

# حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة) (\*)

الدكتور/ نبيل محمد أحمد صبيح  
أستاذ القانون التجاري المساعد بكلية  
الحقوق - جامعة عين شمس

## ملخص:

من أهم المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية، تلك المتعلقة بحماية المستهلك؛ حيث تشير الإحصاءات إلى الازدياد المستمر لعدد المستهلكين عبر الإنترنت؛ أي التعاقد بين المتعاقدين يتم إلكترونياً. ويتميز العقد الإلكتروني بأنه عقد يتم عن بعد أو عبر الخط، بين متعاقدين غير متكافئين اقتصادياً (تاجر مهني ومستهلك عادي). ويصاحب عرض السلع أو الخدمات عبر الإنترنت نوع من المبالغة في الدعاية والإعلان. ويتم الوفاء بالالتزامات إلكترونياً، ويسمى بالوفاء الإلكتروني، مثل الوفاء ببطاقات الوفاء والائتمان أو الشيك الإلكتروني، وهو ما يعرف بالنقود الإلكترونية. وتكون حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية على المستوى الدولي أو الإقليمي أو الوطني (المحلي). وقد تناولت الدراسة حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية في ضوء التوجيهات الأوروبية والتشريعات المقارنة بشيء من التفصيل. وعرض موضوع الدراسة في أربعة فصول، تناولت صعوبة تحديد مفهوم المستهلك، وحماية المستهلك عبر الإنترنت، و ضمانات حماية المستهلك عند تنفيذ العقد، وحماية الحياة الخاصة والمعطيات أو البيانات الشخصية للمستهلك.

(\*) أجزيت البحث بتاريخ ٢٢/١/٢٠٠٧م.

وانتهت الدراسة إلى المطالبة بتوفير حماية للمستهلك في التعاملات الإلكترونية وضرورة وجود اتفاقيات دولية موحدة تراعي خصوصيات هذه التعاملات، وضرورة إصدار تشريعات في مصر والكويت لتحقيق فعالية هذه الحماية.

## المقدمة:

يشهد العالم حالياً ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الرقمية، وبصفة خاصة في الشبكات العالمية لنقل المعلومات وتبادلها، وأهمها الإنترنت.

وفي تقرير صادر عن البيت الأبيض الأمريكي في منتصف عام ١٩٩٩م أن عدد مستخدمي شبكة الإنترنت قد أصبح نحو ١٤٠ مليون مستخدم بعد أن كان لا يتجاوز ١٠ ملايين مستخدم عام ١٩٩٥م، وسيصل هذا الرقم - بحسب التوقعات - إلى أكثر من ١٠٠٠ مليون مستخدم على الكرة الأرضية.

كما أفاد تقرير لاتحاد المصارف العربية في شهر مايو عام ٢٠٠٠ أن عدد مستخدمي الإنترنت قُدر بنحو ١٧٠ مليوناً، وقد ارتفع هذا العدد إلى نحو ٣٢٠ مليوناً عام ٢٠٠٢<sup>(١)</sup>.

وقد شكلت شبكة الإنترنت وسيلة سهلة وفعالة متاحة أمام الجميع لجمع المعلومات و تخزينها وتبادلها؛ بحيث أدت إلى إزالة الحواجز الجغرافية بين الدول، ومن ثم أصبحت تستخدم سوقاً للترويج للسلع والخدمات والوفاء بالديون، وهي أساس لتطوير ما يعرف بالتجارة الإلكترونية<sup>(٢)</sup>.

(١) انظر: الإثبات الإلكتروني وسيم شفيق الحجار ٢٠٠٢ - أيضاً محمد السيد عرفة - التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت - بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر في ١-٣/٥/٢٠٠٠ - جامعة الإمارات العربية المتحدة - ص ٨.

(٢) انظر: المعلوماتية بعد الإنترنت (طريق المستقبل)، تأليف بيل جيتس، ترجمة عبدالسلام رضوان - عدد مارس ١٩٩٨ - الفصل السابع - ص ٢٢١. وانظر أيضاً: تأثير استخدام شبكة الإنترنت على تسويق السلع والخدمات وتوزيعها، وعدم كفاية الحماية التي يتمتع بها المستهلك في هذه التقنية عن بُعد.

Thierry Lambert "L'influence internet sur la distribution: constat et perspectives - in Revue de jurisprudence commerciale - oct2002 - p10 - 46 e année - spec para 20.

ويعرف سوق التجارة الإلكترونية E.Commerce / Commerce électronique نمواً سريعاً، حيث بلغ عام ٢٠٠٣/١٤٠ مليار دولار على الصعيد العالمي، وكان للتجارة الإلكترونية العربية نصيب منها، حيث بلغ حجم تعاملاتها نحو ٣ مليارات دولار أمريكي عام ٢٠٠١، وارتفع إلى ما يقارب ٥ مليارات دولار أمريكي في نهاية عام ٢٠٠٢م، في حين تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية، من حيث حجم التجارة والأعمال الإلكترونية<sup>(١)</sup>.

وفي عام ٢٠٠٤ شهدت التجارة الإلكترونية تقدماً ملحوظاً، ووفقاً للمؤشرات الصادرة عن اتحاد مشروعات البيع عن بعد المسماة: Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD)، فقد ازدادت عمليات البيع عبر الخط (عبر الإنترنت) بنسبة ٥٣٪ مقارنة بعام ٢٠٠٣؛ كما تشير جمعية التجارة والخدمات عبر الخط. Association pour le commerce et les Services en ligne (L' ACSEL) من خلال إحصائيات لها في فبراير عام ٢٠٠٥ إلى ارتفاع معدل رقم الأعمال في التجارة الإلكترونية إلى ٦٥٪ عن العام السابق<sup>(٢)</sup>.

ونظراً لأهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة لاقتصاديات الدول والشركات والمؤسسات، فقد كان من الضروري، وضع تنظيم قانوني لها يراعي طابعها الدولي، وعائدها الاقتصادي.

وتعني التجارة الإلكترونية، النشاط التجاري أو التعاملات الإلكترونية، وقد جاء في المذكرة الإيضاحية لقانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤: إن المعاملات التجارية الإلكترونية (تشمل كل معاملة ذات طابع تجاري،

---

(١) تقرير صادر عن مجلس الشورى بجلسة يوم الاثنين ٢٠٠٤/٢/٩ بشأن مشروع قانون التوقيع الإلكتروني المصري - مضبطة مجلس الشعب - الفصل التشريعي الثامن - دور الانعقاد العادي / الرابع / مضبطة الجلسة ٢٧/٥٢ مارس ٢٠٠٤ - ص ١١٠.

(٢) Cf: le paiement sur l internet in" le forum des droits sur (internet - 19 mai 2005).

في مجالات التعامل المختلفة مثل البيوع وغيرها من العقود والتصرفات القانونية التجارية الأخرى والاستيراد والتصدير وباقي التعاقدات وحجز تذاكر السفر والفنادق والمعاملات المصرفية بكل أنواعها، والتي تتم في شكل محرر إلكتروني موقع توقيعاً إلكترونياً).

ووفقاً للمادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر عن الاتحاد الأوروبي رقم ٧/٩٧ الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ (بشأن حماية المستهلكين، فقد عرف عقد التجارة عن بُعد بأنه: (كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات، يتم إبرامه بين متعهد توريد ومستهلك، باستخدام تقنية أو أكثر للاتصال عن بُعد عند إبرام العقد وتنفيذه).

ويذهب بعض الفقه المصري<sup>(١)</sup> إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها "عملية ترويج وتبادل السلع والخدمات وإتمام صفقاتها باستخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا تبادل المعلومات الحديثة عن بُعد، لاسيما شبكة المعلومات الدولية الإنترنت، دون حاجة إلى انتقال الأطراف والتقاءهم في مكان معين، سواء أمكن تنفيذ الالتزامات المتبادلة إلكترونياً، أم استلزم الأمر تنفيذها بشكل مادي ملموس".

### الملاح العامة لحماية المستهلك عبر الإنترنت ومقتضيات هذه الحماية:

على الرغم من المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية وأهميتها الاقتصادية، فإنه نتج عنها مخاطر عديدة تتمثل في إمكان وقوع أضرار لمستخدمي شبكة الإنترنت وللمشاركين في هذه التجارة، من هذه المخاطر مثل إفشاء الأسرار وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، ومشكلات الاحتيال والقرصنة،

(١) انظر - د/أحمد عبد الكريم سلامة - حماية المستهلك في العقود الدولية الإلكترونية - وفق مناهج القانون الدولي الخاص - بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية - دبي - دولة الإمارات العربية المتحدة - ٢٦ إلى ٢٨ أبريل ٢٠٠٣ - ص ٥.

فضلاً عن فقدان الثقة في التعامل عبر الإنترنت، وهذه الثقة هي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها التجارة ويحرص عليها المتعاملون فيها<sup>(١)</sup>.

لذا كان من الطبيعي بروز الحاجة لتوحيد النظام القانوني لتلك التعاملات والتنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين واتساع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلكين<sup>(٢)</sup>، وسنحاول التعرض بإيجاز لملامح هذه الحماية للمستهلك على المستوى الدولي ثم على المستوى المحلي.

### أولاً - الطابع الدولي لحماية المستهلك:

١ - أفردت اتفاقية روما الموقعة في ١٩ يونيو ١٩٨٠ والخاصة بالقانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية، في مادتها الخامسة، تنظيمًا خاصاً لأحكام العقود التي يبرمها المستهلكون، فضلاً عن قواعد التنازع العامة بشأن العقود، نذكر منها المادة ٥/٢ التي ترى أن "اختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق لا يمكن أن يترتب عليه حرمان المستهلك من الحماية التي تؤكد لها النصوص الأمرة في قانون بلد إقامته المعتادة"، وهذه الاتفاقية تعتبر بمنزلة قانون أوروبي موحد للعقود<sup>(٣)</sup>. فقد جاءت هذه الاتفاقية بنوعين من القواعد في هذا الشأن،

(١) انظر. د/رضا السيد عبدالحميد - القانون التجاري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، الجزء الأول - نظرية الأعمال التجارية والتجار - دار النهضة العربية - طبعة ٢٠٠٠.

(٢) Michel torchu: protection des consommateurs en matière de contrats à distance: directive no 97/ 7 CE du 20 mai 1997 - RECUEIL DAILOZ-1999-chronique p 179.

(٣) انظر: حماية المستهلك من خلال قواعد تنازع القوانين - د/ حسام الدين فتحي ناصف - ٢٠٠٤ ص ٦٣. ولمزيد من التفصيل انظر: حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص - خالد خليل - دار النهضة العربية ٢٠٠٢ - وأيضاً حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي - د/ أبو العلا علي النمر - ١٩٩٨. وهذا الاتجاه هو السائد الآن فقهاً وتشريعاً حيث أخذ به القانون المدني الألماني عام ١٩٨٦ بالمادة ١/٢٩ - انظر حماية المستهلك في العقود الدولية الإلكترونية - د/ أحمد عبد الكريم سلامة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول حول "الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية" - دبي - دولة الإمارات العربية المتحدة - ٢٦ إلى ٢٨ أبريل ٢٠٠٣ - ص ٥ و٢٨. ونجد أن قوانين حماية المستهلك تنص بوجه عام على أن عقود الاستهلاك الإلكترونية تعتبر قد أبرمت في محل إقامة المستهلك، ويترتب على ذلك أن المحكمة المختصة بنظر النزاع ستكون تابعة لمحل إقامته.

قواعد عامة تقرر العمل بمبدأ سلطان الإرادة، وقواعد خاصة من أجل حماية الطرف الضعيف في العقد مثل عقود الاستهلاك.

٢ - مشروع اتفاقية لاهاي سنة ١٩٨٠ الخاص بالقانون الواجب التطبيق على بعض بيوع المستهلكين، والذي نصت مادته ١/٦ على أن يحكم القانون الذي اختاره الأطراف البيوع الواردة في هذه الاتفاقية، ولا يجوز أن يترتب على هذا الاختيار حرمان المستهلك من الحماية التي تقررها له النصوص الأمرة في قانون بلد محل إقامته المعتادة، كما نصت المادة السابعة على خضوع العقد لقانون الدولة محل الإقامة المعتادة للمستهلك في حالة عدم الاختيار الصريح أو الضمني للقانون الواجب التطبيق<sup>(١)</sup>.

٣ - كان لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) دور لا يُنكر في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الإنترنت في ٩ ديسمبر ١٩٩٩؛ حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات والمشروعات والمستهلكين على الصعيد الوطني والدولي<sup>(٢)</sup>.

## ثانياً - الطابع الإقليمي أو القاري لحماية المستهلك:

١ - يُعد التوجيه الأوروبي رقم ٧/٩٧ الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ أهم توجيه على المستوى الأوروبي؛ إذ إنه ينظم قواعد لحماية المستهلكين في العقود عن بُعد<sup>(٣)</sup>.

(١) يرى بعض الفقه - بحق - أن تقرير الاختصاص لمحكمة محل إقامة المستهلك من شأنه الإخلال بالمساواة بين الخصوم، إذ يتعرض التاجر (المهني) عبر الإنترنت إلى تحمل مخاطر التقاضي خارج موطنه، والخضوع لقانون أجنبي ليس لديه علم به، ولكن تقرير هذا الاختصاص يهدف إلى توفير حماية للمستهلك عبر الإنترنت - انظر - إبرام العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة - خالد ممدوح إبراهيم - ٢٠٠٦ - ص ٣٥٧.

(٢) انظر المسؤولية الإلكترونية - د/ محمد حسين منصور - ٢٠٠٣ - ص ١٣٣ وأيضاً C.Chassigneux "la protection des donnes personnelles en France.www.lex electronica.org.

(٣) j. Michel bruguere: "commerce électronique et protection du consommateur" fascicule 860-2002.

ويهدف إلى تقريب النصوص التشريعية واللائحية والإدارية للدول الأعضاء، وإلزام هذه الدول تبني هذا التوجيه لضمان مستوى أعلى لحماية المستهلك (المادة ١٤) كما أخذ التوجيه في الاعتبار زيادة حرية حركة البضائع أو السلع والخدمات في إطار سوق مشترك للعقود عن بُعد.

وأوضحت المادة الثالثة من التوجيه ضرورة إعلام المستهلك عند إبرام العقد، وألزمت المهني بتأكيد المعلومات بطريقة مكتوبة، كما أعطى التوجيه للمستهلك الحق في الرجوع في التعاقد، وأخيراً حاول التوجيه توفير حماية وضمن للمستهلك في حالة الوفاء أو الدفع بواسطة بطاقة الائتمان ضد مخاطر الاستعمال غير المشروع لها؛ كما دعا التوجيه الدول الأعضاء إلى وضع الوسائل الفاعلة لحسم المنازعات التي قد تنشأ بمناسبة تنفيذ العقود عن بُعد، وذلك بما يتفق مع مصالح المستهلكين (المادة ١١ من التوجيه).

٢ - تبنى الاتحاد الأوروبي في ٢٦ يونيو ٢٠٠٢ توجيهاً يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بُعد، وهو يهدف إلى توفير نوع من الأمان للتجارة الإلكترونية بوجه عام.

٣ - التوصية Recommendation الصادرة عن الاتحاد الأوروبي في ٣٠ يولييه ١٩٩٧، وتهدف إلى توفير أكبر قدر من الحماية للمستهلكين عند استخدامهم لوسائل الوفاء (الدفع) الإلكتروني، وقد أخذت في اعتبارها أن تقدم التجارة الإلكترونية مرتبط ارتباطاً وثيقاً بإنكاء الثقة والأمان في وسائل الوفاء أو الدفع التي تتم من خلالها.

٤ - التوجيه الأوروبي الخاص بحماية الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية الصادر في ١٢ يولييه ٢٠٠٢ "توجيه الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية"، وهو يتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك وحماية حياته الخاصة في مجال الاتصالات الإلكترونية. وقد أوضح هذا التوجيه حرية تدفق المعطيات وانسيابها، في إطار الدول الأوروبية، ولكنه أكد كفالة سرية الاتصالات الإلكترونية بمقتضى الاتفاقيات الأوروبية وحقوق الإنسان.

## ثالثاً - الطابع المحلي أو الوطني لحماية المستهلك عبر الإنترنت:

١ - خصص مشروع قانون المعاملات الإلكترونية المصري الصادر عام ٢٠٠١ الفصل السابع منه لبعض قواعد حماية المستهلك، وعلى الرغم من قصور هذه القواعد فإنها يمكن أن تصلح بوصفها بداية لقانون للمعاملات الإلكترونية بحيث يأخذ في الاعتبار التطور السريع لهذه الأخيرة.

