردين والمستهلكين الإلكترونيين الذين يتواصلون عبر الشبكات الإلكترونية المفتوحة مثل الويب، هذه الأخيرة تظهر مستوى أدنى من الأمان قد تتعرض فيه المعطيات الشخصية الخاصة بالمستهلك للاستغلال، ونظرا لحساسية هذه البيانات أحاطها المشرع الجزائري بحماية خاصة في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك بوضعه لمجموعة من الضمانات تتمثل في إلزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك باعتباره مسؤولا عن المعالجة، وتقريره لجزاءات قانونية عند أخلاقه بتنفيذ هذه الالتزامات، فإمدى كفاية هذه الضمانات لحماية المعطيات الشخصية للمستهلكين كأشخاص معينين بالمعالجة للأغراض التجارية على الإنترنت؟

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، المعطيات الشخصية، سياسة الخصوصية حماية المستهلك الإلكتروني.

#### Abstract:

Every scientific progress follows a law that frames it and tries to limit the violations that may result from it, which is the case with electronic commerce, whose development requires the need for legal and technical security, and trust between electronic suppliers and consumers who communicate through open electronic networks such as the Web, which shows a lower Security level that the consumer personal data can be exploited, regarding the sensitivity of these data, the Algerian legislator has surrounded it with special protection in Law 18-05 related to electronic commerce, This protection consists in obliging the electronic supplier to protect personal data as a responsible of the processing, and he determinate legal penalties in

case he doesnt do his commitments properly, how sufficient are these guarantees to protect the personal data of electronic consumers as people concerned of processing for commercial purposes ?

**Key words:** E-Commerce, Personal Data, Privacy Policy, Electronic Consumer Protection.

#### مقدمة:

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تطورا هائلا في التعاملات الالكترونية أدى إلى ظهور التجارة الالكترونية، التي تتمتع بعدة مزايا تساعد على تعزيزها، فهي تمكن المورد الالكتروني من اقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية، وتسمح للمستهلك بشراء السلع أو الحصول على خدمات دون الانتقال، ويتضمن ذلك عرض مواقع الويب الخاصة بمختلف الشركات بما فيها الموجودة على الجانب الآخر من العالم والتواصل معها، وعلى الرغم من هذه المزايا تنطوي التجارة الالكترونية على مخاطر غير معروفة في التجارة التقليدية، إذ يتم تنفيذ المعاملات التجارية اعتمادا على البيانات التي يقدمها المستهلك، هذه الأخيرة يمكن جمعها وتصنيفها ضمن ملفات يدويا أو الكترونيا، وعليه فأدنى شراء يترك مؤشرات على المشتري وحاجاته ووضعته المالي، ومع قدرة الكمبيوتر على حفظ المعلومات بصفة دائمة، وكذا إمكانية دمجها يجعل من الممكن رسم صورة مكتملة بشكل متزايد لكل فرد، فيتم إعداد بطاقات بيانات معلوماتية عن الأشخاص، خاصة وأنّ البيانات الشخصية للمستهلكين أصبحت سلعة ثمينة يمكن شراؤها وبيعها لمعرفة ميولات المستهلكين وامتلاك الأسواق، فبالنسبة لشركات القرن الحادي والعشرين تعد إدارة المعطيات الشخصية للعملاء المحتملين مركز نظام التسويق.

فبين حق المستهلك في الاستهلاك وحقه في خصوصية وأمن بياناته، وبين ضرورة استخدام المعطيات الشخصية في معاملات التجارة الالكترونية، وإمكانات النمو التي تخفيها والتي تعمل على تطوير التجارة الالكترونية، كان من الضروري أن يتدخل المشرع لتحقيق التوازن بين هذه المصالح المتقابلة، وذلك بوضع إطار قانوني يضمن حماية المعطيات الشخصية ويعمل على تعزيز ثقة المستخدم في التجارة الالكترونية من جهة ويسهل التقدم للمعلوماتية من جهة أخرى.

من هذا المنطلق عمدت مختلف التشريعات المقارنة للتدخل بغية حماية المعطيات الشخصية للأشخاص الطبيعيين، وبدوره عمد المشرع الجزائري إلى ذلك، حيث وضع قانونا خاصا يتعلّق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي<sup>1</sup>، كما كرّس هذه الحماية في

القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية<sup>2</sup>، ذلك أنه يوجد تداخل جوهري بين قانون التجارة الالكترونية وقانون حماية البيانات، فمن الصعب الفصل بين حماية المستهلك في حقوقه المالية، وبين حمايته في شخصه، فالاثنتين لا ينفصلان.

جعل المشرع الجزائري حماية المعطيات الشخصية إلتزام ملقى على عاتق المورد الالكتروني في مواجهة المستهلك الالكتروني ورتب مسؤوليته عند الاخلال بها، فامدى كفاية الضمانات التي وضعها المشرع لحماية المعطيات الشخصية للمستهلكين؟

للإجابة على هذه الاشكالية نتبع المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بالبحث في نصوص قانون التجارة الالكترونية، وكذا في نصوص القانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وإيجاد العلاقة بين القانونين لاستخلاص الضمانات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك الالكتروني كشخص معني بالمعالجة للأغراض التجارية على الإنترنت.

تتجسد الضمانات التي وضعها المشرع الجزائري في التزام المورد الالكتروني بحماية المعطيات الشخصية باعتباره مسؤول عن المعالجة (المبحث الأول)، وتقريره لجزاءات قانونية عند اخلاله بتنفيذ التزاماته (المبحث الثاني).

### المبحث الأول: التزام المورد الالكتروني بحماية المعطيات الشخصية

في مجال التجارة الالكترونية يقوم المورد الالكتروني، وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يسوق أو يقترح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية<sup>3</sup>، بجمع المعطيات الشخصية للزبائن أو الزبائن المحتملين، من خلال تسجيلها أو الاحتفاظ بها مثلا، وبالتالي فهو يقوم بوظيفة المسؤول عن المعالجة، بما أنه من يحدّد الغايات من المعالجة ووسائلها<sup>4</sup>، وبهذه الصفة، يكون هو المسؤول عن حماية المعطيات الشخصية للمستهلكين، تتجسد هذه الحماية بشكل غير مباشر من خلال تعزيز التزاماته كمسؤول عن معالجة المعطيات (المطلب الأول)، وبشكل مباشر من خلال تعزيز حقوق المستهلك بوصفهم موضوع المعطيات الشخصية المعالجة (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: التزامات المورد الالكتروني باعتباره مسؤول عن معالجة المعطيات الشخصية

المبدأ هو حرية استخدام موارد تكنولوجيا المعلومات، وتشكل حماية المعطيات الشخصية الاستثناء الوحيد لمبدأ حرية المعالجة، يعمل التنظيم القانوني المتعلق بحماية المعطيات الشخصية على الموازنة بين حق المورد الالكتروني في المعلومة، وحق المستهلك الالكتروني في الحماية، وذلك بوضع مجموعة من الاجراءات والضوابط نصت عليها المواد 26، 30، 31 من قانون التجارة الالكترونية.