كما صدر قانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ في مصر<sup>(١)</sup>، يتعلق بحماية المستهلك تحت عنوان "قانون حماية المستهلك" في ٢٠ مايو ٢٠٠٦، وتصدر اللائحة التنفيذية له بقرار من الوزير المختص بشؤون التجارة والصناعة، وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ العمل بهذا القانون (المادة الثالثة).

ويضم هذا القانون ٢٤ مادة. وعلى الرغم من أن هذا القانون يتعلق بحماية المستهلك في التجارة التقليدية، فإنه يوفر بعض الضمانات للمستهلك بوجه عام. ويُعد هذا القانون مكملاً لمنظومة التشريعات والقوانين التي تساعد على ضبط آليات السوق مع قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار الذي بدأ تطبيقه، منذ عدة أشهر.

كما حاول هذا القانون توفير ضمانات للمستهلك، بوصفه أضعف الحلقات الموجودة في السوق، حيث إن للصانع الجمعيات الخاصة بهم، وللتجار الاعتمادات والغرف التي تعبر عنهم... والطرف الوحيد الذي يحتاج إلى الحماية هو المستهلك<sup>(٢)</sup>.

ومن أهم ما استحدثه هذا القانون هو إنشاء جهاز يسمى "جهاز حماية المستهلك" بهدف حماية لصالح المستهلك بالتنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة وتكون له الشخصية الاعتبارية (مادة ١٢).

٢ - جاء قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٠

(١) انظر الجريدة الرسمية العدد (٢٠) - الصادر في ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦، السنة التاسعة والأربعون.

(٢) انظر مقالة بعنوان "هل ينجح قانون حماية المستهلك في تحقيق أهدافه؟ جريدة أخبار اليوم/ الاثنين ٢٣/١٠/٢٠٠٦ - ص ١٣.

بنصوص تهدف إلى توفير حماية للمستهلك قبل إبرام العقد (الفصل ٢٥)، وتمكين المستهلك من التأكد من الطلبية وإقرارها أو تغييرها (الفصل ٢٧)، كما أجاز للمستهلك حق العدول عن الشراء (الفصل ٣٠)، وأيضاً توفير حماية للمعطيات الشخصية للمستهلك (الفصل ٣٨).

٣ - بالنسبة للوضع في فرنسا فقد صدر مرسوم بقانون في ٢٣ أغسطس ٢٠٠١، لكي ينقل التوجيه الأوروبي رقم ٧/٩٧ الخاص بحماية المستهلكين في العقود عن بُعد، إلى النظام القانوني الفرنسي<sup>(١)</sup>، بحيث أدى ذلك إلى تمتع المستهلكين الفرنسيين بقواعد قانونية تقوي ثقتهم في التجارة الإلكترونية، ومن الملاحظ أن هذا المرسوم قد مد نطاق تطبيق البيع عن بُعد لكي يضم أيضاً تقديم الخدمات التي أغفل تقنين الاستهلاك الفرنسي التعرض لها. وقد أصبح نص المادة ١٦/١٢١ من هذا التقنين على النحو الآتي:

(كل بيع بضائع أو سلع أو تزويد خدمات يتم بين مستهلك ومهني دون الوجود المادي التلقائي للطرفين، وباستخدام أكثر من تقنية عن بُعد).

٤ - وقد صدر حالياً المرسوم الفرنسي رقم ٦٤٨/٢٠٠٥ في ٦ يونيو ٢٠٠٥ المتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بُعد للمستهلكين.

وألقي هذا المرسوم على عاتق المهني التزاماً بإعلام المستهلك في الفترة السابقة على التعاقد، كما أجاز له الحق في الرجوع في التعاقد.

(١) protection des consommateurs et application dans L' espace de dispositions impératives communautaires- journal du droit international- no 3-2005-p 819.

وفي دراسة أجريت بواسطة مجموعة بنشمارك Benchmark Group في فرنسا، على ٥٠ موقعاً Sites للتجارة عبر الإنترنت، أوضحت هذه الدراسة مدى الانطلاق السريع للتجارة عبر الإنترنت، حيث ارتفعت هذه التجارة إلى ما يزيد على ٤٠٪ في سنة ٢٠٠٤، وأوضحت أيضاً بلوغ رقم الأعمال عبر هذه التجارة نحو ٥ مليارات يورو. انظر:

[www.benchmark.fr/catalogue/publication/43/resume/index.shtml](http://www.benchmark.fr/catalogue/publication/43/resume/index.shtml).

وحدد هذا المرسوم القواعد الواجبة التطبيق على العقود المتعلقة بالخدمات المالية عن بُعد، التي تتم بين المهني والمستهلك (B to C). ويتضمن هذا المرسوم تعديلاً جزئياً لتقنين الاستهلاك الفرنسي في هذا الخصوص. وقد دخل هذا النظام الجديد المتعلق بالخدمات المالية حيز النفاذ في أول ديسمبر سنة ٢٠٠٥. ووفقاً لهذا المرسوم يقصد بالعقد عن بُعد "كل عقد يتم عرضه أو التفاوض فيه أو إبرامه عن بُعد" (١).

٥ - أعدت مجموعة العمل الكندية مجموعة مبادئ تنظم حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية ١٩٩٩، وهي عبارة عن إرشادات للتجار ونصائح للمستهلكين (٢)، وهذه المبادئ باختصار هي:

- المبدأ الأول: إعلام المستهلك.
- المبدأ الثاني: رضا المستهلك.
- المبدأ الثالث: حماية المعطيات والبيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك.
- المبدأ الرابع: التأكد من صحة الصفقة المراد إبرامها ووجودها.
- المبدأ الخامس: إيجاد وسائل لحسم المنازعات المتعلقة بالصفقة.
- المبدأ السادس: حماية المستهلك عند استخدام وسائل وفاء (دفع إلكتروني).
- المبدأ السابع: عدم جواز إرسال رسائل غير مرغوب فيها بالبريد الإلكتروني (البريد الإلكتروني الطفيلي) دون رضا المستهلك.

(١) Gérard Notte "Vente à distance de services financiers aux consommateurs" in la semaine juridique - entreprises et affaires - 23 juin 2005. No 25 p 179. aussi - luc Grynbaum "Ordonnance relative a la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs" in la semaine juridique - ed (G) - 13 juillet 2005 - no 28 p 3 - 398 - voir aussi:

A Gourio "Adoption de la directive sur la commercialisation à distance des services financiers aux consommateurs: J.CP (E) 2002, No 41 -1593.

(٢) principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique - le cadre canadien - www.strategis.ic.gc/bc.

- 
- المبدأ الثامن: الأمان في التجارة الإلكترونية.
  - ٢ - عرض خطة البحث:
    - سنتناول موضوع البحث إجمالاً وفقاً للخطة الآتية:
    - الفصل الأول: صعوبة تحديد مفهوم المستهلك.
    - الفصل الثاني: حماية المستهلك عبر الإنترنت عند إبرام العقد.
    - الفصل الثالث: ضمانات حماية المستهلك عبر الإنترنت عند تنفيذ العقد.
    - الفصل الرابع: حماية الحياة الخاصة والمعطيات أو البيانات الشخصية للمستهلك.

## الفصل الأول

### صعوبة تحديد مفهوم المستهلك

يتوقف تحديد نطاق حماية المستهلك في التجارة عبر الإنترنت cyber consommateur على تعريف مفهوم أو معنى المستهلك، ولا يوجد حتى الآن تعريف تشريعي أو فقهي محدد له، مما أدى إلى تعارض أحكام القضاء وتضاربها عند إسباغ الحماية على هذا المستهلك.<sup>(١)</sup>

ويوجد - بوجه عام - مفهومان للفظ (مستهلك) المفهوم الواسع، والمفهوم الضيق؛ حيث يذهب الأول إلى تعريف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بقصد استهلاك مال أو استعمال خدمة.

إذاً، وفقاً لهذا الاتجاه لا ينصرف الاستهلاك بوجه عام إلى طائفة أو فئة معينة من المجتمع، وإنما يعتبر كل أفراد المجتمع مستهلكين ولكن بدرجات متفاوتة.

ومن المسلم به، أن وضع التعريفات ليس من عمل المشرع وإنما يقوم به الفقه والفقهاء.

وأما بالنسبة للمفهوم الضيق فهو يقصر مفهوم المستهلك على الشخص الطبيعي الذي يتصرف لإشباع حاجاته المنزلية أو الأسرية<sup>(٢)</sup>.

(١) Vincent vigneau "trente ans de jurisprudence sur la notion du consommateur" in recueil Gaz pal- sep/ oct. 2002 - p 1279.

وانظر أيضاً - عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية - دراسة تطبيقية لعقود الإنترنت د/ فاروق الأباصيري - ٢٠٠٣ - ص ٧١ وانظر أيضاً - حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك - د/ حمد الله محمد حمد الله - ١٩٩٧.

(٢) Canadian code of practice for Consumer protection in electronic Commerce - Jan 2003.

حيث يعرف المستهلك في الجزء التمهيدي بأنه كل شخص يرتبط بنشاط تجاري لأغراض شخصية أو عائلية أو منزلية. وانظر أيضاً

مما يؤدي إلى انحسار القواعد الحمائية التي توفرها قوانين الاستهلاك، وسنحاول التعرض لمفهوم المستهلك من خلال التوجيهات الأوروبية les directives européennes ثم نخصص جزءاً لمفهوم المستهلك من خلال بعض أحكام قضاء النقض الفرنسي.

## المبحث الأول مفهوم المستهلك من خلال التوجيهات الأوروبية

١ - تعريف المستهلك في التوجيه الأوروبي رقم ٧/٩٧ الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ المتعلق بحماية المستهلكين في العقود عن بُعد:

وفقاً للمادة ٢/٢ من هذا التوجيه "المستهلك هو كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجات لا تدخل في إطار نشاطه المهني أو التجاري".<sup>(١)</sup>

---

J. Mestre " des notions de consommateur" R.T.D. civ. 1989-p 67.

كما يعرفه قانون التجارة الموحد في أمريكا (U.C.C) في مادة ١٠٩ Goods Brought for use primarily for personal, family or household purposes. وهذه التعريفات سبق أن أخذت بها اتفاقية روما الخاصة بالقانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية (مادة ١/٥)؛ حيث عرفته بأنه كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية، من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية والعائلية؛ انظر في ذلك:

Niboyet. n-1 - contrats internationaux - j. class-DR.int 1998 fasc. - 552-10.

وقد أخذ المشرع في قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الصادر في ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦ بهذا الاتجاه أو المفهوم عندما نص في المادة الأولى في تعريفه للمستهلك - بوجه عام - على أنه كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

(١) وهو ما يعني أن المستهلك يهدف إلى إشباع حاجاته الاستهلاكية انظر: د/ حسن جميعي - حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك) - ١٩٩٦ - ص ١٣ وانظر أيضاً - خالد خليل - حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص "رسالة دكتوراه - دار النهضة العربية - ٢٠٠٢ ص ١٦.

٢ - تعريف المستهلك في التوجيه الأوروبي الصادر في ٥ إبريل ١٩٩٣ المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين:

وهذا التوجيه الأوروبي يضع تعريفاً يقترب من سابقه حيث يرى أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد من أجل استعمال شيء خارج إطار نشاطه المهني؛ وقد قصر التوجيه مفهوم المستهلك على الأشخاص الطبيعيين فقط؛ أي أنه تبنى تعريفاً مضيقاً للمستهلك.

وهو أيضاً ما أكدته محكمة العدل للاتحاد الأوروبي في ٢٢ نوفمبر ٢٠٠١؛ حيث قضت بأن فكرة المستهلك المنصوص عليها في المادة B / ٢ من التوجيه الأوروبي رقم CE / ١٢ / ٩٣ يجب تفسيرها على أنها تتعلق فقط بالأشخاص الطبيعيين.<sup>(١)</sup>

كما سارت محكمة استئناف باريس في الاتجاه نفسه في حكم لها في ٧ نوفمبر ٢٠٠١<sup>(٢)</sup> حينما استبعدت الأشخاص الاعتباريين من الحماية المقررة للمستهلكين في دعوى مطروحة أمامها، وكانت تتعلق بجمعية Association قامت بإبرام عقد إيجار آلات مراقبة لاسلكية مع شركة تجارية.

٣ - ووفقاً للتوجيه الأوروبي رقم ٣١/٢٠٠٠ الصادر في ٨ يونيو ٢٠٠٠ الخاص بالتجارة الإلكترونية. "المستهلك هو كل شخص طبيعي يبرم تصرفاً يتعلق بأغراض لا تدخل في إطار نشاطه المهني".

نخلص من ذلك إلى أن التوجيهات الأوروبية قد قصرت الحماية من الشروط التعسفية على العقود التي تتعلق بالمستهلكين كأشخاص طبيعيين فقط؛

(١) Cour de justice des communautés européennes, 22 nov. 2001- recueil Dalloz - cahiers droit des affaires,- 3 janvier 2002 -no 1 -p 90

وانظر أيضاً: j.p pizzo et j. frank " Droit de la consommation" in - recueil le Dalloz cahier droit des affaires - 31 oct 2002- p 2929

C.A Paris. 7 NOV 2001-R-G No1999/23262.

(٢)

دون الأشخاص الاعتباريين<sup>(١)</sup> الذين يبرمون عقوداً لإشباع حاجاتهم غير المهنية، فهو مفهوم ضيق لمعنى المستهلك، ولهذا المفهوم فائدة - بلا شك - فيها في التبسيط وتحقيق الأمان القانوني *la sécurité juridique*، وهذا المفهوم المتقدم الذي أخذت بها التوجيهات الأوروبية - وهو الذي نرجحه - ينظر إلى المستهلك بوصفه طرفاً ضعيفاً في العلاقة التعاقدية، وإن الطرف الآخر (المهني أو البائع) هو طرف أقوى اقتصادياً أو على الأقل تتوافر لديه خبرة تقنية أو تجارية وتسويقية. لذا يكون المستهلك جديراً بالحماية ومستحقاً لها<sup>(٢)</sup>.

## المبحث الثاني

### دور القضاء الفرنسي في تحديد مفهوم المستهلك

أدى غياب تعريف المستهلك في تقنين الاستهلاك الفرنسي رقم ٩٢/٩٤٩ الصادر في ٢٦ إبريل ١٩٩٣ إلى وجود خلافات فقهية وتضارب في أحكام القضاء الفرنسي.<sup>(٣)</sup>

(١) بينما يذهب تقنين الاستهلاك الفرنسي إلى مد قواعد الحماية إلى كل الأشخاص سواء كانوا طبيعيين أو اعتباريين، وقد قضت محكمة استئناف باريس في حكم لها في ٥ يولييه ١٩٩١ باعتبار أن أحد الأحزاب السياسية (الحزب الشيوعي الفرنسي PCF) مستهلكاً بمناسبة عقد قرض مالي كان مخصصاً لتمويل بعض أنشطته. 5 Paris 1991- pan. 988. juillet 1991.j.c.p ed (E) وعلى العكس من ذلك في كندا، حيث يذهب القانون المدني في مقاطعة كيبيك بكندا وقانون حماية المستهلك إلى قصر الحماية على المستهلك كشخص طبيعي فقط مما يعني اتساقه مع التوجيهات الأوروبية انظر. Sylvette Guillemard - j.d.i 2004 -op.cit p 14.

(٢) وهو ما يعبر عنه بعض الفقه الأجنبي، وذلك بالنظر إلى المستهلكين بوصفهم أفراداً (أشخاص طبيعيين) ليسوا على قدم المساواة مع متعهدي توريد السلع أو الخدمات بقوله: "les consommateurs, pris individuellement 'n ont ni la force économique, ni les Connaissances leur permettent de négocier sur le plan contractuel d égal a égale avec les fournisseurs de biens et des services, surtout dans les secteurs des biens et des services essentiels"

وانظر أيضاً: Sylvette Guillemard: "le cyberconsommateur" est. mort, vive -  
l'adhérent in Journal du droit international- no 1 - 2004 p 7. ets.

(٣) Gilles paisant "à la recherche du consommateur, pour en finir avec L' actuelle confusion nee de L' application du critère du "rapport direct" in J. C.P 'ed "G" - 2003 - no 13 - p 549.