### الفرع الأول: التزام المورد الالكتروني بضمان احترام مبادئ معالجة المعطيات الشخصية

في مجال التجارة الالكترونية، تجد المعالجة أساسها القانوني في المادة 26 من قانون التجارة الالكترونية التي تسمح للمورد الالكتروني بجمع المعطيات الشخصية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وفي هذا الصدد نتساءل عن نوع المعلومات التي تعتبر معطيات شخصية وبالتالي تدخل في مجال الحماية التشريعية؟

المعطيات ذات الطابع الشخصي هي نوع من المعلومات تتعلق بالشخص الطبيعي دون المعنوي، وترتبط به بشكل مباشر أو غير مباشر فتعزفه أو تجعله قابلاً للتعريف، وذلك بغض النظر عن شكلها وأنوعها<sup>5</sup>، وهو تعريف واسع يدخل في مضمونه مجموعة كبيرة من المعطيات، من بينها ما اتفق الفقه والقضاء بأنها تتمتع بالحماية دون أدنى شككبيانات التعريف المباشرة للأشخاص وهي الاسم واللقب والصورة (ثابتة أو متحركة) بحيث تسمح لنا بالتعرف عليهم بالتأكيد، وكذا بيانات التعريف التي لا تكشف أو تحدد بشكل مباشر هوية الشخص الذي تنطبق عليه، ولكنها مرتبطة به في سياق معين، يتضمن هذا بيانات رقم الهاتف أو الضمان الاجتماعي، والعنوان الجغرافي، ولوحة الترخيص، وبصمات الأصابع، وعنوان البريد الإلكتروني، وتاريخ الميلاد<sup>6</sup>.. الخ.

واختلف الفقه والقضاء في بعض المعطيات كونها تدخل ضمن التعريف أعلاه أم لا، فنجد القضاء الفرنسي انقسم بين من لا يعتبر عنوان الهوية (adresseIP) من المعطيات الشخصية، وذلك تأسيساً على أنه لا يحدّد، ولو بصورة غير مباشرة، هوية شخص طبيعي، بل يتعلق بالجهاز، وبين من يعتبره من بين المعطيات الشخصية، لأنه وسيلة للتعرف على شخص مستخدم جهاز الحاسب الآلي، بطريقة غير مباشرة<sup>7</sup>، غير أنه بصدور اللائحة العامة للاتحاد الأوروبي بشأن حماية البيانات والخصوصية لجميع الأفراد داخل الاتحاد الأوروبي والمنطقة الأوروبية (RGPD) سنة 2016، حسمت الانقسام الحاصل حين عرفت المعطيات الشخصية بأنها " معلومات تتعلق بشخص طبيعي محدد أو قابل للتحديد، أي يمكن

تحديده، بشكل مباشر أو غير مباشر، على وجه الخصوص بالرجوع إلى المعرف، مثل الاسم ورقم التعريف وبيانات الموقع والمعرف عبر الإنترنت، أو لعنصر محدد أو أكثر خاص بهويته الجسدية أو الفسيولوجية أو الجينية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية<sup>8</sup>، وتحدد الحاشية رقم 30 من اللائحة، أنه تشكل جزءاً من البيانات الشخصية المعرفات عبر الإنترنت التي يمكن ربط الأفراد بها من خلال الأجهزة والتطبيقات والأدوات والبروتوكولات التي يستخدمونها بما في ذلك عناوين (IP) وملفات تعريف الارتباط (COOKIES)، وتقع خارج نطاق حماية المعطيات الشخصية للبيانات المجهولة فقط، وهي التي لا يمكن ربطها بشخص محدد أو يمكن التعرف عليه<sup>9</sup>.

يعتبر "جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي" صورة من صور معالجة المعطيات الشخصية، والتي تعرف حسب المادة 3/3 من القانون 07-18 السالف الذكر على بأنها: "كل عملية أو مجموعة عمليات منجزة بطرق أو بوسائل آلية أو بدونها على معطيات ذات طابع شخصي، مثل الجمع أو التسجيل أو التنظيم أو الحفظ أو الملاءمة أو التغيير أو الاستخراج أو الاطلاع أو الاستعمال 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".

ومنه نستنتج أنّ عملية جمع المعطيات الشخصية التي يقوم بها المورد الالكتروني تدخل في نطاق القانون 07-18، ذلك أنّ العمليات التي تندرج في إطار مفهوم المعالجة متنوعة وتتراوح من جمع البيانات إلى إتلافها، فأى إجراء يمكن القيام به يتعلق بالبيانات الشخصية أو استخدامها يقع ضمن تعريف "المعالجة"، والهدف من ذلك هو حماية الأفراد من اللحظة التي يتم فيها جمع المعلومات المتعلقة بهم أو تسجيلها، وبالتالي فقد حرص المشرع على تضمين فكرة المعالجة عند تطبيق أي عملية على المعطيات الشخصية<sup>10</sup>، وفي ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة صار من السهل جمع بيانات الزبائن، فهناك الكثير من الأساليب التي تتبعها المواقع الالكترونية للحصول عليها، منها<sup>11</sup>:

- الاستثمارات التي يملؤها المستهلكون بمناسبة عمليات شراء السلع أو الخدمات، أو عند التسجيل في المواقع التجارية، والتي عادة ما تطلب من بيانات المستخدم قبل تمكينه من الدخول إلى الموقع والاطلاع على السلع أو الخدمات التي يوفرها.
- أو من خلال تقديمها لبعض الخدمات مثل إعلام المستهلكين بالمنتجات الجديدة.

- وكذا من خلال ملفات الارتباط<sup>12</sup> التي تتبّع جولات وزيارات المستهلك، فمن المحتمل أن يقبل المستهلكون تثبيت ملفات تعريف الارتباط دون فهم الآثار المترتبة على ذلك، كما تظهر الممارسة أن الاعتراض عن قبول ملفات الارتباط يؤدي أحياناً إلى رفض الوصول إلى الموقع<sup>13</sup>.

وحتى تصبح عملية جمع المعطيات الشخصية قانونية، تلزم المادة 26 من القانون 18-05 المورد الالكتروني بمجموعة من الالتزامات هي:

**أولاً:** ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية، أي أنّ الجمع يجب أن يقتصر على الحد الأدنى من المعطيات الشخصية والضروري لغرض إبرام عقد التجارة الالكترونية، وهو ما يتوافق مع مبدأ تحديد الغرض ومبدأ تقليل البيانات<sup>14</sup>، فلا يسمح له أن يطلب رقم البطاقة المصرفية مع أنّ الدفع سيكون عند التسليم، كما لا يسمح له بجمع المعلومات الخاصة بالمعلومات الاستهلاكية وغيرها<sup>15</sup>.