ويمكن القول إن القضاء الفرنسي قد مر بمرحلتين أساسيتين في تحديده لمفهوم المستهلك عبر الإنترنت.

**المرحلة الأولى** - حيث تبني القضاء الفرنسي في الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٩٣ معيار الاختصاص أو التخصص المهني la compétence professionnelle فذهب إلى اعتبار المهني مستهلكاً، ومن ثم يكون جديراً بالحماية، بالنسبة للعقود التي يبرمها خارج نطاق اختصاصه أو تخصصه. حيث رأى أن هذا المهني يعتبر في حالة الجهل نفسها التي يوجد فيها أي مستهلك<sup>(١)</sup>.

كما قضت محكمة النقض الفرنسية في سنة ١٩٨٧<sup>(٢)</sup> بأن المهني الذي يبرم تصرفاً تجارياً يتعلق بتجارته ولكن خارج نطاق تخصصه الدقيق فإنه يتشابه مع المستهلك عديم الخبرة والتجربة.

"le commerçant qui contracte pour les besoins de son commerce mais en dehors de ce qui est sa technicité propre peut devenir un consommateur présume inexpérimenté".

ويجد هذا المعيار مسوغاته في النقاط الآتية:

١ - يحتاج المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه المهني إلى الحماية القانونية ضد تعسف الطرف الآخر الأقوى اقتصادياً وإساءته، حيث يبدو هذا المهني طرفاً ضعيفاً في العلاقة<sup>(٣)</sup>.

٢ - توجب اعتبارات النظام الاقتصادي والموازنة بين مصالح الأطراف أن يتحمل المستهلك المهني الضرر الذي قد يقع عليه، وينتفي ذلك إذا كان هذا الأخير يتصرف خارج نطاق اختصاصه أو تخصصه.

ويؤدي الأخذ بهذا المعيار الفضفاض إلى التوسع في مفهوم المستهلك، ومن ثم إلى بسط سلطة القضاء في مد الحماية القانونية لعدد كبير من المستهلكين، سواء كانوا مهنيين أو غير ذلك؛ لأن الأساس الذي اعتمد عليه هذا

(١) Cass. 28 Avril 1987 - bull. civ 1 - no 134 - Dalloz - 1987 - somm. p 455.

(٢) Vincent vigneau "trente ans de jurisprudence sur la notion du consommateur" in recueil Gaz pal- sep/ oct. 2002 - p 1279

(٣) انظر أسامه بدر - حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ٢٠٠٥ - ص ٦٤ و ٦٧.

المعيار هو أن التصرف قد تم خارج نطاق التخصص المهني للمستهلك المهني. وهذا المعيار يشوبه الغموض، لأن المهني يمكن أن يعتبر غير مهني بالنسبة لتصرفات معينة ومهنيًا في تصرفات أخرى.

**المرحلة الثانية:** لجأت محكمة النقض الفرنسية لأول مرة في حكم لها في ٢٤ يناير ١٩٩٥<sup>(١)</sup> إلى معيار الصلة أو العلاقة المباشرة rapport direct لكي تستبعد تطبيق الحماية على المستهلك من الشروط التعسفية، إذا كان للعقد الذي يبرمه الشخص صلة أو علاقة مباشرة بنشاطه المهني، وهو ما أخذت به الغرفة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية في حكم لها في ١٤ مارس سنة ٢٠٠٠<sup>(٢)</sup> واستندت فيه إلى نص المادة ١٣٢ من تقنين الاستهلاك الفرنسي، وبمعنى آخر، استبعد القضاء الفرنسي من الحماية ضد الشروط التعسفية كل المهنيين حتى لو تعاقدوا أو تصرفوا خارج نطاق اختصاصهم أو تخصصهم، إذا ما كان العقد ذا صلة أو علاقة مباشرة بنشاطهم المهني.

ويذكر الفقه<sup>(٣)</sup> بعض أمثلة للعقود التي تتصل مباشرة بالمهنة، مثل شراء أجهزة محاسبية أو تجهيزات للمكاتب أو شراء سيارات لتشغيلها أو إبرام عقود تأمين من مخاطر المهنة.

(١) Bull civ. 1 - no 54, contrats conc. consommé 1995; D 1995 Jurisp P 327 note Paisant. aussi- cassation 1 ère civ 1995 J.C.P 1995. 11 - 22502 no Paisant. 5 nov 1996 - contrats conc. conso 1997 - no 12.

(٢) cass. com 14 mars 2000, Brda 2000 - no 8, P10.

(٣) انظر: حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك - د / حمد الله محمد حمد الله - ١٩٩٧ - ص ٣٢.

وقد ذهبت محكمة فرنسية إلى استبعاد تطبيق قانون ١٠ يناير لسنة ١٩٧٨ الخاص بحماية المستهلكين في مواجهة الشروط التعسفية في دعوى تتعلق بعقد صيانة أبرمته شركة ما لصيانة معدات وأجهزة وأدوات تليفونية، حيث إن هذه الشركة تُعد من المهنيين ولديها قدرة على فهم المسائل التقنية التي نفذتها الشركة الأخرى (المتعاقد الآخر) التي قامت بأعمال الاشتراك التليفوني. انظر

Cour d'appel d'Aix - 10 Nov. 1989 - j mestre - 475.

مشار إليه في حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية - المرجع السابق - ١٩٩٧ - ص ٢٩.

"إذاً" يمكن القول: إن قضاء النقض الفرنسي قد فرق في هذه المرحلة بين العقود التي يبرمها الشخص وتكون متعلقة بمستلزمات مهنته (actes de la profession) وهي تنفي عن الشخص صفة المستهلك، وبين العقود التي تتعلق بمهنته ولكن خارج إطار تخصصه المهني<sup>(١)</sup>. يستخلص من ذلك، أن القواعد الخاصة بحماية المستهلكين تطبق في العلاقات الآتية:

أ - في العقود التي تبرم بين المهني والمستهلك.  
ب - في العقود التي تبرم مع مهني ولكن ليس له صلة أو علاقة مباشرة بموضوع العقد.  
وتخضع مسألة وجود هذه الصلة أو العلاقة المباشرة أو عدم وجودها للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع.<sup>(٢)</sup>

ولكن يبدو أن معيار (الصلة المباشرة) يثير الكثير من التساؤلات حول هذه الصلة ومتى تكون مباشرة أو غير مباشرة؟ لهذا فهو غير حاسم، ومن ثم يؤدي إلى عدم الاستقرار القانوني، فضلاً عن تضارب في أحكام القضاء<sup>(٣)</sup>. وتذهب بعض المحاكم إلى القول: إن المقصود بوجود (الصلة أو العلاقة المباشرة) هو أن إبرام العقد يسمح أو يسهل أو يطور النشاط المهني الذي يقوم به الشخص.

(١) les clauses abusives entre professionnels- sous direction de ch. Jamin et de mazeaud 1998 - P 24 - 25.

(٢) G paisant "la notion de consommateur protégé contre les clauses abusives" in j.c.p ed (G) juillet- 2002- NO 31-35. p1459.

(٣) Cass. 1 re civ., 23 fev 1999 - Gull civ.- 1 No 59; revue générale de droit dec affaires (R G D A) 1999 - p 326 - note kullmann - 10-123.

يستبعد الفقه الحماية القانونية عن المستهلك في حالة عقد الانتماء الاستهلاكي الذي يبرمه المستهلك لإشباع حاجاته الاستهلاكية ويكون له علاقة مباشرة مع نشاطه المهني. انظر د/إبراهيم أبو الليل - نحو إطار قانوني لحماية المستهلك تجاه العقود الانتمائية - بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - مارس ٢٠٠٦ - جامعة الكويت - كلية الحقوق - ص ٤١٣.

## الفصل الثاني

### حماية المستهلك عبر الإنترنت

#### عند إبرام العقد

تسعى التشريعات الوطنية والتوجيهات الأوروبية لحماية المستهلك قبل إبرام العقد، وقبيل الدخول في صفقات عبر الإنترنت حيث تتم معظم عمليات التجارة الإلكترونية من خلال هذه الشبكة.<sup>(١)</sup>

وتهدف التوجيهات الأوروبية إلى التنسيق بين تشريعات الدول الأعضاء فيما يتعلق بالعقود المبرمة عن بُعد بين المستهلك والبائعين (أو الموردين).

وهناك آليات تؤدي إلى توفير حد أدنى من الحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الإنترنت؛ الأولى هي إعلام المستهلك، حيث يلتزم الموردون تزويد المستهلكين بمعلومات عن التعاقد معهم، وتدور هذه المعلومات حول شخصية البائع أو المورد وعنوانه، والخصائص الأساسية للسلع والخدمات المعروضة وأثمانها وطرق الدفع والتسليم ومدى حق المستهلك في الرجوع عن الصفقة. فضلاً عن منحه مهلة للتروي والتفكير وهو يُعد مكملاً للإعلام.<sup>(٢)</sup>

(١) انظر: الأوراق التجارية - د/ مصطفى كمال طه ووائل بندق - ٢٠٠٥، ص ٣٢٦ - حيث يشير إلى تنوع هذه التجارة الإلكترونية من حيث أطرافها إلى تجارة إلكترونية بين وحدتي أعمال (B to B) وتجارة بين وحدة أعمال ومستهلك (B to C)، حيث يتم إبرام العقد بين التجار (مواقع البيع) والمستهلكين عبر الإنترنت - وقد أخذ يزداد حالياً حجم التجارة بين مستهلك ومستهلك (C to C) انظر في ذلك وسائل الدفع الإلكترونية - محمد إبراهيم أبو الهيجاء - منشور في الجديد في القانون التجاري - تحت إشراف د/ سميحة القليوبي ٢٠٠٥ - ص ٥٠٤.

(٢) في إطار حماية المستهلك في مجال العقود الائتمانية التي يبرمها المستهلكون مع المهنيين لإشباع حاجاتهم من السلع والخدمات، وهذه العقود متعددة الأشكال، منها عقد القرض الاستهلاكي والبيع بالتقسيط أو البيع الائتماني، أوجب تقنين الاستهلاك الفرنسي على مقدم الائتمان مراعاة بعض الالتزامات تجاه المستهلك طالب الائتمان =

أما الآلية الأخرى فهي حظر بعض التصرفات التي تتم عبر الإنترنت مثل البيوع الإجبارية أو الإلحاحية (الاستفزازية)، ومنع إرسال أي رسائل إلكترونية للمستهلك دون موافقته، وهي ما تسمى بالـ Spamming.

وسنحاول تعرف ذلك من خلال المباحث الآتية:

## المبحث الأول

### كيفية إبرام العقد عبر شبكة الإنترنت

أصبح مبدأ التعاقد الإلكتروني أي إبرام العقود والتعاملات القانونية بوسائط إلكترونية (غير ورقية) مسلماً به، في التشريعات الوطنية والأنظمة الدولية، وبخاصة قانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لعام ١٩٩٦، وكذلك التوجيهات الأوروبية وبخاصة التوجيه الأوروبي الخاص بحماية المستهلكين عن بُعد.<sup>(١)</sup>

كما اعترف القضاء الكويتي بالاتصال الهاتفي وسيلة تعاقد مناسبة بيع العملات الأجنبية وشرائها في عمليات البنوك.

فلا مانع من الاعتراف بالتعاقد عبر الإنترنت قياساً على الاتصال الهاتفي.<sup>(٢)</sup>

= منها إعلام هذا الأخير بحقيقة عقد الائتمان والمخاطر التي قد يتعرض لها وإعطائه مهلة للتروي والتفكير قبل إبرام عقد الائتمان. انظر: نحو إطار قانوني لحماية المستهلك تجاه العقود الائتمانية - د/ إبراهيم أبو الليل، بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - جامعة الكويت - كلية الحقوق - تحت إشراف وزير التربية والتعليم - مارس ٢٠٠٦ - ص ٣٧٧.

(١) J Calais-Auloy et F Steinmetz "Droit de la Consommation" Dalloz 1996- no 91- F Delebarre - GAZ- pal 1993- I - 182- memento- F lefelvre-Concurrence- Consommation - 2000 -no 4462- G- Paisant- J.C.p 1988 I-3350

(٢) انظر الطعن رقم ٩٣/٦٣ تمييز تجاري - جلسة ١١/٢٨/١٩٩٣ - منشور بمجلة القضاء والقانون - عن الفترة من ١/٦/١٩٩٣ إلى ٣١/١٢/١٩٩٨ - السنة ٢١ - ص ١٧١.

وستتعرض فيما يلي - بشيء من الإيجاز - للإيجاب والقبول في التعاملات الإلكترونية، ولكن قبل ذلك، نرى ضرورة تقديم فكرة سريعة عن الخصائص التي يتميز بها العقد الإلكتروني:

## المطلب الأول

### تعريف العقد الإلكتروني وخصائصه

أدى عدم وجود تعريف محدد لهذا العقد إلى اختلاف التشريعات<sup>(١)</sup> وتضارب آراء الفقهاء في تحديد المقصود بالعقد الإلكتروني، وقد ذهب جانب من الفقه إلى أن المقصود به هو ذلك العقد الذي يتم إبرامه عبر شبكة الإنترنت، ويكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها، فينشأ العقد من تلاقي القبول بالإيجاب عن طريق التواصل بين الأطراف بوسيلة مسموعة مرئية عبر شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بُعد، كما عرفه البعض الآخر من الفقهاء<sup>(٢)</sup> بأنه العقد الذي يوقع بين غائبين باستخدام وسائط إلكترونية من أجهزة وبرامج معلوماتية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة التي تعمل تلقائياً، وبمجرد إصدار أوامر التشغيل إليها. فهو عمل قانوني يتميز بصفتين رئيسيتين:

- أولهما: أنه يتم بين طرفين متباعين لا يجمع بينهما مجلس عقد حقيقي.
  - ثانيهما: أنه يتم من خلال وسائط إلكترونية.
- وذهب البعض الآخر من الفقه<sup>(٣)</sup> إلى تعريفه بأنه ذلك الذي يتم انعقاده

---

(١) انظر: د/ جمال فاخر النكاس - إبرام العقود الإلكترونية في ضوء أحكام القانون الكويتي المقارن - ورقة عمل مقدمة في ندوة عن "الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني في الفترة من ٣ - ٥ نوفمبر ٢٠٠١ تحت رعاية وزارة العدل.

(٢) انظر: د/ أسامة أبو الحسن مجاهد - خصوصية التعاقد عبر الإنترنت - دار النهضة العربية - ٢٠٠٠ - ص ٣٩.

(٣) انظر: محمد أمين الرومي - التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت - الطبعة الأولى - ٢٠٠٤ - ص ٤٨.

بوسيلة إلكترونية كلياً أو جزئياً، وتتمثل الوسيلة الإلكترونية في كل وسيلة كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو إلكترومغناطيسية أو أية وسيلة أخرى مشابهة صالحة لتبادل المعلومات بين المتعاقدين.

يبود، إذاً، من خلال هذه التعاريف أن العقد الإلكتروني يتميز بسمات خاصة، وهي أنه عقد يتم باستخدام جهاز الحاسب الآلي وعن طريق شبكة الإنترنت، التي تتصف بالعالمية؛ أي تتجاوز الحدود الجغرافية للدول، لذا فهو ينتمي إلى طائفة العقود عن بُعد (أو عقود المسافات) *Contrats à distance*. وهذه العقود تخضع لقواعد خاصة، ومنها قواعد حماية المستهلك، كما أن هذه العقود تتميز بصفتها الإلكترونية؛ لأنها تتم بواسطة وسائل إلكترونية تنقل إرادة أطراف العقد بعضهم إلى بعض دون الحضور أو الوجود المادي لهم<sup>(١)</sup>.

وفضلاً عن ذلك تختفي في هذه العقود الكتابة التقليدية وينعدم معها التوقيع الكتابي اليدوي التقليدي وتحل محله الكتابة الإلكترونية؛ مما أدى إلى إثارة الجدل حول معادلتها من حيث الإثبات بالكتابة والتوقيع التقليدي<sup>(٢)</sup>.

(١) يرى بعض الفقه الفرنسي أن هذه العقود تتم من خلال لقاءات افتراضية *rencontres virtuelles*; S.Guillemard "Le cyberconsommateur - est mort, Vive L'adhérent" J.D.I.2004..

كما يضيف بعض الفقه أن من إيجابيات البيع عن بُعد أنه يجنب المستهلك مشاق الانتقال إلى المحال التجارية وما يستتبع ذلك من نفقات ومصاريف، أما بالنسبة لسلبياته فمنها، صعوبة تقدير المنتج (البضاعة أو السلعة) أو الخدمة المعروضة نظراً لاعتماد المستهلك على مجرد صور أو أوصاف يصدرها ويبيعتها المحترف، لذا تدخل المشرع الفرنسي بوضع تنظيم لهذا النوع من البيع بقواعد أمرة، وعلى مراحل متباينة أصبحت فيما بعد قسماً مستقلاً من قانون الاستهلاك الفرنسي لعام ١٩٩٣ (المواد من ١٢١ إلى ٢٠/١٢١). انظر: د/ محمد بو دالي - حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي - ٢٠٠٦ - ص ١٤٧ وما بعدها.

(٢) انظر عقد الاشتراك في قواعد المعلومات - فاروق الأباصيري - ٢٠٠٢ - ص ٨٣، وتبدو مشكلة الإثبات ذات أهمية قصوى في المعاملات الإلكترونية - انظر "الإطار القانوني للمعاملات الإلكترونية" د. محمد حسام لطفي - ٢٠٠٢، ص ٥ وما بعدها...

ولكي ينعقد العقد عبر الإنترنت يجب توافر الإيجاب باعتبار ذلك خطوة أولى من أحد المتعاقدين، ولا بد أن يعقبه قبول مطابق له من المتعاقد الآخر<sup>(١)</sup>.

ويتم استخدام المستند الإلكتروني للتعبير عن الإيجاب والقبول أي بواسطة المراسلة الإلكترونية<sup>(٢)</sup> وسنحاول التعرض للإيجاب والقبول وإثبات العقد الإلكتروني بشيء من التفصيل:

## المطلب الثاني الإيجاب في العقد الإلكتروني "الإيجاب الإلكتروني"

هو تعبير عن إرادة الموجب والموجه إلى الطرف الآخر بقصد إحداث أثر قانوني، ويترتب عليه انعقاد العقد إذا اقترن بقبول مطابق له، ويشترط وفقاً للقواعد العامة في الإيجاب أن يتضمن العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه، فيشترط فيه أن يكون جازماً ومحدداً<sup>(٣)</sup>.

لذا يخضع الإيجاب الإلكتروني للقواعد العامة التي تحكم الإيجاب التقليدي، ولكنه ينفرد ببعض الأحكام الخاصة به، لأنه يتم بوسائط إلكترونية تجمع بين غائبين<sup>(٤)</sup>.

(١) انظر التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني - رامي محمد علوان - بحث منشور بمجلة الحقوق - العدد الرابع - السنة ٢٦ ديسمبر ٢٠٠٢ - ص ٢٢٩ وما بعدها.

(٢) انظر المذكرة الإيضاحية لمشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي والمادة (١٣) من قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي.

(٣) انظر - الجوانب القانونية للمعاملات الإلكترونية - د/ إبراهيم أبو الليل - ص ٨٦.

(٤) انظر خصوصية التعاقد عبر الإنترنت - د/ أسامة أبو الحسن مجاهد - ٢٠٠٠ - ص ٦٩ وما بعدها - كما يلاحظ بعض الفقه الأجنبي أن استخدام شبكة الإنترنت في التعاقد الدولي لا يمنع من تطبيق القواعد التقليدية انظر "la vente internationale et le commerce électronique - RD.AI-2001 P489

ووفقاً للتوجيه الأوروبي رقم ٧/٩٧ الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ والمتعلق بحماية المستهلكين، يُقصد بالإيجاب كل اتصال عن بُعد، يتضمن كل العناصر اللازمة، بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان.<sup>(١)</sup>

ويصعب في هذا النوع من الإيجاب على كل طرف معرفة شخصية الطرف الآخر، كما يصعب التحقق من الأهلية<sup>(٢)</sup> اللازمة لصحة التعاقد وفقاً للقانون المحتمل تطبيقه، لذا فإنه إذا أراد طرفا التعامل إبرام العقد بطريقة صحيحة، فإنه يتعين عليهما التدقيق في مسألة الأهلية بأية وسيلة متاحة. وقد يكون الإيجاب عاماً؛ أي موجهاً إلى أشخاص غير محددين indéterminées ويتم على شبكة الإنترنت، كما هو الحال في العروض التي تبثها المواقع التجارية على هذه الشبكة، أو أن يكون الإيجاب خاصاً؛ أي موجهاً إلى أشخاص محددين وهو ما يحدث عن طريق البريد الإلكتروني E. mail.<sup>(٣)</sup>

وسواء تم الإيجاب الموجه من التاجر المهني إلى المستهلكين عن طريق

- (١) انظر عقود التجارة الإلكترونية - محمد إبراهيم أبو الهيجاء ٢٠٠٥، ص ٤٢.
- (٢) يرى بعض الفقه في هذا الشأن ضرورة إنشاء جهات متخصصة للرقابة على عملية التداول الإلكتروني، من خلال شفرة سرية وباستخدام تقنيات متطورة، مثل ما يعرف بتقنية "المفتاح المزدوج" انظر د/ جمال النكاس - إبرام العقود الإلكترونية في ضوء أحكام القانون الكويتي والمقارن - ورقة عمل مقدمة إلى ندوة الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني - ٥ نوفمبر ٢٠٠١.
- (٣) انظر د/ إبراهيم أبو الليل - المرجع السابق - ٢٠٠٣ - ص ٨٨. وانظر أيضاً من الفقه الأجنبي:

Delebarre (F) offre de produit et services, GAZ -pal, no spécial sur la vente 'a distance - 25 fev 1996 P 6.

وأيضاً: Stéphane senaq "la vente internationale" et le commerce électronique - RDAI 2001 p 489 حيث يرى أن إيجاب الموجه إلى أشخاص غير محددين كما هو الحال في البيع الدولي يصطدم أحياناً بالقواعد الأمرة التي تحمي المستهلكين في بلد هذا الأخير، ص ٤٩١.

المواقع التجارية (الإنترنت) أو عن طريق البريد الإلكتروني، فإنه يجب أن يتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، كما هو الحال في العقود التقليدية (تحديد الشيء المبيع / تحديد الثمن... إلخ) حيث يؤثر وضوح الإيجاب وشفافيته في الثقة في التعاملات الإلكترونية وتوفير قدر أكبر من الحماية للمستهلكين.

ووفقاً للقواعد العامة في القانون المدني (مادة ٩٣ مدني مصري) إذا عين ميعاد للقبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى أن ينقضي هذا الميعاد، وقد يستخلص الميعاد من ظروف الحال أو من طبيعة المعاملة.

ومفاد ذلك أن الإيجاب لا يكون ملزماً بذاته إلا إذا اقترن بميعاد صريح أو ضمني، ولكن من الملاحظ أن كثيراً من المواقع التجارية لا تحدد المدة اللازمة للإيجاب الصادر عنها؛ مما يعني إمكانية رجوع الموجب عن إيجابه إذا طرأ تغيير على أسعار البضائع أو ارتفعت أسعار الخدمات التي اتفق عليها الطرفان نتيجة ازدياد الطلب عليها.

وهذا يؤدي إلى ضعف المركز القانوني للمستهلكين.<sup>(١)</sup>

ويختلف الإيجاب عن الدعوة إلى التفاوض أو إلى التعاقد، وهو ما سنوضحه فيما يلي:

## الدعوة إلى التفاوض:

أصبح الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات على الإنترنت شائعاً وسوقاً ينافس بإمكانياته الضخمة وتكاليفه المنخفضة الأسواق التقليدية.<sup>(٢)</sup>

(١) انظر حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - أسامة بدر - سابق الإشارة إليه - ٢٠٠٥ - ص ١٧٣.

(٢) انظر عقود التجارة الإلكترونية - د/ أحمد شرف الدين - دروس الدكتوراه - لطلبة دبلوم القانون الخاص - ٢٠٠٠/٢٠٠١ - ص ١٢٧.

ومن خلال هذه الإعلانات على شبكة الإنترنت يدعو صاحب المتجر الافتراضي Virtual Shop الزبائن إلى التعاقد معه على الخط On line ويحاول جذبهم إلى منتجاته وخدماته.

### ويطرح السؤال الآتي نفسه:

هل تعد هذه الإعلانات عن السلع والخدمات إيجاباً أم مجرد دعوة للتفاوض؟  
يذهب الرأي الراجح من الفقه<sup>(١)</sup> إلى القول بأنه لا يكفي مجرد عرض السلع أو البضائع وتحديد أوصافها على شبكة الإنترنت للتعبير عن الإرادة النهائية والجازمة للتعاقد، فالتعاقد النهائي لا يستقر إلا بعد جولات من المفاوضات<sup>(٢)</sup> بين الأطراف، ومتى توافر للعرض المقومات التي تجعله جازماً وبصفة خاصة تحديد ثمن الشيء المباع وكل شروط المبيع ومواصفاته، وبخاصة صياغة إعلان الدعوة إلى التعاقد أو العرض، حيث يجب أن يكون واضحاً ودقيقاً.<sup>(٣)</sup>

(١) انظر د/ إبراهيم أبو الليل - ٢٠٠٣ - ص ٩٢ وأيضاً فاروق الأباصيري - عقد الاشتراك ٢٠٠٢ ص ٣٥ وأيضاً حسام طلال الغزاوي - تبادل الإيجاب والقبول في العقود التجارية الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت - مقالة منشورة بمجلة التحكيم التجاري الخليجي - يونيه ٢٠٠٤ - ص ١١، وأيضاً سمير برهان "إبرام العقود في التجارة الإلكترونية" - الأهرام الاقتصادي - رقم ٢١٥ - سنة ٢٠٠٥، ص ١٨.

(٢) قضت محكمة النقض المصرية بأن المفاوضات ليست إلا عملاً مادياً ولا يترتب عليها بذاتها أي أثر قانوني، فكل متفاوض حر في قطع المفاوضات في الوقت الذي يريد، دون أن يتعرض لأية مسؤولية أو يطالب ببيان المسوغ لعدوله، ولا يترتب هذا العدول مسؤولية على من عدل إلا إذا اقترن به خطأ تتحقق معه المسؤولية التقصيرية، ولا يُعد مجرد العدول عن إتمام المفاوضات في ذاته خطأً، فلا بد أن يثبت الخطأ من وقائع أخرى اقترنت بهذا العدول. انظر نقض مدني في ٩ فبراير ١٩٦٧ - مجموعة أحكام النقض المصرية - لسنة ١٨ - رقم ٥٢، ص ٣٣٤ منشور بكتاب "العقود التجارية الدولية" دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع" د/ محمود سمير الشرقاوي ١٩٩٢ - دار النهضة - ص ٨٩.

(٣) انظر المذكرة الإيضاحية للقانون المدني الكويتي - طبعة الثالثة - ١٩٩٩ - ص ٥٢ - ٥٣ وعكس ذلك، انظر د/ أحمد السعيد الزقرد - حق المشتري في إعادة النظر في عقد البيع بواسطة التليفزيون - مجلة الحقوق بالكويت - ١٩٩٩ - ص ١٩٢.

وتعد البيانات والمعلومات التي يتضمنها الإعلان بمنزلة المستندات التعاقدية، ويكون لها القوة الملزمة للعقد، وهذا الرأي يتفق مع صريح نص الفقرة الثالثة من المادة (٤٠) من القانون المدني الكويتي، حيث تعرضت لحالات النشر والإعلان وإرسال قوائم الأسعار الجاري التعامل بها وتوزيعها، وكل بيان آخر متعلق بعروض موجهة للجمهور أو لأفراد معينين حيث اعتبرها دعوة للتعاقد أو التفاوض.

وذهب مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري لسنة ٢٠٠١ إلى أنه إذا تضمنت الإعلانات الإلكترونية الشروط والأسس الخاصة بالسلع أو الخدمات، فإنها تكون ملزمة لأطراف التعاقد، وتعتبر وثائق مكملة للعقود التي يتم إبرامها<sup>(١)</sup>، ويهدف المشروع - في رأينا الشخصي - من النص على ذلك في الفصل السابع منه إلى حماية المستهلك من الغش التجاري والإعلانات التي قد تكون مضللة أحياناً عند تنفيذ العقد. وتذهب بعض التشريعات إلى منح المستهلك مهلة كافية للتفكير والتروي قبل أن يعلن قبوله للإيجاب المقدم له من المهني<sup>(٢)</sup>.

---

(١) انظر: د./أحمد خالد العجلوني - التعاقد عن طريق الإنترنت - ص ١٠٢، ١٠٣ حيث يرى أن هذه الوثائق والمستندات المكملة للعقود تتضمن عروضاً بالسلع ومواصفاتها، ويُرجع إليها عند الخلاف في أثناء تنفيذ العقد.

(٢) من ذلك تقنين الاستهلاك الفرنسي تجاه عقود الائتمان الاستهلاكي التي تبرم بين مستهلك (طالب الائتمان) لسد حاجاته الاستهلاكية من سلع وخدمات ومهني (مقدم الائتمان) حيث جعل المشرع الفرنسي هذه المهلة لمدة لا تقل عن ١٥ يوماً تبدأ من تاريخ إعلان المستهلك بالإيجاب، ويكون لهذا الأخير الخيار المطلق في أمر التعاقد على الائتمان - انظر: نحو إطار قانوني لحماية المستهلك تجاه العقود الائتمانية - د/ إبراهيم أبو الليل - بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - جامعة الكويت - كلية الحقوق - مارس ٢٠٠٦ - ص ٣٢٧ وما بعدها.

## المطلب الثالث القبول الإلكتروني

يقصد بالقبول - بوجه عام - موافقة الموجب له على الإيجاب الموجه إليه بالشروط التي تضمنها ودون تعديل، بحيث يترتب عليه انعقاد العقد إذا ما اتصل بعلم الموجب والإيجاب مازال قائماً<sup>(١)</sup>.

ويجب أن يتطابق القبول تماماً مع الإيجاب لكي ينعقد العقد، فإذا اختلف القبول عن الإيجاب اعتبر إيجاباً جديداً وليس قبولاً<sup>(٢)</sup>.

والأصل أن يتم القبول صراحة أو ضمناً، إلا أنه بالنسبة إلى الخصوصية التي يتميز بها القبول في العقد الإلكتروني، فإنه لا بد أن يتم من الموجب له صراحة ولا مجال لافتراض موافقة من وجه إليه، أو مجرد اتخاذ القابل موقفاً معيناً؛ إذ من الصعب أن يكون القبول ضمناً، حيث يرى الفقه<sup>(٣)</sup>، أنه بالتعامل عن طريق أجهزة وبرامج إلكترونية لا يمكن استخلاص إرادة المتعاقد أو استنتاجها.

ويتم القبول الإلكتروني عن طريق الضغط على الأيقونة المخصصة للموافقة بالحاسب الآلي "OK" أو بالبريد الإلكتروني E-Mail، كأن يقول القابل في رسالة عبر هذا البريد للموجب "موافق" أو "قبلت العرض" ثم يقوم القابل بتأكيد قبوله عن طريق الضغط على الأيقونة المحددة له، وقد يتم القبول من خلال غرفة المحادثة Chatting Room.

وهذا النوع من التعاقد عبر المحادثة المباشرة والمشاهدة يعطي للطرفين فرصة رؤية كل منهما للآخر على الشبكة والتحدث معه عن طريق نوع معين

(١) انظر: الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية - د/ إبراهيم أبو الليل - ص ٩٣.

(٢) انظر: الوسيط في شرح القانون المدني - د/ عبدالرزاق السنهوري - المجلد الأول - الطبعة الثالثة - ١٩٨١ - ص ٢٨٠.

(٣) الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية - سابق الإشارة إليه - ص ٩٣.

من الكاميرات المتصلة بجهاز الكمبيوتر. وفي هذه الحالة يرى البعض من الفقه<sup>(١)</sup> أننا نكون أمام تعاقد بين حاضرين حكماً، وتطبق قواعد التعاقد بين حاضرين.

ويجب أن يصدر القبول والإيجاب لايزال قائماً<sup>(٢)</sup>، وأن يكون مطابقاً للإيجاب. ويعتبر القبول المشروط بتعديل في الثمن بمنزلة رفض يتضمن إيجاباً جديداً<sup>(٣)</sup>.