**ثانياً:** أن يقوم المورد الالكتروني بإعلام المستهلكين بالبند المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي لتمكينهم من الموافقة عليها، ولا يمكن أن تتم عملية جمع المعطيات الشخصية للمستهلك إلا بعد أن يتلقى هذه البيانات ويوافق عليها صراحة<sup>16</sup>، وكل تغيير في الشروط بعد الموافقة يستدعي رضا جديد<sup>17</sup>، فالموافقة هي المبدأ الأساسي لعملية معالجة البيانات الشخصية.

**ثالثاً:** يلتزم المورد بضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات، فأمن المعطيات يتعلق بالمحافظة عليها من فقدان أو الضياع أو التخريب بأي وسيلة من الوسائل، أو مشاركتها مع طرف ثالث بأية صورة كانت<sup>18</sup>، ويكون ذلك بوضعه للتدابير التقنية والتنظيمية الملائمة لحماية المعطيات<sup>19</sup>.

**رابعاً:** أوجبت على المورد الالكتروني الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، ومنه يتوجب عليه الالتزام بأحكام القانون 18-07 الذي يخضع كل عملية معالجة معطيات شخصية لتصريح أو ترخيص مسبق لدى السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي ما لم يوجد نص يقضي بغير ذلك<sup>20</sup>، وبما أنه لا يوجد نص يسمح بمعالجة المعطيات بدون إخطار السلطة الوطنية في قانون التجارة الالكترونية، يكون المورد الالكتروني ملزماً بالإخطار للحصول على تصريح أو ترخيص حسب الحالة، كما يلتزم بأن يقوم بمعالجة المعطيات الشخصية بطريقة مشروعة، ونزيهة، ومناسبة للغايات التي تم جمعها من أجلها، كما يجب أن تحفظ بشكل يسمح بتحديد هوية الأشخاص المعنيين لمدة لا تتجاوز المدة اللازمة لانجاز الغرض الذي جمعت من أجله<sup>21</sup>.

## الفرع الثاني: التزامات المورد الإلكتروني بمناسبة استغلال المعطيات الشخصية في الأشهر

### الإلكتروني

تعد بيانات مستخدمي الإنترنت سلعة جذابة تقوم عليها صناعة الإشهارات الإلكترونية التي تعدّ عصب الاقتصاد الرقمي لشركات ومواقع الإنترنت<sup>22</sup>، ومن ثم فإن استعمال هذه البيانات لأغراض إعلانية يواجه إشكالية الموازنة بين أهمية تعزيز الاقتصاد الرقمي من جهة، وضرورة حماية خصوصية المستخدمين من جهة أخرى.

### أولاً: حماية خصوصية المستهلك في مواجهة الإشهار الإلكتروني

لطالما اعتبرت قيمة العلامة التجارية أحد أكثر المقاييس لقياس قيمة الشركة، أمّا اليوم فهي تستند على بناء علاقات قوية ودائمة مع عملائها، لذلك تقوم الشركات بجمع المعلومات الشخصية لعملائها لتطوير عروض شخصية أفضل وأكثر ملاءمة لتوقعات كل منهم<sup>23</sup>، عن طريق ما يعرف بالإشهار الموجه (المستهدف)، *La publicité ciblée*، الذي يعتمد على المعطيات الشخصية للأشخاص الطبيعيين، فهو يعتمد على تتبع نشاط مستخدم الانترنت لوضع إعلانات فورية على المواقع التي يتصفحها بما يتوافق مع المعلومات والمعطيات الشخصية المتوفرة عنه، فهو الإعلان الذي يستهدف المستخدم بشخصه<sup>24</sup>، وعلى الرغم من مزايا الإعلانات المستهدفة أهمها أنّها تقدم إعلانات تتوافق مع اهتمامات المستهلك، إلا أنها تخفي مخاطر المساس بخصوصية المستهلك الإلكتروني.

للموازنة بين هذه المصالح المتقابلة ألزم المشرع في المادة 32 من القانون 05-18 المورد الإلكتروني بأن يضع منظومة إلكترونية تسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات، كما أوجبت على المورد الإلكتروني الذي يتلقى رفضاً للإشهار الإلكتروني، أن يسلم للمستهلك الإلكتروني وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية تدل على تسجيل طلبه، وأن يلبي رغبته في غضون 24 ساعة، غير أنّ المشرع سكت عن بداية بداية سريان فترة 24 ساعة، والأرجح أنها تسري من لحظة تسليم وصل الاستلام<sup>25</sup>.

ومنه يلتزم المورد الإلكتروني بتبصير المستهلك بشأن استعمال معطياته الشخصية في الأشهر الإلكتروني المستهدف، ويكون للمستهلك الحق في الاعتراض، ومنه يكون المشرع الجزائري قد وضع في

المادة 32 السالفة الذكر مبدأ عدم قبول الاشتراك "opt-out"، أي أنّ قبول المستخدم لتلقي الاشهارات الإلكترونية مفترض، مالم ينقر على الرسالة بما يفيد عدم القبول.

### ثانيا: الالتزام بضوابط الاستبيان المباشر

منع المشرع الجزائري بموجب القانون 05-18، والقانون 07-18 المورد الإلكتروني من استعمال المعطيات الشخصية للأشخاص الطبيعيين في الاستبيان المباشر، مالم يوافقوا على ذلك مسبقاً<sup>26</sup>، وعليه يتوجب للمورد الإلكتروني تحديد هذا الغرض عند جمع عنوان البريد الإلكتروني، حتى يبدي المستهلك موافقته أو اعتراضه على تلقي الاستبيانات.

نجد المشرع الجزائري استعمل مصطلح الاستكشاف المباشر في المادة 3فقرة 20 من القانون 07-18، ومصطلح الاستبيان المباشر في القانون 05-18 غير أن الترجمة الفرنسية "la prospection directe" متوافقة في القانونين.

ويعرّف الاستبيان المباشر (التتقيب المباشر) "la prospection directe" في القانون 07-18 بأنه "ارسال أي رسالة، مهما كانت دعامتها وطبيعتها موجهة للترويج المباشر أو غير المباشر لسلع أو خدمات أو لسمعة شخص يبيع سلعا أو يقدم خدمات".