وتلجأ بعض الشركات التجارية التي تعرض سلعاً أو بضائع على شبكة الإنترنت إلى اشتراط تأكيد الموجب له لاختياره بطريق البريد العادي أو الإلكتروني. ويهدف ذلك إلى عدم إلزام الموجب له إلا إذا أعاد التأكيد بالقبول. وإمعاناً في حماية المستهلك، ولأن غالبية العقود الإلكترونية التي تبرم عن طريق الإنترنت تتعلق بمواد استهلاكية، ويكون عادة موجهاً من مهني إلى طائفة المستهلكين، فإن معظم التشريعات تعطي المستهلك - كما سنرى - حق العدول عن قبوله، وهو ما يعني إمكانية نقض العقد بعد إبرامه.

#### - مجلس العقد الافتراضي والتعاقد عن طريق الإنترنت:

تتميز التجارة الإلكترونية بأنها تجارة تتم عن بُعد، ولا يجمع مورد السلعة أو مقدم الخدمة والمستهلك مجلس عقد واحد، ووفقاً لمشروع قانون المعاملات

(١) انظر: د/ أحمد خالد العجلوني - التعاقد عن طريق الإنترنت - دراسة مقارنة - ٢٠٠٢ - ص ٩٠ وأيضاً ص ١٢٣، حيث يسوغ هذا الرأي بعدم وجود فاصل زمني بين صدور القبول والإيجاب.

(٢) تنص المادة ١/٩٤ مدني مصري على أنه في التعاقد بين غائبين يجب أن يصل إعلان القبول للموجب خلال المدة التي يحددها هذا الأخير، فإن لم يحدد مدة ففي مدة معقولة تتحدد في ضوء ظروف الصفقة وقصد الموجب وسرعة وسائل الاتصال التي يستخدمها الموجب - وهو ما ذهبت إليه أيضاً المادة ٢/١٨ من اتفاقية فيينا للبيع الدولي للبضائع.

(٣) انظر: أحكام عقود التجارة الإلكترونية - نضال إسماعيل برهم - عمان الأردن - ٢٠٠٥ - ص ٤٢.

الإلكترونية المصري لعام ٢٠٠١ يقصد بمجلس العقد، المجلس الذي يوجد فيه العاقدان حقيقة أو حكماً عند التعاقد، ويكون الوجود حكماً عند التعاقد بوسيلة إلكترونية (الفقرة السادسة من الفصل الأول). وكما أشرنا من قبل - يعتبر التعاقد عن طريق شبكة الإنترنت تعاقدًا بين غائبين؛ لأن هذا التعاقد قد يكون بالكتابة بين المتعاقدين عن طريق استخدام البريد الإلكتروني، وقد يكون بالحوار الصوتي، وقد يكون بالصوت والصورة والكتابة، كما هو الحال بالنسبة للكمبيوتر المزود بكاميرا وميكروفون؛ أي من خلال برامج المحادثة التي تتم عبر الإنترنت؛ ففي كل هذه الأحوال يُعد التعاقد تعاقدًا بين غائبين، ومن ثم يعتبر مجلس عقد حكماً تسري عليه أحكام مجلس العقد الحكمي، وهو مجلس وصول وعلم الموجه إليه الإيجاب للإيجاب، وأن العقد ينعقد عند قبول الموجه إليه الإيجاب للإيجاب<sup>(١)</sup>. ونرى أنه - في ظل تقدم الوسائل الإلكترونية التي يتم إبرام العقد عن طريقها - يجب أن نغير الأفكار التقليدية في شأن التعبير عن الإيجاب والقبول وفكرة مجلس العقد؛ ذلك أن صاحب الإيجاب ومن يصدر عنه القبول، وإن كانا يبعد أحدهما عن الآخر آلاف الأميال ولكن يمكن لهما التخاطب وأن يرى أحدهما الآخر في التوقيت ذاته، ويتفاوضان في كل الأمور التفصيلية بالصوت والصورة.

(١) انظر: مجلس العقد في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي - د/ جابر عبد الهادي الشافعي - ٢٠٠١ - دار الجامعة الجديدة - ص ٢٩٧. وأيضاً: التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني - رامي محمد علوان - بحث منشور بمجلة الحقوق - ديسمبر ٢٠٠٢ - ص ٢٥٤، وأيضاً محمد أمين الرومي - سابق الإشارة إليه - ص ٤٨. ولمزيد من التفصيل حول فكرة مجلس العقد في التعاقد عن بُعد. انظر: التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة - محمد السعيد رشدي، مطبوعات جامعة الكويت - ١٩٩٨ - ص ٢٥.

## المطلب الرابع إثبات العقد الإلكتروني

تعد مشكلة إثبات هذه العقود من المشكلات الأساسية في مجال استخدام الطرق المعلوماتية لإبرام العقود الإلكترونية؛<sup>(١)</sup> بل يعد إثباتها - في رأي بعض الفقه<sup>(٢)</sup> - أحد المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية وارتقاءها؛ فإذا كان التعامل عن طريق الوسائل الإلكترونية يتميز بالسهولة والسرعة، فإن هناك مشكلة تتعلق بكيفية الإثبات في ضوء القواعد التقليدية؛ وقد أدى ظهور الحاسب الآلي إلى ظهور "دعائم" جديدة للمعلومات؛ مما كان له تأثيره على طرق الإثبات في القواعد العامة.

ومع استخدام هذه التقنيات الحديثة ظهر أيضاً التوقيع الإلكتروني la Signature électronique أداة جديدة في مجال إثبات صحة ما ورد بالالتزامات التعاقدية لمن صدرت عنه، وكان لها عظيم الأثر في تعزيز إثبات المعاملات الإلكترونية<sup>(٣)</sup>، وسنبين بإيجاز صور هذا التوقيع وتوثيقه.

(١) انظر محمد حسام لطفي " الإطار القانوني للمعاملات الإلكترونية - ٢٠٠٢، ص ٢٢ وأيضاً رامي علوان: التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني - مجلة الحقوق س ٢٦ - ديسمبر ٢٠٠٢، ص ٢٦٤.

(٢) انظر: محمد إبراهيم أبو الهيجاء - عقود التجارة الإلكترونية - الأردن - ٢٠٠٥ - ص ٥٨. ويوضح ذلك بعض الفقهاء بقوله إنه في مجال التجارة الإلكترونية، وحيث يتم التعامل عن طريق الدخول إلى شبكات المعلومات، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت، فإن سرعة التعامل وفوريته تحول عادة دون وجود اتفاقات الإثبات. انظر: إثبات عقود التجارة الإلكترونية - د/ حسام الدين كامل الأهواني - بحث مقدم إلى مؤتمر القانون وتحديات المستقبل في العالم العربي - جامعة الكويت - كلية الحقوق بمقر الصندوق الكويتي في الفترة من ٢٥-٢٧ أكتوبر ١٩٩٩ - ص ٤٣٥.

(٣) Eric Caprioli "Sécurité et Confiance dans le commerce électronique: Signature numérique et autorité de certification in - la semaine juridique ed (G) 1 avril 1988- No 14 -P583- "passer d' une écriture a la main a une forme numériser constitue une véritable révolution et un important défi juridique - P 584.

## ١ - صور التوقيع الإلكتروني:

حدد المشرعان الكويتي والمصري الشكل الذي يتخذه التوقيع - بوجه عام - وهو الإمضاء أو البصمة أو الختم الموقع به، وقد وردت على سبيل الحصر لا المثال، مما يعد عائقاً أمام قبول التوقيع في شكله الحديث (الإلكتروني) في الإثبات. وقد عرف القانون الموحد للتجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة الصادر لسنة ١٩٩٦، التوقيع الإلكتروني بأنه "مجموعة أرقام تمثل توقيعاً على رسالة معينة، ويتحقق هذا التوقيع من خلال بعض العمليات الحسابية المتعلقة بمفتاح رقمي خاص بمستخدم الإنترنت.

وحديثاً أوردت لجنة التجارة الدولية للأمم المتحدة - قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية سنة ٢٠٠١ في المادة الثانية - تعريفاً للتوقيع بأنه "بيانات تتم في شكل إلكتروني، مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقياً، وتستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات، وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات<sup>(١)</sup>. ووفقاً للتوجيه الأوروبي الصادر في ١٣ ديسمبر ١٩٩٩، والخاص بالإطار الجماعي للتوقيع الإلكتروني في مادته الثانية، التوقيع الإلكتروني هو "بيانات أو معطيات صادرة في شكل إلكتروني، مرتبطة أو مضافة منطقياً بمعطيات إلكترونية أخرى، بحيث يمكن استخدامه كوسيلة للتوثيق..."<sup>(٢)</sup> أما

(١) انظر أحكام عقود التجارة الإلكترونية - نضال إسماعيل برعم - ٢٠٠٥ - الأردن - ص ١٧٠. كما يعرفه بعض الفقه بأنه "مجموعة من الإجراءات التقنية التي تسمح بتحديد شخصية من تصدر عنه هذه الإجراءات، وقبوله بمضمون التصرف الذي يصدر التوقيع بمناسبته. انظر - حسن عبدالباسط جميعي - إثبات التصرفات القانونية التي تتم إبرامها عن طريق الإنترنت - دار النهضة - ٢٠٠٠ - ص ٣٤.

(٢) كما تبنى المشرع الفرنسي بنص المادة ١٣١٦/٤ من القانون المدني تعريفاً وظيفياً للتوقيع بشكل عام، وهو أن التوقيع هو الذي يحدد شخصية من هو منسوب إليه والذي يفصح عن قبوله، بمضمون المحرر الذي يرتبط به وبالالتزامات الواردة فيه، كما عرف التوقيع الإلكتروني بأنه التوقيع الذي ينتج عن استخدام أية وسيلة مقبولة موثوق بها لتحديد هوية الموقع، وتكفل اتصال التوقيع بالمستند المرتبط به.

بالنسبة للوضع على المستوى المحلي، فقد عرفه قانون رقم ١٥ سنة ٢٠٠٤ الصادر بتاريخ ٢٢ أبريل في مصر، وذلك في الفقرة (ج) من المادة الأولى بأنه هو " ما يوضع على محرر إلكتروني ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها، ويكون لها طابع منفرد يسمح بتحديد شخص الموقع ويميزه عن غيره..."، نخلص من ذلك، أن هذه التعريفات قد ركزت على شكل التوقيع الإلكتروني ووظيفته.

ويتخذ التوقيع الإلكتروني صوراً تناولتها التشريعات المختلفة منها، التوقيع الكودي أو السري، والتوقيع الرقمي والتوقيع البيومترى والتوقيع بالقلم الإلكتروني، وسنحاول التعرض لها بطريقة موجزة، بحيث نبين أياً من هذه الصور تقدم أماناً للمستهلك في العقود المبرمة عن بُعد.

### أ - التوقيع الكودي أو السري:

يقوم هذا التوقيع على استخدام مجموعة من الأرقام أو الحروف أو كليهما، يختارها صاحب التوقيع لتحديد شخصيته، ولا تكون معروفة إلا منه هو فقط، ومن يبلغه بها.<sup>(١)</sup>

ومن أهم تطبيقاتها البطاقات المصرفية الحديثة التي تحتفظ بذاكرة إلكترونية تسجل كل عمليات العميل حامل البطاقة.

### ب - التوقيع الرقمي:

وهو أحدث صور التوقيع الإلكتروني، ويقوم على استخدام تقنية التشفير الذي يتم باستخدام مفاتيح سرية وطرق حسابية معقدة، بحيث تتحول من رسالة مقروءة إلى رسالة رقمية غير مفهومة إلى أن يتم فك تشفيرها.

(١) انظر - الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية د/ إبراهيم أبو الليل - سابق الإشارة إليه - ٢٠٠٣ - ١٨٥، ولمزيد من التفصيل انظر للمؤلف نفسه "التوقيع الإلكتروني ومدى حجبه في الإثبات" دراسة مقارنة - حلقة نقاشية لمناقشة مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥ - ص ١٠٥.

وقد استبدل بنظام التشفير نظاماً جديداً يسمى بالنظام السمثري Asymétrique، يعتمد على مفتاحين؛ أحدهما للتشفير (مفتاح خاص) والثاني لفك التشفير (مفتاح عام).

وكما يرى بعض الفقه الأجنبي<sup>(١)</sup> يوفر التوقيع الرقمي الحماية للمعاملات الإلكترونية، وذلك بمنع الغير من الحصول على الرسائل أو المعلومات ووصولها مشوهة للطرف الآخر في المعاملة التجارية على نحو يضر بالتجارة الإلكترونية لإخفاء محتوياتها والحيلولة دون استخدامها من الغير؛ وتتميز عملية التشفير الخاصة بالتوقيع الرقمي بوجود طرف ثالث في عملية التجارة الإلكترونية يكون محل ثقة الأطراف، ويتمثل في وجود هيئة مختصة يكون لها سلطة إشهار وتوثيق هذا التوقيع الإلكتروني، بحيث يعهد إليها إصدار المفاتيح الخاصة بالتشفير بناء على طلب العملاء وإصدار شهادات تفيد صحة التوقيع، وصحة المعلومات التي تتضمنها رسائلهم<sup>(٢)</sup>، ومن ثم استيفاء العنصر الجوهري لاستكمال الدليل الكتابي اللازم في الإثبات.

نخلص من ذلك إلى أن التوقيع الرقمي يهدف إلى تحقيق وظائف عديدة، وهي التوثيق Authentification؛ أي التحقق من هوية الموقع، وأن المعلومات والرسالة الموقعة منه صادرة عنه، ومن هذه الوظائف السلامة L' intégrité؛ أي

(١) A. salaun "Commerce électronique et protection des consommateurs. "La cryptographie offre donc au Consommateur des Solutions techniques permettant une meilleure sécurité des transactions (et également des moyens de preuve non seulement du point de vue du Consommateur - mais aussi du point de vue du Commerçant qui pourra par cette technique prouver qu'il s'est conforme avec les exigences législatives notamment en matière de contrats à distance".

(٢) أغفل مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي مسألة التشفير الإلكتروني وتنظيم الجهات التي تعتمد التوقيع الإلكتروني، كما أنه لم يحدد في مادته الثالثة مدى حجية المستند الإلكتروني.

أن محتويات الرسالة الموقع عليها إلكترونياً، لم يتم تغيير مضمونها أو التلاعب فيها من الغير.

كما يحقق التوثيق الرقمي السرية؛ أي سرية المعلومات التي تتضمنها المعاملات الإلكترونية بحيث لا يمكن قراءة هذه المعلومات إلا ممن أرسلت إليه وبتقنية معينة.<sup>(١)</sup>

### ج- التوقيع البيومتري:

يعتمد هذا التوقيع على الصفات الجسدية والسلوكية للإنسان لتمييزه وتحديد هويته، وهذه الصفات متعددة مثل البصمة الشخصية أو مسح العين، أو تعرف الوجه البشري أو نبرة الصوت.

ويتم استخدام هذه الصفات الجسدية عن طريق إدخال هذه الخواص على جهاز الحاسب الآلي بطريقة التشفير للتحقق من صحة التوقيع، ويعيب طرق التوقيع البيومتري إمكان مهاجمتها أو نسخها من قرصنة الحاسب الآلي عن طريق فك شفرتها، كما أنها لا توفر الأمان والسرية، ومن ثم ليس لها نتائج مضمونة في مجال الإثبات.

### د- التوقيع بالقلم الإلكتروني (Pen-op):

يعد صورة من صور التوقيع البيومتري، ويتم ذلك عن طريق الكتابة على شاشة الحاسب الآلي بقلم إلكتروني، وباستخدام برنامج والتأكد من صحته، ويعيب هذا النوع من التوقيع أنه يتطلب مبالغ كبيرة قد لا تتوافر أحياناً لكل المستهلكين؛ بالإضافة إلى ضرورة وجود جهة توثيق خاصة له.

(١) انظر- الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية د/إبراهيم أبو الليل - ٢٠٠٣ - ص ١٦٤ وأيضاً انظر للمؤلف نفسه "التوقيع الإلكتروني ومدى حجتيه في الإثبات" دراسة مقارنة - حلقة نقاشية لمناقشة مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥ - ص ١٠٥.

نخلص من ذلك إلى أن العقد الإلكتروني يتم تحريره على وسائط (دعامات) إلكترونية، ويتخذ التوقيع فيه شكلاً إلكترونياً - كما رأينا صورة - وقد أصبحت هذه الوسائل الجديدة مقبولة ومعتراً بها في الإثبات سواء مع المستوى الدولي أو الوطني.<sup>(١)</sup> مما يعني أن الفكر القانوني قادر على تطوير القانون ليتلاءم مع مستجدات العصر<sup>(٢)</sup> في إطار مفاهيم القواعد العامة.