من خلال النص أعلاه، يتضح أن الإستكشاف المباشر يهدف إلى الترويج للسلع أوالخدمات أو لسمعة شخص يبيع سلع أو خدمات، وبالتالي فهو مجموعة الإتصالات التي يجريها عادة المورد الإلكتروني بالمستهلكين المرتقبين بغرض إقناعهم وتعريفهم بالسلع والخدمات المطروحة في الأسواق وإغرائهم بشرائها، مستخدما في ذلك الرسائل بغض النظر عن طبيعتها، كما يهدف الإستكشاف المباشر أيضا للحصول على إستجابة و/ أو تحقيق معاملة وذلك لكونه صورة من صور الإشهار الإلكتروني<sup>27</sup>، وتتمثل الممارسة الحالية للحصول على هذه الموافقة بنظام "opt-in"، ويكون ذلك من خلال تحديد المربع "أوافق على تلقي النشرة الإخبارية للتاجر الإلكتروني" على سبيل المثال.

غير أنّه بالرجوع إلى المادة 37من القانون 07-18 نجدها وضعت استثناءات على قاعدة الحصول على الموافقة المسبقة للشخص الذي يتم إستكشافه، حيث أنّها أجازت أن يتم الاستبيان بدون موافقة الشخص المعني إذا تمّ مباشرة بواسطة البريد الإلكتروني، بنصها على أنّه يُسمح بالتتقيب المباشر عن



طريق البريد الإلكتروني، إذا تم جمع تفاصيل الاتصال الخاصة بالمستلم منه مباشرة، وفقاً لأحكام هذا القانون، وإذا كان الاستكشاف يخص بيع أو تقديم خدمات مشابهة من قبل نفس المورد الإلكتروني، بشرط منح المرسل إليه، بطريقة صريحة لا لبس فيها، إمكانية الاعتراض مجاناً، باستثناء التكلفة المتعلقة بارسال الرفض.

ومن التطبيقات القضائية لهذا الحق، الحكم الصادر من المحكمة الابتدائية الكبرى بباريس حيث اعتبرت أنّ إرسال رسائل إلكترونية دعائية لشخص على الرغم من اعتراضه على ذلك يعتبر انتهاكاً لحقه في الاعتراض على معالجة معطياته الشخصية<sup>28</sup>.

### المطلب الثاني: الالتزام بتمكين المستهلك الإلكتروني من التحكم في معطياته الشخصية

يمنح المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية الحق للمستهلك بالتحكم ببياناته الشخصية، من خلال حقه بالإعلام قبل معالجة معطياته الشخصية، وكذا حقه في قبول المعالجة أو رفضها.

### الفرع الأول: إعلام المستهلك الإلكتروني بالبنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي

يجب أن تسبق كل معاملة تجارية إلكترونية بعرض تجاري يتضمن مجموعة من المعلومات الإلزامية من بينها البنود المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية<sup>29</sup>، وذلك بهدف تمكين المستهلكين من اتخاذ قرارهم بقبول أو عدم قبول على هذه الشروط بشكل مستنير وهو ما يستجيب لمتطلبات الشفافية في معاملات التجارة الإلكترونية، وغالباً ما تعلن المواقع الإلكترونية عن هذه الشروط في صفحتها الأولى، تحت عنوان سياسة الخصوصية "Privacy Policy"، وهي توضح تفاصيل كيفية استخدام وعدم استخدام بيانات الزبائن الشخصية التي يجمعها الموقع التجاري، وهو ما أكدته المادة 32 من القانون 18-07، حيث ألزمت المسؤول عن المعالجة أو من ينوب عنه بإعلام كل شخص يتم تجميع معطياته الشخصية مسبقاً وبصفة صريحة دون لبس بهوية المسؤول عن المعالجة أو من يمثله عند الاقتضاء، أغراض المعالجة، الطبيعة الإلزامية أو الاختيارية للجوابات، آثار وعواقب عدم الرد، وكل معلومة إضافية مفيدة<sup>30</sup>، لاسيما الحقوق التي يتمتع بها وعمليات نقل المعطيات إلى بلد أجنبي المخطط لها.

غير أنّ الواقع يظهر أنّ هذا الالتزام لا يحظى باحترام كبير، وفي غياب الإحصائيات في الجزائر، أظهرت دراسة بلجيكية أجريت عام 2002 أن 67% من مواقع الويب تستخدم ملفات تعريف الارتباط وأنّ 12% فقط من المواقع المعنية تعلم الزوار بها<sup>31</sup>.

### الفرع الثاني: تمكين المستهلك الإلكتروني من الموافقة أو الاعتراض

لا يمكن أن تتم عملية جمع المعطيات الشخصية للمستهلك إلا بعد أن يتلقى هذه البيانات ويوافق عليها صراحة<sup>32</sup>، تظل الموافقة بالتالي أحد العناصر التأسيسية لشرعية المعالجة، لا يحدد قانون حماية المعطيات هذه الموافقة على الرغم من أنه يسمح بالمعالجة بناءً عليها، وعرفها التوجيه الأوروبي رقم 95/46 على أنّها: "أي تعبير حر ومحدّد ومستتير للإرادة يقبل بموجبه صاحب البيانات أن البيانات الشخصية المتعلقة به قد تخضع لعلاج أو معاملة"<sup>33</sup>، الموافقة بالمعنى المقصود في اللائحة 140 المادة 4 ، الفقرة 11 من اللائحة تعرف الموافقة على أنّها "أي تعبير حر ومحدّد ومستتير وقاطع للإرادة يقبل به الشخص المعني ، من خلال إعلان أو عن طريق إجراء إيجابي واضح، أن البيانات المتعلقة به تتم معالجتها" وتطلب المشرع الجزائري في المادة 7 من القانون 07-18 الموافقة الصريحة للشخص المعني، أي بفعل إيجابي وواضح منه، ولا يعني بذلك السكوت تعبيراً عن الإرادة.

وفي سياق التجارة الإلكترونية، تتمثل الممارسة الأكثر شيوعاً في توفير مربع اختيار، يحدّده المستهلك بمعنى القبول على سياسة الخصوصية وشروط البيع.

وبذلك فالمشرع يعطي الفرد مسؤولية إدارة وحماية معطياته، رغم أنّ الدراسات قد كشفت أنّ 70% من المستخدمين لا يقرؤون شروط استخدام المواقع والتطبيقات الإلكترونية قبل إبداء موافقتهم، وبالتالي يمنحون الإذن ضمناً<sup>34</sup>، وهنا يثور التساؤل حول صحّة موافقتهم.

يمكن للشخص المعني أن يتراجع عن موافقته في أي وقت<sup>35</sup>، وهذا التراجع من شأنه أن يوقف عملية معالجة معطياته الشخصية<sup>36</sup>، غير أنّ المشرع لم يبين أثر الرجوع على الموافقة بالنسبة للمعطيات الشخصية التي تكون في مرحلة المعالجة أو انتهت عملية معالجتها، فهل يتوجب على مسؤول المعالجة مسح المعطيات المتحصل عليها، خاصة وأنّ المادة 35 لا تعطي حق طلب المسح واغلاق المعطيات إلا بشرط عدم مطابقتها للقانون 07-18 أو عدم مشروعيتها<sup>37</sup>.

باستقراء القواعد العامة للمعالجة في القانون 18-07 نجد المادة 7 في فقرتها الأخيرة قد وضعت استثناء على موافقة الشخصي المعني بالمعالجة بنصها: "المعالجة الضرورية التي لا تستوجب موافقة الشخص المعني تكون عندما تهدف إلى تحقيق مصلحة مشروعة من قبل المسؤول عن المعالجة أو المرسل إليه مع مراعاة مصلحة الشخص المعني و/أو حقوقه وحرياته الأساسية"، وهنا نتساءل عن حدود المصلحة المشروعة، هل يعتبر مشروعاً للشركات التجارية معالجة بيانات زبائنهم بدون موافقتهم للحصول على مصلحة اقتصادية؟

نجد أنّ المشرع وسع في هذا الاستثناء، فقد يشكل أساس المصلحة المشروعة في الواقع مناورة لاستبعاد موافقة صاحب البيانات، غير أنّه يبقى حق الاعتراض هو ضمانته المستهلك في هذه الحالة، وبهذا يشكل حق الاعتراض التوازن بين المصلحة المشروعة لمراقب المعالجة وحق المستهلك في الخصوصية.

### المبحث الثاني: جزاء مخالفة المورد الالكتروني لالتزامه بحماية المعطيات الشخصية

يعتبر المورد الالكتروني هو المسؤول عن تخزين المعلومات ومعالجتها، فهو ملزم باتخاذ كافة الاجراءات المناسبة لحمايتها ومنع نشرها أو الاطلاع عليها أو استعمالها خارج الهدف المراد من ورائها أو افشائها على خلاف ما يقضي به القانون<sup>38</sup>، أمّا إذا قام بالاخلال بالتزاماته، وانتهاك حقوق الشخص المعني بالمعالجة، تقوم مسؤوليته الجزائية والمدنية، إلى جانب العقوبات الادارية التي تفرضها مباشرة اللجنة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية.

### المطلب الأول: العقوبات الادارية والجزائية

رغبة في تحسين فعالية القواعد المتعلقة بمعالجة المعطيات، منح المشرع الجزائري السلطات الاشرافية سلطة فرض عقوبات على المورد الالكتروني المخالف، إلى جانب العقوبات الجزائية التي يفرضها القاضي الجزائري.

### الفرع الأول: الجزاءات التي تفرضها الجهات الادارية

عمد المشرع الجزائري على وضع سلطات إدارية تساهم إلى جانب السلطات القضائية في السهر على حماية المعطيات الشخصية وكذا حماية المستهلك، ومنحها سلطة توقيع بعض العقوبات على المسؤول المخالف.

يبدو أن قدرة السلطات الإشرافية على اللجوء إلى العقوبات الإدارية لها مزايا عديدة، مقارنة مع العقوبة التي يصدرها القاضي الجزائري، فالعقوبة الصادرة عن سلطة إشرافية تتبع من هيئة متخصصة في الموضوع الذي تنظمه، كما أنها قادرة على إصدار عقوبة بسرعة أكبر من القضاء<sup>39</sup>.

وقد منح المشرع للسلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي سلطة اتخاذ مجموعة من الإجراءات التصحيحية ضد مراقبي البيانات والتي تتراوح من الإنذار البسيط إلى حظر العلاج، وتكون قراراتها قابلة للطعن أمام مجلس الدولة وفقا للتشريع المعمول به<sup>40</sup>، كما يمكن أن تصدر غرامة محددة بـ 500,000 دج ضدّ المسؤول عن المعالجة الذي يرفض، دون سبب شرعي، حقوق الشخصي المعني المتعلقة بالاعلام والولوج أو التصحيح أو الاعتراض المنصوص عليها في المواد 32 و34 و35 و36 من القانون 07-18 (المادة 47)، أمّا في حالة العود فتطبق العقوبات الجزائية المتعلقة بالحبس الذي قد يصل إلى سنتين، و/ أو بالغرامة التي قد تصل كحد أعلى 200,000 دج (المادة 64).

هذا، وقد منح المشرع للإدارة المكلفة بحماية المستهلك صلاحية فرض غرامة الصلح على المورد الالكتروني الذي يخالف التزاماته المنصوص عليها في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، من بينها المخالفات المتعلقة باخلاله بالتزاماته المتعلقة بحق المستهلك الالكتروني في الإعلام المسبق بالبند المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية، وكذا الخاصة بإخلاله بضوابط الاشهار الالكتروني، مالم يكن في حالة العود، ويكون مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى للغرامة<sup>41</sup>.

### الفرع الثاني: الجزاءات التي يفرضها القضاء الجزائري

لضمان تنفيذ المورد الالكتروني لالتزامه بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، رتب قانون التجارة الالكترونية، مجموعة من الجزاءات على عدم الامتثال لهذا الالتزام، والتي تتمثل في عقوبة الغرامات المالية، وتعليق النفاذ إلى منصات الدفع الالكتروني، بالإضافة إلى الجزاءات المنصوص عليها في القانون 07-18.

### أولاً: الجزاءات المنصوص عليها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية

يعاقب على مخافة التزام المورد الالكتروني بالإعلام المسبق بالبنود المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية بغرامة قد تصل إلى 500,000 دج وإمكانية تعليق نفاذه إلى منصات الدفع الالكتروني لمدة لا تتجاوز 6 أشهر (المادة 39).

يعاقب بغرامة من 50,000 إلى 500,000 دج المورد الالكتروني الذي يقوم باستغلال المعطيات الشخصية للمستهلكين في الإشهار الالكتروني غير المرغوب فيه بدون موافقة المستهلك الالكتروني، أو عدم تمكنه من الاعتراض على الرسائل الاشهارية الموجهة إليه، أو الاستمرار في ارسال رسائل الاستبيان المباشر رغم معارضة المستهلك (المادة 40).