## المبحث الثاني

### حظر بعض أنواع التصرفات التي تتم عن بُعد

حظرت التوجيهات الأوروبية بعض صور التصرفات التي تتم عن بُعد، مثل البيوع الجبرية والبيوع الاستفزازية أو الاستدرجية Les ventes agressives<sup>(٣)</sup> التي تستهدف انتزاع موافقة أو رضا المتعاقد، دون أن يكون لديه فرصة في التفكير، وطلبت هذه التوجيهات من الدول الأعضاء منع تزويد المستهلك بسلع أو خدمات دون أن يطلب ذلك أو بدون موافقته، وإلا أعفت المستهلك من سداد الثمن في هذه الحالات<sup>(٤)</sup>.

(١) كان القانون الفرنسي رقم ٢٣٠/٢٠٠٠ الذي أدخل تعديلاً تشريعياً على نص المادة ١٣١٦ مدني فرنسي تكريساً لمبدأ الاعتراف بالحجية القانونية للكتابة الإلكترونية المقترنة بتوقيع إلكتروني، حيث اعترف لها بنفس القوة الإلزامية للكتابة الورقية انظر:

Sofian Azzalri "le nouveau régime probatoire français après L' adoption de la loi portant adaptation du droit de L' information et relatifs a la signature électronique du 8 mars 2000-Sclre le site [www.signelec.com/content/se/](http://www.signelec.com/content/se/)

(٢) انظر: إثبات عقود التجارة الإلكترونية - د/ حسام الدين كامل الأهواني - بحث مقدم إلى مؤتمر القانون وتحديات المستقبل في العالم العربي - الكويت - في الفترة من ٢٥-٢٧ أكتوبر ١٩٩٩ - ص ٤٣٥.

(٣) Calais - Auloy "Les ventes agressives" D 1970 - Chronique - P 37.

(٤) J.Passa "Commerce électronique et la protection du consommateur - in le Dalloz - cahier droit des affaires - 2002 - P 555.

وقد نص قانون العقوبات الفرنسي على تجريم هذه التصرفات بالمادة ٢/٦٣٥ التي ذكرت أن إرسال أي سلع أو خدمات دون طلب مسبق من المستهلك، وذلك إذا كانت بمقابل نقدي مطلوب سداذه، كذلك حظرت التوجيهات الأوروبية وبعض التشريعات الوطنية ما يسمى بالبريد الإلكتروني غير المرغوب فيه Unsolicited E-Mail، وألزمت البائعين بعدم إرسال بريد إلكتروني من أجل التسويق للتأثير على المستهلكين دون موافقتهم المسبقة ما لم توجد علاقات تجارية سابقة بينهم تسمح بذلك؛ ويطلق البعض على هذه الرسائل لفظة "Spamming" وعند البعض الآخر Junk - e - mail أو بالفرنسية Pourriel حيث يسمح الإنترنت بإرسال هذه الرسائل غير المرغوب فيها إلى العديد من المستهلكين.

كما حظرت التوجيهات الأوروبية<sup>(١)</sup>، الدعاية المضللة أو الخادعة وكل هذا الإجمال سوف نحاول تفصيله في المطالب التالية:

---

(١) عرف التوجيه الأوروبي الصادر لسنة ١٩٩٧ الإعلان بأنه "مجموعة الرسائل التي يبثها شخص عام أو خاص في إطار أنشطته التجارية أو الصناعية أو المهنية التي يهدف من خلالها إلى الترويج لمنتجاته أو خدماته". وهو تعريف عام للإعلان أو الدعاية التجارية ويقصد بالإعلان عبر الإنترنت (أو الدعاية الدعائية support publicitaire) وفقاً لحكم محكمة la cour d appel de rennes الصادر في ٣١ مارس ٢٠٠٠ بأنه عملية تبادل المعلومات على أحد مواقع الإنترنت، ويكون الهدف منها جذب المستهلك لإبرام عقود تتعلق بخدمات أو ببضائع. كما عرفها قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي (LEN) بأنها " كل دعائية، أيًا كانت الصورة أو الشكل الذي تتخذه، بحيث يمكن للجمهور الوصول إليها بخدمة اتصالات إلكترونية " - انظر: avocat on line www.murielle.cahen.com

## المطلب الأول الرسائل الإلكترونية غير المرغوب فيها والمسماة بـ "Spamming"

يهدف إرسال الرسائل غير المرغوب فيها Spamming إلى جذب العملاء والتسويق التجاري، ويتحمل مستخدم الإنترنت مصاريف استلام هذه الرسائل<sup>(١)</sup>. ويتنازع هذا الموضوع اتجاهين:

الأول ما يسمى بالـ "opt-in" وهذا الاتجاه يميل إلى احترام حقوق المستهلك، لأنه يستند على مبدأ منع إرسال رسائل إلكترونية غير مرغوب فيها إلى هذا الأخير إلا بشرط موافقته المسبقة على استلامها<sup>(٢)</sup>.

أما الاتجاه الثاني وهو يسمى بالـ opt-out الذي يقوم على حرية إرسال أو توزيع الرسائل الإلكترونية، ويمكن القول بأن هذا اتجاه يميل إلى حماية مصالح التجارة وليس المستهلك<sup>(٣)</sup>.

---

(١) انظر: على سبيل المثال، التوجيه الأوروبي رقم CE/٥٨/٢٠٠٢ الصادر عن البرلمان الأوروبي في ١٢ يولييه ٢٠٠٢ والمتعلق بمعالجة المعطيات الشخصية وحماية الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية (المادة ١٣)، كما أوضح تقرير لسنة ٢٠٠١ أعد بواسطة اللجنة الأوروبية أن تكلفة هذه الرسائل على المستوى العالمي يبلغ نحو ١٠ مليارات يورو، وفي تقرير آخر لسنة ٢٠٠٤ أوضح أن ٦٠٪ من رسائل البريد الإلكتروني تعتبر غير مرغوب فيها.

انظر: le spamming dans le Commerce électronique [www.\(e.Jurist.org.\)](http://www.(e.Jurist.org.))  
(٢) انظر حكم محكمة باريس الكلية (T.G.I) الصادر في ١٥ يناير ٢٠٠٢. T.G.I de Paris (refere) 15 Janvier 2002 - le Dalloz 2002 - no 13 p 1138 "Courriers électroniques Publicitaires et responsabilités..

(٣) J.M. Bruguière "Commerce électronique et Protection du Consommateur" Juris- classeur - com. Fasc. 860.

وانظر أيضاً بالنسبة للمشكلات القانونية التي يثيرها الـ Spam في تعليق على حكم محكمة باريس في ٥ مايو ٢٠٠٤ بين شركة مايكروسوفت والسيد K. Microsoft et Aol France C/Monsieur K. in "le recours au droit des contrats contre le Spamming "www. Jurist.Com.net."

وجدير بالذكر أن التوجيهات الأوروبية رقم (CE/٦٦/٩٧) الصادرة في ١٥ ديسمبر ١٩٩٧ والتوجيه رقم CE/٦٥/٢٠٠٢ الصادر في سنة ٢٠٠٢ والمتعلق بتسويق الخدمات المالية للمستهلكين عن بُعد، قد تركتا للدول الأعضاء حرية الاختيار بين الـ opt-in والـ opt-out وبالنسبة للوضع في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد أصدر الكونجرس الأمريكي تشريعاً جديداً في ١٧ يونيو سنة ٢٠٠٠ وهو: Unsolicited commercial electronic Act وهو يضع على عاتق مطلقي الرسائل الدعائية مجموعة من الالتزامات، أبرزها تضمين هذه الرسائل بياناً واضحاً لطبيعة المرسل سواء الدعائية والتجارية. وبياناً آخر لحقوق المرسل إليه في إبلاغ المرسل رغبته في عدم تلقي البريد الدعائي، ويتم ذلك عن طريق البريد الإلكتروني<sup>(١)</sup>.

وفي فرنسا تعرض قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي LCEN الصادر في ٢١ يونيو ٢٠٠٤ لهذه المسألة عندما نصت المادة ٢٢ منه على أن استخدام عناوين رسائل إلكترونية في أغراض تجارية دعائية يخضع للرضا المسبق من جانب الأشخاص المعنيين<sup>(٢)</sup>.

"l'utilisation d'adresses de courriers électronique dans les opérations de Prospection Commerciale est Subordonnée au recueil du Consentement préalable des Personnes Concernées."

ونرى أن تعبير "الأشخاص المعنيين" يشمل الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين.

(١) انظر: التنظيم القانوني لشبكة الإنترنت - طوني ميشال عيسى - الطبعة الأولى - ٢٠٠١ - ص ٢٦٧.

(٢) C.Rojinsky et G Tisonnier: "l'encadrement du Commerce électronique par la loi No 2004 - 575 du 21 Juin 2004 Pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) in J.c.p ed (G) 8 sep 2004 p 1509.

وقد تأثر المشرع الفرنسي في نص المادة (٢٢) بالتوجيه الأوروبي الصادر في ١٢ يولييه ٢٠٠٢ والمتعلق بالحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية (المادة ١٣)<sup>(١)</sup>. عندما أخذ بنظام الـ opt-in للتغلب على الـ Spamming.

وأوضح قانون الجزاء الفرنسي في المواد ١٨/٢٢٦ أن العقوبة في حالة عدم احترام هذه القواعد هو الحبس ٥ سنوات وبالغرامة ٣٠,٠٠٠ يورو، بوصفه انتهاكاً لأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات<sup>(٢)</sup>.

## المطلب الثاني الدعاية المضللة أو الخادعة عبر الإنترنت

تسبق الأعمال التجارية التي تتم عبر الإنترنت أشكال عديدة من الدعاية والإعلان، ولا شك أن هذه الأشكال تعد من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح، بل هو من المعالم البارزة لعصر تكنولوجيا المعلومات. وهذه الإعلانات التجارية من شأنها التأثير في سلوك المستهلك وتؤثر في قراره في الإقبال على التعاقد من عدمه<sup>(٣)</sup>.

(١) J.O.C.E. no "L 201,31 Juillet 2002 p37, et G Teissonnere " la lutte contre le spamming:de la Confiance en l'économie numérique a la méfiance envers ses acteurs: cahier Lamy droit de l'informatique av 2004 www.juris.com.net.

(٢) Spam:l'état du droit en France.www.(CNil.fr).

ولمزيد من التفصيل انظر أيضاً:

"sophie louveaux "le Spamming" Etat de la question in www.droitfundp.ac.be.

حيث تشير إلى المادة العاشرة من التوجيه رقم ٧/٩٧ المتعلق بحماية المستهلكين عن بُعد التي تنص على استخدام الأنظمة الآلية (automates d'appels) أو رسائل الفاكس أو غيره لأغراض التسويق التجاري ليس مسموحاً به إلا بموافقة المستهلك المسبقة.

(٣) انظر - إبرام العقد الإلكتروني - دراسة مقارنة - د/ خالد ممدوح إبراهيم - ٢٠٠٦ ص ٣٤١.

وقد جرم المشرع الفرنسي الدعاية المضللة أو الخادعة 'la Publicité Trompeuse' التي تتم على شبكة الإنترنت بوجه خاص؛ لأن العقود التي تبرم إلكترونياً أي بين أطراف متباعدة من شأنها خداع المستهلك؛ وتذهب المادة (٢) من التوجيه الأوروبي الصادر في ١٠ سبتمبر ١٩٨٤ إلى تعريف هذه الدعاية بأنها "كل دعاية تؤدي إلى إيقاع الأشخاص الذين توجه إليهم في غلط" (١) وهو ما أكدته أيضاً القواعد الصادرة عن منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي (OCDE) التي تحكم حماية المستهلك، عندما ألزمت الشركات عدم اللجوء إلى ممارسات من شأنها تضليل هؤلاء (٢) الآخرين أو خداعهم، ووفقاً للمادة ١/١٢١ من تقنين الاستهلاك الفرنسي يقصد بالدعاية المضللة أو الخادعة "كل دعاية أياً كان الشكل الذي تتخذه وتتضمن ادعاءات أو بيانات أو عروضاً خاطئة يكون من شأنها إيقاع الآخرين في غلط. induire en erreur. فقد تبنى القضاء الفرنسي تعريفاً موسعاً لهذه الدعاية عندما ذهب إلى تعريفها بأنها كل وسائل دعاية توجه إلى المستهلك الاحتمالي، وتهدف إلى تكوين رأيه عن خصائص سلع أو خدمات يعرضها عليه البائع أو المنتج" (٣). وقد قضت محكمة استئناف باريس (٤) بتجريم الدعاية المضللة بشأن "كتالوجات" بيع بالمراسلة، وكانت تتضمن معلومات كاذبة عن مكونات البضائع، وهو ما يطلق عليه بعض الفقه (٥)

(١) J. M Bruguière "Commerce électronique et protection du Consommateur" in jurisclass- com. 2003 - P 12.

(٢) Serge Parisien "la Protection accordée aux Consommateurs et le Commerce électronique" in www.jurisint.org.

(٣) انظر - Crim 14 Oct. 1998 منشور ببحث دبلوم عن وسائل الإعلام والمعلوماتية - باريس ٢ - "la publicité sur internet et la nécessaire protection du consommateur" Nadia Ben Zakour - Dess - droit du multimédia de l'informatique - Paris II - Panthéon Assas) 2003 - 2004.

(٤) C.A Paris 17 sep 1997, Contrats- con consom 1998- comm.- 127 obs. G Raymond.

(٥) انظر: الاتجاهات القانونية العامة في حماية المستهلك - د/ حمدي عبد الرحمن - بحث منشور في أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة الإسلامية - بورسعيد - ٢٦ أبريل إلى ٣ مايو من ١٥-١٨ يولييه ١٩٩٥ - ص٣٧ وما بعدها.

"التضليل الإعلانى" وتبدو ضرورة حماية المستهلك من التضليل فى التجارة عبر الإنترنت أكثر من التجارة التقليدية، حيث تبدو الإعلانات عبر الإنترنت أقل تكلفة وأكثر سهولة من الإعلانات التجارية التقليدية.<sup>(١)</sup> وهذا الالتزام السلبى؛ أى التزام المهني بالامتناع عن خداع المستهلك يجد تطبيقاته فى قانون قمع الغش والتدليس المصري الذي يعاقب على الخداع فى الصفات الجوهرية للبضاعة.

وقد جاء نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري الجديد الصادر فى ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦ بتعريف "المُعلن" بأنه كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أى وسيلة من الوسائل. ولنا هذه الملاحظة على التعريف:

يتضمن هذا التعريف بياناً لكل شخص يقوم بالإعلان؛ أى سواء شخص طبيعى أو اعتبارى - كما أن الإعلان قد يتم بواسطة المعلن أو تابعيه. أخيراً يُقصد - فى رأينا الشخصى - بعبارة "أى وسيلة من الوسائل"؛ أى سواء تم الإعلان بأجهزة التلفزيون أو وسائل أخرى مثل الإنترنت.

كما ألزمت المادة (٦) من القانون ذاته كل مورد ومعلن بإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه فى خلط أو غلط.<sup>(٢)</sup>

(١) Ch. Masse "la Publicité trompeuse dans le commerce électronique - dec 2000. www.juris.com.net

وينادي بعض الكتاب والمفكرين فى مصر بتوقيع عقوبات شديدة على التجار الذين يقدمون إعلانات كاذبة ومضللة للترويج للسلع بحيث يؤدي هذا الجراء إلى توفير حماية للمستهلك - انظر مقالاً بعنوان "مواطنون بلا حماية" فهامة أحمد رجب - جريدة أخبار اليوم - مصر - السبت ١٢/١١/٢٠٠٥.

(٢) ألزمت المادة (٣) من هذا القانون الجديد، منتج السلع أو مستوردها، أن يضع باللغة العربية على هذه السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية بشكل واضح تسهل قراءته، كما ألزمت مقدم الخدمة بأن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها، وكان الأجدر بالمشرع - فى رأينا - أن يشترط مطابقة هذه البيانات للمواصفات العالمية كما فعلت التوجيهات الأوروبية.

ويمكن القول إن مشكلات الإعلان عبر الإنترنت تبدو كثيرة ومتنوعة ومنها:

أولاً: يؤدي الإعلان إلى تثبيط همم المستهلكين في الإقدام على سلع منافسة قد تكون ذات جودة أعلى من السلعة المعلن عنها.