### ثانياً: الجزاءات المنصوص عليها في القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في

#### مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي

نص القانون 18-07 في الفصل الثالث بعنوان الأحكام الجزائية، من الباب السادس المتعلق بالأحكام الإدارية والجزائية، على عدة انتهاكات يمكن أن ترتب عقوبة الحبس الذي قد يصل إلى 5 سنوات، والغرامة التي قد تصل إلى 1,000,000 دج، مع إمكانية تطبيق العقوبات التكميلية التي ينص عليها قانون العقوبات، والحكم بمصادرة محل الجريمة، كما يعاقب على محاولة إرتكاب إحدى الجنح المنصوص عليها في هذا القانون بنفس العقوبة للجريمة التامة، وفي حالة العود تضاعف العقوبات وذلك، نذكر أهمها فيما يلي:

يعاقب المسؤول عن معالجة المعطيات الشخصية بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 200,000 إلى 500,000 دج في حالة معالجة المعطيات الشخصية بدون احترام الكرامة الانسانية والحياة الخاصة والحريات العامة، أو المساس بحقوق الأشخاص وشرفهم وسمعتهم (المادة 54)، ويعاقب على القيام بمعالجة المعطيات الشخصية بدون الحصول على الموافقة المسبقة والصريحة للشخص المعني أو المعالجة رغم المعارضة أو الرجوع عن الموافقة، أو في حال استهداف المعالجة الاشهار التجاري رغم اعتراض الشخص المعني، بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 100,000 دج إلى 300,000 دج (المادة 55)، ويعاقب على معالجة المعطيات الشخصية دون الحصول على تصريح أو

ترخيص أو مواصل المعالجة رغم اعتراض السلطة الوطنية أو بعد سحب وصل التصريح أو الترخيص من طرف السلطة الوطنية بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 200.000 إلى 500.000 دج (المادة 56)، كما يعاقب على المعالجة لأغراض غير مصرح بها بغرامة قد تصل إلى 300,000 دج و بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات (المادة 58)، كما يعاقب على جمع المعطيات الشخصية بطرق تدليسية أو غير نزيهة أو غير مشروعة، بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 100.000 إلى 300,000 دج (المادة 59)، ويعاقب على عدم وضع التدابير التقنية والتنظيمية والتقنية الملائمة لحماية المعطيات من التلغ أو الإتلاف أو النشر أو الولوج غير المرخصين، بغرامة من 200,000 إلى 500,000 دج (المادة 65).

### المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني

يترتب على الاعتداء على المعطيات الشخصية المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني، نتناول فيما يلي قيام هذه المسؤولية (الفرع الأول)، وطريقة نفيها (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: قيام المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني

تجد مسؤولية المورد الالكتروني أساسها القانوني في المادة 18 من القانون 05-18، حيث تجعل المورد الالكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الالكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على عقد التجارة الالكترونية سواء تم تنفيذها من قبله، أو من قبل مؤدي خدمة آخرين (المعالج من الباطن في هذه الحالة)، وعليه فلا يستطيع المورد الالكتروني أن يحد من مسؤوليته في البنود التعاقدية التي يوافق عليها المستهلك، وكل اتفاق بذلك يقع باطلاً، كما تجد هذه المسؤولية أساسها القانوني في المادة 40 التي تنص: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض..." والتي تتعلق بمخالفة حق المستهلك في تلقي الاشهار الالكتروني وتمكينه من حقه في الاعتراض.

وبالرجوع للقانون 07-18، نجد المادة 52 تنص على أنه لكل شخص يدعي أنه تم المساس بحق من حقوقه المنصوص عليها في هذا القانون، والمتعلقة بحقه في الاعلام والولوج أو التصحيح أو الاعتراض، أن يطلب من الجهة القضائية المختصة اتخاذ أي إجراءات تحفظية لوضع حد لهذا التعدي

أو للحصول على التعويض، وعليه يكون للمستهلك المضرور الحق في التوجه للقضاء المدني لطلب وقف التعدي والحصول على التعويض في حالة تعرضه للضرر.

وعليه، يستطيع المستهلك الالكتروني الذي تم الاعداء على حقوقه الخاصة بمعطياته الشخصية، أن يطلب منع هذا الاعتداء ووقفه، دون التقيد بقواعد المسؤولية التقصيرية، التي تتطلب إثبات الخطأ والضرر وعلاقة السببية<sup>42</sup>.

كما يحق له طلب التعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء هذا الاعتداء، ولقيام المسؤولية المدنية لا بد من توافر الخطأ والضرر والعلاقة السببية، ويتمثل الخطأ في فعل الاعتداء أو الإخلال بالتزام قانوني، كما يتعين الإصابة بضرر نتيجة عدم التنفيذ، فالضرر شرط تمليه فكرة المسؤولية المدنية ذاتها، فوظيفتها تتمثل في التعويض عن الضرر، والضرر قد يكون ماديا يصيب الشخص في حق من حقوقه المالية، أو مصلحة مالية مشروعة، وقد يكون أدبيا يصيبه في شعوره أو كرامته أو شرفه، كما يشترط أن يكون الضرر محققا، أو أنه سيقع حتما في المستقبل<sup>43</sup>.

ويقع عبء إثبات الضرر على المستهلك المتضرر حسب القواعد العامة، كما يجب عليه إثبات رابطة السببية بين إخلال المورد الالكتروني بالتزاماته والضرر الحاصل، غير أن ذلك يبدو صعب الإثبات في المجال الالكتروني نظرا لتعدد المسائل الالكترونية وتغير حالاتها، وعدم وضوح الأسباب للمضاعفات الظاهرة<sup>44</sup>.

### الفرع الثاني: نفي المسؤولية المدنية عن المورد الالكتروني

تنص الفقرة الثانية من المادة 18 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه: "غير أنه يمكن للمورد الالكتروني أن يتحلل من كامل مسؤوليته أو جزء منه إذا أثبت أن عدم التنفيذ أو سوءه يعود للمستهلك الالكتروني أو إلى قوة قاهرة".

تؤدي القوة القاهرة إلى قطع رابطة السببية، وينفي خطأ المستهلك رابطة السببية إذا كان وحده سبب حدوث الضرر، أما إذا كان قد ساهم خطأ المسؤول في وقوع الضرر، فإن ذلك يؤدي الى انتقاص التعويض المحكوم به بقدر نسبة الخطأ.

كما تعفى من الحماية البيانات الشخصية التي يشاركها مع أشخاص آخرين على مواقع التواصل الاجتماعي، أي عندما يضع المستهلك معلومات تتعلق بحياته الخاصة تحت تصرف الجمهور، فهذه القوانين لا تحمي الشخص من نفسه ولا من أصدقائه، بل اتجاه الشركات التجارية، واستقر الاجتهاد على حرمان البيانات الشخصية من الحماية عندما يفشي الشخص المعني ذاته ببياناته الشخصية، وفي ذلك قضت المحكمة الأوروبية لحقوق الانسان في قرارها بتاريخ 2009/7/23 بأن المعلومات في حال إيصالها لمعارف الجمهور من قبل الشخصي المعني نفسه، فإنّها تتوقف عن كونها سرية، وتصبح متاحة بحرية<sup>45</sup>.