ثانياً: تتضمن الإعلانات الخادعة تضليلاً للمستهلكين بتقديم بيانات كاذبة عن السلعة، وأحياناً كتمان بعض الحقائق عنهم مما يعد سكوتاً تدليسياً، ونرى أن وصف التاجر لسلعة أو الإعلان عنها أو قيامه بعرضها بطريقة تحتوي على بيانات خادعة أو مضللة يعتبر جريمة خداع كما يعد عرض السلعة بعد انتهاء تاريخ صلاحيتها صورة من صور جريمة الخداع؛ أياً كانت الوسيلة المستخدمة في العرض سواء تقليدية أو حديثة.

ثالثاً: قد يستخدم الإعلان بعض العلامات التجارية المتقاربة بحيث يؤدي إلى الخلط وتضليل المستهلك.<sup>(١)</sup>

نخلص من كل ما سبق إلى أنه إذا كان الأصل هو حرية التعبير عن الرأي، والاتصال بالآخرين، فإن الحق في الخصوصية هو أيضاً من الحقوق الأساسية، وباستقراء نصوص القانون الفرنسي رقم ١٧/٧٨ الصادر في يناير ١٩٧٨ " قانون المعلوماتية والحريات " وأيضاً التوجيه الأوروبي رقم CE/٤٩/٩٥ الصادر في ٢٤ أكتوبر ١٩٩٥؛ نجد أنهما يهدفان إلى حماية الحياة الخاصة وتأكيد حماية المعطيات الشخصية لمستخدمي الإنترنت؛ لذا يرى البعض أن Spamming يشكل نوعاً من التحدي أمام حماية المعطيات الشخصية وقواعد الدعاية والمنافسة.

le spamming dans le commerce électronique [http / www.juristes-org](http://www.juristes-org). 2004.

(١)

## المبحث الثالث التزام المهني إعلام المستهلك

### المطلب الأول مضمون الالتزام بالإعلام ونطاقه

يتم العقد الإلكتروني - كما رأينا - بين غائبين، وهذه الطريقة التي يتم إبرامه بها تؤدي إلى جهل المستهلك بنطاق التزامه.<sup>(١)</sup>

مما يسوغ ضرورة تزويد المستهلك بمعلومات كاملة، قبل إبرام العقد مع المهني.

ويعني الحق في الإعلام - عموماً - في نطاق الرابطة التعاقدية جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة، وهو ما يفرض على المنتج أو المورد أو المهني التزاماً بإحاطة المستهلك علماً بظروف العقد وملابساته.<sup>(٢)</sup>

وتخضع العلاقة بين المهني والمستهلك من حيث حقوق كل منهما وواجباته للقواعد العامة في الالتزامات<sup>(٣)</sup>.

(١) انظر: أسامة أبو الحسن مجاهد - خصوصية التعاقد عبر الإنترنت - ٢٠٠٠ - ص ٤٠-

٤١، وانظر تفصيلاً في الالتزام بإعلام المستهلك بوجه عام في الفقه الأجنبي.

J. Huet, J.C.P ed (N) 1992- I- 316 G raymond- J.C.P ed (E) 1992-I 144.

Grall- les petites affiches 12 et 14 août 1992.

Aussi J Calais - Auloy et Steimmetz "Droit de la Consommation" précis Dalloz 5 e ed 200-no 110.

(٢) د/ السيد محمد عمران - حماية المستهلك في أثناء تكوين العقد دراسة مقارنة -

منشأة المعارف بالاسكندرية - ١٩٨٦ - ص ٨.

(٣) Didier Ferrier "la Protection des Consommateurs" 1996- ed Dalloz - P49 aussi-

J passa "Commerce électronique et protection du Consommateurs" in le Dalloz - cahier droit des affaires - 7 Feb 2002 - P555.

وتقضي القواعد العامة بفرض التزام الأمانة والصدق عند إبرام العقود.

(المادة ١٦٠٢ مدني فرنسي) وقد فرضت معظم التشريعات التزاماً على عاتق المهنيين بإعلام المستهلك الإلكتروني، فنجد - على سبيل المثال - المادة ١٦٠٢ مدني فرنسي تنص على إلزام البائع أن يوضح بدقة نطاق التزامه؛ وهذا الالتزام يجد أساسه أيضاً في نصوص تقنين الاستهلاك الفرنسي (مادة ١/١١١) التي تنص على أن "يلتزم كل بائع مهني أو مقدم خدمات بإحاطة المستهلك علماً قبل إبرام العقد بالميزات أو الخصائص الأساسية للشيء أو الخدمة المقدمة".

ويرى الفقه<sup>(١)</sup> أن الالتزام بالإعلام سواء في مرحلة المفاوضات<sup>(٢)</sup> أو في مرحلة تنفيذ العقد يتطلب توافر شرطين:

أولهما: أن يكون أحد المتعاقدين مهنياً<sup>(٣)</sup> متخصصاً على نحو يسمح له بالعلم بالبيانات والمعلومات اللازمة، وأن يكون الطرف الآخر جاهلاً - لسبب أو لآخر - بهذه المعلومات.

ثانيهما: أن تكون هذه البيانات أو المعلومات مؤثرة في رضا الطرف الذي هو مدين أصلاً بالالتزام بالإعلام. وتفرض القواعد الخاصة بحماية المستهلكين في العقود التي تبرم عن بُعد على التجار أو المهنيين في هذه العقود بعض الالتزامات مثل:

(١) د/ محمد المرسي زهرة - الحماية القانونية للمستهلك في دولة الإمارات ضمن منشورات ندوة الثقافة والعلوم - جائزة العويس للابتكار العلمي - العدد السابع ١٩٩٦ - الجزء الثاني - ص ١٦٩ وما بعدها - وأيضاً د/ عبدالفتاح حجازي "النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٢ - ص ١٣٧ وما بعدها.

(٢) مرحلة المفاوضات هي المرحلة السابقة على التعاقد، لأن عدم تبصير الطرف الآخر أو عدم إعلامه يؤدي إلى إيقاعه في تدليس Dol أو غلط في صفات جوهرية للشيء أو وجود عيوب خفية في المنتج.

(٣) يقصد بالمهنيين Professionnels هنا كل منتج سلعة Producteur أو متعهد توريد خدمات Prestataire de services أو بائع انظر J.Michel Bruguière "Commerce électronique et Protection du Consommateur J. Class- com- 2003- fascicule 860 P 7

- تحديد هوية البائع أو مقدم الخدمة بطريقة واضحة ومفهومة.<sup>(١)</sup>
  - وصف كامل لمختلف مراحل إنجاز المعاملة.
  - طبيعة سعر السلعة أو الخدمة وخاصيتها.
  - فترة عرض هذه السلع أو الخدمات وأسعارها.
  - طرق سداد الثمن وإجراءاته.
  - شروط الضمانات التجارية وخدمة ما بعد البيع.
  - كيفية تنفيذ العقد والتسليم ونتائج عدم إنجاز الالتزامات.
  - إمكانية العدول عن الشراء و أجله.
  - طرق إرجاع (المنتج أو السلعة) أو الاستبدال.
  - شروط فسخ العقد إن كان غير محدد المدة.
- ويتعين توفير هذه المعلومات إلكترونياً ووضعها تحت تصرف المستهلك للاطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة.

وقد أوضح ذلك القانون الفرنسي الخاص بالثقة في الاقتصاد الرقمي رقم ٥٧٥/٢٠٠٤ الصادر في ٢١ يونيو ٢٠٠٤؛<sup>(٢)</sup> عندما عرف التجارة الإلكترونية

(١) انظر الباب الخامس - في المعاملات التجارية الإلكترونية من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسية رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٠ - ولمزيد من التفاصيل انظر في الفقه الأجنبي Melle.isabelle Cahen, la Formation des Contrats de commerce électronique “ sep 1999- www. juriscom.net.

(٢) loi Pour la confiance dans L'économie numérique in J.C.P 17 Juin 2004 P 977- كما وضعت المادة (٢٥) من هذا القانون (LCEN) التزاماً على عاتق كل مهني يقدم عرضاً عبر وسيلة إلكترونية (مثلاً عبر الإنترنت) سواء سلع أو خدمات ما، أن يضع الشروط الخاصة بالتعاقد الخاص بهذا العرض. انظر: l'encadrement du Commerce électronique par la loi No 2004 - 575 du 21 Juin 2004 Pour la confiance dans l'économie numérique “la publicité et les obligations souscrites. par voie électronique” par C. Rojinsky et G teissonniere, in J.C.P ed (G) 8 Sep 2004- no 37 p 1509.

(مادة ١٤) من خلال وسائط إلكترونية، بتزويد أموال أو خدمات لشخص عن بعد، وفكرة " الخدمة " تشمل أيضاً الخدمات التي تتطلب توفير " معلومات على الخط " Informations en ligne " واتصالات تجارية.

كما أوضحت المادة (١/١٥) منه وجود بيانات إلزامية لإعلام المستهلك، تقع على عاتق التاجر أو المهني في التعاملات الإلكترونية، وسواء كان شخصاً طبيعياً أم معنوياً، فعلى هذا الأخير تقديم معلومات واضحة للمستهلك الاحتمالي تتعلق بهويته (اسمه/ محله التجاري/ بريده الإلكتروني/ وقيدته بالسجل التجاري...)<sup>(١)</sup>.

كما يجب إعلامه بثمن السلعة<sup>(٢)</sup> دون غموض، والرسوم ومصروفات التسليم. ويستطيع البائع أو المهني أو الموزع إعلام المستهلك عن الصفات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة بأية وسيلة فنية من وسائل الاتصال عن بُعد، حيث يمكنه إعلان الأسعار عن طريق عرضها بشرائط " الفيديو كتالوج " أو بواسطة أداة الاتصال عن بُعد المعروفة بالمنيتل<sup>(٣)</sup>.

(١) يعتبر إخطار المستهلك أو إعلامه تطبيقاً لمبدأ حسن النية والثقة المشروعة، كما يرى الفقه أنه لن يكون ثمة توازن موضوعي وحقيقي بين الطرفين إلا في نطاق الأمان والسلامة بينهما، في رحاب الثقة التي ينبغي أن يودعها كل منهما أمانة لدى الآخر. د/ نزيه محمد المهدي - الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود - ١٩٩٠، ص ٣١.

(٢) يجب على المهنيين وفقاً للتوجيه الأوروبي رقم CE/٦/٩٨ والمجلس الأوروبي الصادر في ١٦ فبراير ١٩٩٨ المتعلق بحماية المستهلكين في مسائل تحديد أثمان السلع المقدمة للمستهلكين، أن يخطر هؤلاء الآخرين بثمن السلع المقدمة إليهم أو أسعارها والمدة والشروط المعلنة التي يلتزم المهنيون الإبقاء عليها:

انظر: - / www.lexinter.net - la base des Contrats du commerce électronique - lex Electronica / contrats en ligne. htm.

(٣) انظر: حق المشتري في فسخ العقد المبرم بوسائل الاتصال الحديثة - دراسة مقارنة - د/ أبو الخير عبد الونيس الخويلدي - ٢٠٠٦ - ص ٩٢.

كما أوضح تقنين الاستهلاك الفرنسي بمادته (١٢١) بأن هناك التزاماً على عاتق المهنيين بالنسبة للمستهلكين الذين يقيمون في فرنسا بأن تتضمن صفحة الموقع Page web - وهي الخاصة بالإيجاب أو العرض المتعلق بسلع أو خدمات - ما يأتي:

- اسم المحل التجاري أو الشركة.
  - كيفية الاتصال التليفوني بها.
  - عنوان المحل التجاري أو المؤسسة المسؤولة عن العرض.
- ونجد أيضاً المرسوم الفرنسي رقم ٦٤٨/٢٠٠٥ الصادر في ٦ يونيو ٢٠٠٥ المتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بُعد، يلقي على عاتق المهني التزاماً بإعلام المستهلك في الفترة السابقة على التعاقد بكل ما يتعلق بمتعهد تقديم هذه الخدمات المالية المقترحة، وكيفية إبرام العقد وتنفيذه وإجراءات ذلك<sup>(١)</sup>.
- ووفقاً لعقد البيع النموذجي الذي يتم عن بعد والذي تم إعداده بواسطة غرفة تجارة وصناعة باريس<sup>(٢)</sup>، وبمشاركة الجمعية الفرنسية للتجارة والمعاملات الإلكترونية حيث يتضمن شروط هذا العقد لتحديد صاحب العرض وبمقتضاه يجب الآتي:
- ذكر اسم التاجر.
  - رقم قيده بالسجل التجاري.
  - مركز الإدارة الرئيسي.
  - العنوان الإلكتروني وكيفية الاتصال التليفوني.

(١) انظر: Gerard Notte "Vente a distance de services financiers aux consommateurs" in la Semaine juridique 23 juin 2005 - No 25 P 179.

(٢) منشورات غرفة تجارة وصناعة باريس، Contrat-type de commerce électronique, commerçant consommateurs- Juin 1998 et décembre 2005 ملحق بنهاية البحث

- الصفات الكمية والكيفية للسلعة بكل وضوح.<sup>(١)</sup>

ونجد أيضاً وجود هذا الالتزام بالإعلام على المستوى الأوروبي ودول الاتحاد الأوروبي وبخاصة في التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ المتعلق بحماية المستهلكين في العقود التي تتم عن بُعد، وفقاً للمادة الرابعة منه، حيث ألزمت التاجر أن يقوم بإعلام المستهلك في الوقت المناسب وقبل إبرام العقد "En Temps utiles, avant la conclusion du tout Contrat à distance" بهويته والعنوان في حالة اشتراط الدفع المسبق.

كما أوضح التوجيه الأوروبي رقم ٣١/٢٠٠ الصادر في ٨ يونيو ٢٠٠٠ بشأن بعض الجوانب القانونية لخدمات شركة المعلومات، في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين، في مادته الخامسة ضرورة التزام مقدمي الخدمات بتسهيل حصول المستهلكين على معلومات مباشرة ودائمة.<sup>(٢)</sup>

وقد أكد التوجيه في مادته العاشرة تزويد المستهلك بمعلومات واضحة ودون غموض قبل إبرام العقد، وهي:

- ١ - المراحل التقنية اللازمة لإبرام العقد.
- ٢ - كيفية تدارك الأخطاء المعلوماتية.
- ٣ - الشروط التعاقدية والشروط العامة التي يجب تزويد المرسل إليه بها.

---

(١) ألزم القضاء الإداري المصري الشركات والمنتجين إثبات أوزان المنتج من السلع الغذائية، في التجارة التقليدية، وذلك حماية للمستهلك - منشور بجريدة الأهرام عدد الأربعاء ٦ يوليه ٢٠٠٥ - صفحة الاقتصاد.

كما تذهب بعض العقود الأمريكية إلى أبعد من ذلك، حيث تحرص على إعلام العميل بالأعباء الضريبية والجمارك التي يتحملها بطريقة مفصلة - انظر: عبدالفتاح جازي- مرجع سابق - ص ١٥٣.

(٢) J. Passa " Commerce électronique et Protection du Consommateur" in le Dalloz - 2002 P 555.

أما بالنسبة للمستهلكين في الدول الأخرى، فلا يوجد "نص دولي" خاص بحمايتهم أو قواعد تتعلق بتحديد المهني وتعريفه، ومن ثم يجب الرجوع إلى القوانين الداخلية المتعلقة بهذا الالتزام بالإعلام: مما يثير مشكلة تنازع القوانين. ونقترح في هذا الشأن ضرورة سن قواعد دولية موحدة يتمتع بها جميع المستهلكين عبر الإنترنت نظراً للطابع الدولي للتعاملات الإلكترونية، فهي تتجاوز حدود الدول ولا تعرف الإقليمية.<sup>(١)</sup>

## المطلب الثاني

### تأكيد إعلام المستهلك بالكتابة

ألزمت المادة (٥) من التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ المتعلق بالعقود عن بُعد، المهني أو المورد تأكيد الإعلام بالكتابة أو بدعامة أخرى ثابتة un Support durable. ووضعها تحت تصرف المستهلك وفي الوقت الملائم وبحد أقصى خلال فترة تسليم البضائع أو السلع، ويهدف هذا الالتزام بتأكيد الإعلام كتابة إلى تقوية الالتزام بالإعلام في حد ذاته. (مادة ٢١ / ٨ من تقنين الاستهلاك الفرنسي)، وسنحاول في هذا المطلب التعرض لمفهوم الدعامة الثابتة من خلال التوجيهات الأوروبية:

#### ١ - فكرة الدعامة الثابتة في التوجيهات الأوروبية:

ظهرت فكرة الدعامة الثابتة في التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ المتعلق بالعقود عن بُعد؛ حيث ينص في المادة الخامسة منه على ضرورة إخطار المستهلك وتزويده "كتابة" أو بدعامة ثابتة أخرى توضع تحت تصرفه "ويكون من السهل عليه معرفتها ... لتأكيد المعلومات التي سبق له الحصول عليها".