### خاتمة

وفق تنظيم قانوني يوازن بين حقين أساسيين، الحق في حماية البيانات والحق في حرية حركة هذه البيانات في سياق معاملات التجارة الإلكترونية، عمل المشرع الجزائري على إلزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلكين، ووضع مجموعة من العقوبات كضمان لحسن تنفيذه لالتزاماته القانونية، توصل البحث للنتائج والتوصيات التالية:

### أولاً: النتائج

- يعتبر جمع معلومات المستهلكين بمناسبة معاملات التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، التي تخضع لمجموعة من القيود القانونية.

- ألزم المشرع المورد الإلكتروني بإعلام المستهلكين بالبند المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية، وإذا ما كانت ستستغل بياناتهم في الاشهار الموجه والاستبيانات المباشرة، وجعل موافقة المستهلك الإلكتروني، أو الاعتراض عليها العنصر الأساسي لمشروعيتها.

- وضع المشرع أساساً آخر كاستثناء على وجوب موافقة الشخص المعني، وهو المصلحة المشروعة للفئات بالمعالجة، الذي قد يشكل في الواقع مانعاً لاستبعاد موافقة صاحب المعطيات، فتصبح المصلحة المشروعة للمورد الإلكتروني هي الأصل، وموافقة المستهلك الإلكتروني هي الاستثناء.



- يكون المستهلك الالكتروني مسؤولاً عن انتهاك حيزه الخاص، متى قبل رقابة تجارية من طرف المواقع الالكترونية، وأهمل وضع إعدادات الخصوصية نظراً لتعقيدها، فمعظم المستهلكين يكسبون زر الموافقة لإعطاء الموافقة على شروط الخصوصية دون قراءتها وفهمها لتضمنها غالباً شروطاً طويلة وغامضة بالنسبة للمستهلك البسيط.

- تتعدد أوجه الحماية القضائية للمعطيات ذات الطابع الشخصي، حيث يمكن للأفراد اللجوء للقضاء الجزائي أو المدني أو الإداري، فاللجوء للقضاء المدني من أجل الحصول على تعويض عن الأضرار التي تسبب فيها فعل الاعتداء وفقاً لقواعد المسؤولية المدنية، أو للاستفادة من التدابير الإجرائية التي تتعلق بوقف الاعتداء الحاصل، بينما يبقى اختصاص القاضي الإداري الرقابة على أعمال اللجنة الوطنية.

- العقوبات الجزائية التي فرضها المشرع على المورد الالكتروني في حالة خرقه لالتزاماته بحماية المعطيات الشخصية للزبائن متناسبة، فعالة، ورادعة والتي من المرجح أن تضمن فعالية أفضل للحق في حماية البيانات الشخصية، بشرط أن تستخدم السلطات الإشرافية بالفعل سلطاتها الجديدة.

- وضع الغرامات الإدارية في ترسانة العقوبات التي يمكن أن تصدرها السلطات الإشرافية، يشهد أيضاً على رغبة المشرع الجزائري منح هذه السلطات صفة مراقب حقيقي وليس مجرد وسيط.

#### ثانياً: التوصيات

- الإسراع في إصدار النصوص التنظيمية الخاصة بقانون التجارة الالكترونية التي تمتّ الاحالة عليها في عدّة مسائل مثل كيفية تخزين المعطيات الشخصية وتأمينها.

- الإسراع في تنصيب اللجنة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، والعمل على سهولة تواصلها مع الأفراد.

- أن تعمل اللجنة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، على إصدار شهادات تضمن جودة موقع البائع أو تعمل على توحيد شروط الخصوصية على كافة المواقع الالكترونية الجزائرية، لخلق سوق أكثر شفافية يحقق الحماية ويمكن المستهلكين من مقارنة العروض وتسهيل انتقالهم من مورد لآخر بدون خوف.

- توعية المستهلكين الالكترونيين بأهمية بياناتهم الشخصية، وتنبههم بالمخاطر التي تحيط بها.

الهوامش:

<sup>1</sup> قانون رقم 07-18 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر عدد 34، الصادرة في 25 رمضان عام 1439 هـ الموافق 10 يونيو سنة 2018 م، ص 11.

<sup>2</sup> قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28، الصادرة في 30 شعبان عام 1439 هـ الموافق 16 مايو سنة 2018 م، ص 5.

<sup>3</sup> المادة 6 فقرة 4 من القانون 05-18، السابق الذكر.

<sup>4</sup> المادة 3 فقرة 12، القانون 05-18، السابق الذكر.

<sup>5</sup> لم يحدد المشرع الجزائري المقصود بالمعطيات ذات الطابع الشخصي في القانون 05-18 ونجده أحال إلى التشريع والتنظيم المعمول بهما، وهو القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، والذي عرفها بأنها: " كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرّف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه، "الشخص المعني" بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدّة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية"<sup>5</sup>.

<sup>6</sup>Ibrahim Coulibal, La protection des données à caractère personnel dans le domaine de la recherche scientifique, Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université de GRENOBLE, 2011, P19.

<sup>7</sup> جابر أشرف، استهداف مستخدمي الإنترنت بالإعلانات التجارية وحماية الحق في الخصوصية، مجلة العلوم الانسانية، عدد خاص، 2015، ص 18، 19.

<sup>8</sup>Article n 4\1: "données à caractère personnel», toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable (ci-après dénommée «personne concernée»); est réputée être une «personne physique identifiable» une personne physique qui peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un identifiant, tel qu'un nom, un numéro d'identification, des données de localisation, un identifiant en ligne, ou à un ou plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale..",

Règlement (ue) 2016/679 du parlement Européen et du conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, ladirective95/46/ce, journal officiel de l'union européenne, L119, 4\5\2016, P 33,

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwivntakkJTuaHXiuXEKHcnKAB4QFjABegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2Flegal-content%2FFR%2FTXT%2FPDF%2F%3Furi%3DCELEX%3A32016R0679&usg=AOvVaw1pSFoloR0T3IBw98WUtpEX> .

<sup>9</sup>DE TERWANGNE Cécile, *Définitions clés et champ d'application du RGPD: Le règlement général sur la protection des données*, Éditions Larcier, Luxembourg, 2018, p 64.

<sup>10</sup> Ebid. P 66.

<sup>11</sup> يوسف أحمد ابوفارة، تحليل العلاقة بين حماية الخصوصية وبين التسجيل والافصاح عن البيانات الشخصية الصحيحة في المتاجر الالكترونية، مجلة دراسات، كلية العلوم والاقتصادية والادارية، جامعة القدس، فلسطين، المجلد 33، العدد 2، 2006، ص 199، 198.

<sup>12</sup> ملفات الارتباط هي عبارة عن ملفات تعريف ارتباط اتصال ومؤشرات تنقل بيانات وصفية مهمة مثبتة على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بالمستهلك، تعتبر مفيدة وضرورية لأنها تسمح لخدم الويب بالتعرف على مستخدم الإنترنت عندما يصل إلى موقع أو ينتقل من صفحة ويب إلى أخرى، تمنع وسيلة التعريف هذه المستخدم من إعادة إدخال بياناته أو التعبير مرة أخرى عن اختياراته وتفضيلاته التي تم إبلاغها أثناء زيارته الأولى وبالتالي فهي توفر الوصول إلى صفحة شخصية أو طلبات أو عربة تسوق، ويهدف البعض منها إلى استعادة عادات التصفح لمستخدمي الإنترنت، فبفضل ملفات تعريف الارتباط المقدمة في القرص الصلب للمستخدم، يمكن للمورد الالكتروني تحديد ملف تعريف الاستهلاك لمستخدمي الإنترنت ويرسل إليه لافتة الإعلان المناسبة من أجل تقديم إعلانات لهم وفقاً لتفضيلاتهم، فهي تسمح بتطوير الإعلانات المستهدفة، وبالتالي يمكن لملفات تعريف الارتباط أن تنتهك خصوصية

المستهلك، ولا يزال العديد من مستخدمي الإنترنت يجهلون وجود ملفات تعريف الارتباط أو فائدتها أو إمكانية إساءة استخدامها، للمزيد أنظر:

Nicolas CHAMBARDON, l'identité numérique de la personne humaine contribution à l'étude du droit fondamental à la protection des données à caractère personnel, École doctorale de droit, Université de LYON Thèse, 2018, P128. Yves Pouillet Victoires, La loi des données à caractère personnel, un enjeu fondamental pour nos sociétés et nos démocraties?, éditions « LEGICOM », 2009, 1 N° 42, pages 47 à 69, <https://www.cairn.info/revue-legicom-2009-1-page-47.htm> P48.

<sup>13</sup>Luc Grynbaum, Caroline Le Goffic, Lydia Morlet-Haïdara, Droit des activités numériques, Éditions DALLOZ, Paris, 2014, P 751,752.

<sup>14</sup>Cécile detewangne, Les principes relatifs au traitement des données à caractère personnel: *Le règlement général sur la protection des données*, Éditions Larcier, Luxembourg, 2018, P 87-111.

<sup>15</sup>سهام قارون، التزام المورد الالكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، 2020، ص 1020.

<sup>16</sup>المادة 26 من القانون 05-18، السابق الذكر، والمادة 7 من القانون 07-18 السابق الذكر.

<sup>17</sup>مريم لوكال، الحماية القانونية الدولية والوطنية للمعطيات ذات الطابع الشخصي في الفضاء الرقمي، في ضوء قانون حماية المعطيات رقم 07-18، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 01، ص 1310.

<sup>18</sup>يوسف أحمد ابو فارة، المرجع السابق الذكر، ص 195.

<sup>19</sup>المادة 38 من القانون 07-18.

<sup>20</sup>المواد 12-21 من القانون 07-18 السابق الذكر.

<sup>21</sup>المادة 9 من القانون 07-18، السابق الذكر.

<sup>22</sup>أشرف جابر، المرجع السابق الذكر، ص 31.

<sup>23</sup>Pauline de Pechpeyrou, Patrik Nicholson, Les chartes de respect de la vie privée face au défi de la confiance, Management Prospective Ed, 4 N° 62,

2013, p 112, <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2013-4-page-112.htm>.

<sup>24</sup> أشرف جابر، المرجع السابق الذكر، ص 9.

<sup>25</sup> مريم يغلى، الاستكاف المباشر بين المشروعية وانتهاك الحق في الخصوصية الرقمية، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12، العدد 02، 2019، ص 128.  
<sup>26</sup> المادة 31 من القانون 05-18.

<sup>27</sup> مريم يغلى، المرجع السابق الذكر، ص 121.

<sup>28</sup> نزيهة علال، الإطار القانوني لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في الفضاء الإلكتروني في ظل القانون رقم 07-18، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص 64.  
<sup>29</sup> المادة 10 و 11 من القانون 05-18 السابق الذكر.

<sup>30</sup> يوسف أحمد ابوفارة، المرجع السابق الذكر، ص 195.

<sup>31</sup> Wissem Jarraya, La protection des données personnelles dans le commerce électronique, extension://bfdogplmndidlpjfhiojckpakkdjkkil/pdf/viewer.html?file=https%3A%2F%2Fdroidunet.openum.ca%2Ffiles%2Fsites%2F107%2F2013%2F07%2Fjarra ya\_protection\_donnees\_personnelles\_commerce\_electronique.pdf, P14.

<sup>32</sup> المادة 26 من القانون 05-18 السابق الذكر، والمادة 7 من القانون 07-18 السابق الذكر.

<sup>33</sup> L'article 2 (h) de la directive n°95/46 définit le consentement comme « toute manifestation de volonté, libre, spécifique et informée par laquelle une personne concernée accepte que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement ».

<sup>34</sup>. Pauline de Pechpeyrou, Patrick Nicholson, Management Prospective Ed. Les chartes de respect de la vie privée face au défi de la confiance | « Management & Avenir » 2013/4 N° 62, P118.

<sup>35</sup> المادة 7 فقرة 3 من القانون 07-18.

<sup>36</sup> مجادي نعيمة، أثر إجراءات معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي على الحق في حرمة الحياة الخاصة، مجلة آفاق علمية. مجلد 12، عدد 4، 2020، ص 440.

<sup>37</sup> المرجع نفسه، ص 441.

<sup>38</sup> محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 312.

<sup>39</sup> Loïck gerard, Les sanctions en cas de non-respect du RGPD vers une plus grande effectivité de la protection des données à caractère personnel ? :Le réglement général sur La protection des données,Éditions Larcier, Luxembourg, 2018, 642.

<sup>40</sup>المادة 46 من القانون 18-07، السابق الذكر.

<sup>41</sup>المادة 45، 46، 47 من القانون 18-05، السابق الذكر.

<sup>42</sup>عثمان بكر عثمان، المسؤولية عن الاعتداء على البيانات الشخصية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، كلية الحقوق، جامعة طنطا، ص 29، موجود على الموقع:

<https://law.tanta.edu.eg/files/conf4/%D8%AC%D9%84%D8%B3%D8%A9%20%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%B9%D8%A9%20%D9%8A%D9%88%D9%85%20%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%89/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A6%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%B9%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%A1%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D8%A9.pdf> ، اطلع عليه بتاريخ 2020/1/22، على الساعة 12:23.

<sup>43</sup>المرجع نفسه، ص 30،31.

<sup>44</sup> محمد حسين منصور، المرجع السابق الذكر، ص 335.

<sup>45</sup>مفيدة مباركية، الحماية الجنائية للحق في الخصوصية الرقمية، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد السابع، الإصدار الأول لسنة 2018، ص 479،489.