(١) حيث يعيش المستهلك في العالم كما يسميه البعض "عالم بلا حدود" ويتسم باللامادية Dematerialisation والدولية - L' internationalisation انظر حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - أسامة بدر - ٢٠٠٥ - ص ١٤ وما بعدها.

وأمام غموض التشريع الأوروبي في تحديد مفهوم الدعامة الثابتة أو فكرتها<sup>(١)</sup>؛ اجتهد الفقه في محاولة منه لتحديد هذا المفهوم من حيث صفات هذه الدعامة ودورها. وتبدو أهمية تأكيد المعلومات التي يتلقاها المستهلك عبر الإنترنت بدعامة ثابتة في أمرين:

**الأمر الأول:** ضرورة اللجوء إلى وسائل الاتصال الحديثة التي تتفق مع طرق التعاقد في الوقت الحالي.

**الأمر الثاني:** - ضرورة توفير ضمانات - وبخاصة في العالم الافتراضي - لصالح المستهلك، ولا سيما أن هذه المعلومات المنقولة بواسطة شبكة الإنترنت تعتبر عابرة ووقوتية.

وقد حاول التوجيه الأوروبي الخاص بالعقود عن بُعد الاستجابة لهذين الأمرين.

وعرف التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٣ يولييه ١٩٩٩ المتعلق بالخدمات المالية "الدعامة الثابتة" بأنها "كل أداة تسمح للمستهلك بالاحتفاظ بالمعلومات المنقولة إليه شخصياً وبصفة خاصة، التي تضم - على سبيل المثال - أسطوانات تخزين المعلومات والأسطوانات المدمجة CD Rom فضلاً عن الاسطوانات الصلبة Disque Dur لجهاز الحاسب الآلي، والرسائل الإلكترونية".

ولكن يشوب هذا التعريف نوع من الغموض بسبب عدم دقته وعدم وضوحه.

لذا ظهر تعريف آخر (بند ٢) من اقتراح التوجيه الأوروبي المتعلق بالوساطة في التأمين؛ يرى أن الدعامة الثابتة هي كل أداة تسمح للمستهلك

---

(١) Marie Demolin "la notion de support durable" dans les contrats a distance: une centrefacon de L' ecrit? in revue européenne de droit de la consommation 4/2000-p361-377.

بتخزين المعلومات الموجهة إليه شخصياً بحيث يمكنه الرجوع إليها لاحقاً، خلال فترة تلائم الغرض من هذه المعلومات المخزنة.."

كما نص القانون البلجيكي الجديد الصادر في ٢٥ مايو ١٩٩٩<sup>(١)</sup>، والذي يتعلق بالعقود عن بُعد - والذي بدأ سريانه في أول أكتوبر ١٩٩٩ - على أنه يقصد بالدعامة الثابتة الرسائل الإلكترونية التي يتم تخزينها على أسطوانة صلبة من الكمبيوتر الخاص بالمستهلك، واستلزم المشرع البلجيكي ضرورة تأكيدها ببريد إلكتروني.

نخلص من ذلك، أن الدعامة الثابتة هي كل أداة تسمح للمستهلك بتخزين Stocker معلومات معينة.

## ٢ - الخصائص أو الصفات التي تتميز بها الدعامة الثابتة:

يمكن القول إن الدعامة الثابتة يجب أن يتوافر فيها المواصفات الآتية: "الثبات Stabilité وإمكانية قراءتها أو سهولتها lisibilité وعدم إمكانية تحريفها inaltérabilité فضلاً عن وجودها تحت تصرف المستهلك، بحيث يسهل عليه استخدامها<sup>(٢)</sup>، وتتحقق هذه الصفات في الأوراق أو الرسائل الإلكترونية.

ويعني ذلك - في رأينا الشخصي - أن التوجيهات الأوروبية تتجه إلى فرض نوع من الشكلية Formalisme لتأكيد المعلومات التي يتم تزويد المستهلك بها؛ وهي شكلية تتمخض لصالح هذا الأخير؛ بحيث يتمكن من استخدام حقه في العدول عن التعاقد لاحقاً.

وكما يرى بعض الفقه<sup>(٣)</sup> يعتبر المحرر المدون على هذه الدعامة الثابتة

(١) Thibault Verbiest "la nouvelle loi belge sur le commerce électronique". com.net.

(٢) Marie Demolin "la notion de support durable " dans les contrats a distance une contrefaçon de L' écrit;op. cit p.13.

(٣) G hestin "traite de droit civil paris 1988- no 309.

ومع ذلك يلاحظ البعض أن البريد الإلكتروني الخالي من التوقيع non Signe لا يجوز اعتباره مبدأً ثبوت بالكتابة.

بمنزلة مبدأ ثبوت بالكتابة un commencement de preuve par écrit بحيث يستطيع المستهلك الاستناد إليه عند نشوب نزاع بينه وبين الطرف الآخر؛ ويعني مبدأ الثبوت بالكتابة في القواعد العامة (ماده ٤١ مدني كويتي) كل كتابه تصدر من الخصم، ويكون من شأنها أن تجعل التصرف المدعى به قريب الاحتمال. يتضح من ذلك أن هذه الدعامة الثابتة، لا تتوافر فيها شروط الدليل الكتابي الكامل، ومع ذلك فإن من أبرز شروط مبدأ الثبوت بالكتابة هو ضرورة أن يكون من شأن الكتابة أو ما ورد في الورقة أن تجعل من الأمر المدعى به قريب الاحتمال<sup>(١)</sup> أي أن تجعل احتمال صدقه أرجح في عقيدة القاضي من احتمال كذبه، حيث يستطيع القاضي أن يستكمل عقيدته من البيينة أو القرائن<sup>(٢)</sup> ويرى بعض الفقه<sup>(٣)</sup> أيضاً أن التوجيهات الأوروبية الخاصة بالتوقيع الإلكتروني تذهب إلى وجوب استيفاء الدليل الكتابي للشروط الآتية:

أن يكون مقروءاً، وأن يكون ثابتاً، وأن يكون غير قابل للتعديل أو التغيير، حتى يحتل الدليل الكتابي أعلى درجة في سلم أدلة الإثبات.<sup>(٣)</sup>

ويعني ذلك أن التوجيهات الأوروبية المتعلقة بحماية المستهلك تحرص على توافر هذه الشروط في الدعامة الثابتة حتى تقوم بدورها في الإثبات وفي تأكيد المعلومات.

(١) انظر: محمد شكري سرور - شرح قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية الكويتي - دراسة مقارنة - ١٩٩٤ - ص ١٦٢ وما بعدها.

(٢) Mougenot "Droit de la Concurrence de la preuve et technologies nouvelles - in droit de la prévuc C.U.P vol 1997- P 88.

(٣) انظر: د/ حسن عبدالباسط جميعي - إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت - ٢٠٠٠ - دار النهضة العربية - ص ٨٧-٨٨.

## المبحث الرابع أوجه حماية المستهلك في مرحلة التعاقد (رخصة الرجوع)

### المطلب الأول مفهوم الحق في الرجوع في التعاقد

لا تقتصر حماية المستهلك عبر الإنترنت على المرحلة السابقة على التعاقد - كما رأينا - وإنما تمتد هذه الحماية إلى ما بعد إبرام العقد؛ حيث يكون للمستهلك في هذه المرحلة، حق أو رخصة الرجوع في التعاقد.

ويمكننا أن نطرح التساؤل الآتي:

هل يختلف الحق في الرجوع في التعاقد Droit de rétractation عن العدول عن العقد Droit de renonciation؟

إن الحق في الرجوع في التعاقد قد "يتماس" مفهومه مع مفهوم حق العدول عن التعاقد. لذا اختلف الفقهاء في ذلك، فيرى بعض الفقه الفرنسي<sup>(١)</sup> أن حق الرجوع في التعاقد يبدو في مرحلة تنفيذ العقد، أما رخصة العدول فتبدو في المرحلة السابقة على التعاقد، ويؤيد ذلك بعض الفقه المصري<sup>(٢)</sup> حيث يرى أن لكل منهما طبيعته المستقلة ونطاقه الذي يعمل فيه آثاره؛ ويعكس الحق في

(١) J.M. Bruguière "Commerce électronique et protection du consommateur" fascicule 860 - P 23. "le droit de rétractation pourrait tout aussi bien être présenté sous une rubrique relative a l'exécution du contrat".

(٢) انظر في ذلك تفصيلاً - الحماية العقدية للمستهلك - دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون - د/عمر محمد عبد الباقي - ٢٠٠٤ - ص ٧٦٦ وما بعدها - منشأة المعارف. وأيضاً - د/ السنهوري - الوسيط في شرح القانون المدني - مصادر الالتزام - العقد - ١٩٨١ - ص ٢٢٧، ٢٢٨ وأيضاً - التقنين المدني في ضوء القضاء والفقه - محمد كمال عبد العزيز - ٢٠٠٣ - ص ٥٩٢.

الرجوع، قدرة المتعاقد بعد إبرام العقد على المفاضلة أو الاختيار بين إمضاء العقد أو الرجوع فيه.

ويؤيد ذلك أيضاً البعض الآخر<sup>(١)</sup> من الفقه بصدد حماية المستهلك في عقود الائتمان، فيرى أن حماية المستهلك في هذه العقود لا تتوقف عند منحه مهلة للتفكير في أمر الائتمان قبل إبرام العقد، وإنما تمتد هذه الحماية إلى ما بعد إبرام العقد، حيث تسمح للطرف المراد حمايته بالرجوع في التعاقد الذي سبق أن أبرمه بالفعل.

وقد انتشر هذا النوع من الرجوع في التعاقد في الآونة الأخيرة، وبخاصة في البيوع الاستهلاكية أو عقود الائتمان الاستهلاكي، التي تتم خارج مجال البيع أو أماكنه، ويرى هذا الفقه، أن الرجوع في التعاقد هو سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه دون توقف على إرادة المتعاقد الآخر. ونظراً لما يتضمنه الرجوع في التعاقد من اعتداء على مبدأ القوة الملزمة للعقد، فهو يتقرر استثناءً في حالات محددة، من ذلك ما نص عليه المشرع الفرنسي في التشريع الصادر في ٢٢ ديسمبر ١٩٧٢ في شأن البيع في غير أماكن التاجر أو البائع، الذي يتم لدى المشتري في موطنه أو منزله la Vente à Domicile (المادة ٣).

حيث أجاز للمشتري (أو المستهلك) الرجوع في البيع خلال سبعة أيام من تاريخ إبرامه. ويتوقف ممارسة هذا الحق أو الرخصة على محض إرادة المستهلك الائتماني ودون توقف على إرادة البائع أو المهني (أو مقدم الائتمان).

(١) د/ إبراهيم أبو الليل - نحو إطار قانوني لحماية المستهلك تجاه العقود الائتمانية - بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - ص ٣٧٧ - وما بعدها، وبخاصة ص ٤٠١ و ٤٠٢. وانظر للمؤلف نفسه - "حماية رضا المستهلك تجاه تسرعه في التعاقد" دراسة لخيار المستهلك في الرجوع في تعاقدته - بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والقانون في الفترة من ١٤ - ١٥ مارس ١٩٩٩ - كلية الحقوق - جامعة حلوان - ص ٩ وما بعدها.

ويبدو - في رأينا الشخصي - انتفاء الأهمية العملية لهذه التفرقة بين العدول عن التعاقد والرجوع فيه، وهو ما جعل المشرع الفرنسي في تقنين الاستهلاك يذهب إلى منح الحماية للمستهلك في الحالتين<sup>(١)</sup>.

وتُعد قواعد حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية - بوجه عام - من النظام العام D'ordre Public وذلك بمقتضى المادة ٢٠/١٢١ من تقنين الاستهلاك الفرنسي؛ أي إنها قواعد أمرّة، فلا يجوز للمهني أن يتفق مع المستهلك على ما يخالفها وإلا وقع هذا الاتفاق باطلاً ولا يُعمل به<sup>(٢)</sup>.

## المطلب الثاني رخصة الرجوع في التعاقد في ضوء التوجيهات الأوروبية

قرر المشرع الفرنسي سنة ١٩٩٣ في المادة (١٢١) من تقنين الاستهلاك والمادة (٦) من التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧

(١) يرى بعض الفقه المصري أنه ليس يهم كثيراً في حقيقة الأمر تحديد اللفظ الذي يكون من المناسب استخدامه للتعبير عن هذه الوسيلة، إذا ما كان هو رخصة "الرجوع" أو "العدول" أو "التنازل" أو "إعادة النظر" أو "الإلغاء" أو "النقض" أو "السحب" أو حتى حق الندم، وإنما المهم هو الوسيلة ذاتها، وكيف أن من شأنها إعادة التوازن مرة أخرى إلى ما اختل بسبب التسرع من المستهلك. انظر - محمد شكري سرور - التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك - بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية - دبي - دولة الإمارات العربية المتحدة في الفترة من ٢٦ - ٢٨ أبريل ٢٠٠٣، ص ١٠١ وما بعدها.

(٢) T. Verbiest "la protection juridique du cyberconsommateur - litec 2002. (٢)  
J.M. Bruguière "Commerce électronique et protection du consommateur" jurissclass. Fasc 860 Dec 2002 - No 64.

المتعلق بحماية المستهلكين، حق المستهلك سواء في العدول عن القبول في المرحلة السابقة على التعاقد أو في الرجوع في التعاقد في مرحلة التعاقد وأثناء تنفيذ العقد، ولعل هذا الحق هو أكثر وسائل حماية المستهلك ملاءمة لخصوصيات العقد الإلكتروني<sup>(١)</sup>، حيث يتم هذا العقد بين غائبين ولا يكون لدى المستهلك إمكانية فعلية لمعاينة السلعة أو المنتج والإمام بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد<sup>(٢)</sup>. فضلاً عن إجراءات الدعاية والإعلان بالمواقع الإلكترونية والتسهيلات التي تمنحها السوق الإلكترونية للمستهلك؛ مما يؤدي إلى اندفاعه وتسارعه إلى التعاقد وإدخال بيانات بطاقة الائتمان الخاصة به، مما يجعل رضاه معيباً. ويكون الإيجاب - كما رأينا - في العقد الإلكتروني موجهاً من مهني (غالباً شركات كبرى تمتلك خبرة تجارية) إلى المستهلكين، وتذهب معظم التشريعات إلى جعل قبول المستهلك غير نهائي، بحيث يكون له خيار الرجوع في قبوله، والعدول عن إتمام العقد ولكن بشروط وقيود محددة. ويرى بعض الفقه<sup>(٣)</sup> أن الرجوع عن العقد بعد إبرامه يؤدي إلى إضعاف القوة الملزمة للعقد، ومن ثم إذا تم التعاقد الإلكتروني فلا يجوز الرجوع فيه أو تعديله؛ لأن العقد شريعة المتعاقدين.

- (١) انظر: محمد شكري سرور - التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك - منشور بالمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية للعمليات الإلكترونية - دبي في ٢٦-٢٨ أبريل ٢٠٠٣، ص ١٠١، وانظر أيضاً *vente a distance* على الموقع.
- (٢) انظر: خصوصية التعاقد عبر الإنترنت - أسامة مجاهد - ٢٠٠٠، ص ٤٠-٤١.
- (٣) انظر: جمال فاخر النكاس - إبرام العقود الإلكترونية في ضوء أحكام القانون الكويتي والمقارن - ورقة عمل مقدمة إلى ندوة عن الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني في الفترة من ٣-٥ نوفمبر ٢٠٠١ تحت رعاية وزارة العدل - الكويت ص ١٧. وللمؤلف نفسه انظر - بحث عن حماية المستهلك في إطار العمليات الائتمانية - ص ٤١٩ وما بعدها.

وعلى الرغم من ذلك يضيف بعض الفقه<sup>(١)</sup> أن أغلب العقود النموذجية تتضمن ضرورة الاتفاق على إمكانية التعديل ولكن في حدود معينة ولفترة زمنية معينة وبشرط قبول الطرف الآخر لهذا الرجوع أو ذلك التعديل، وهذا الحق مقرر للمستهلك، دون الطرف الآخر في العقد (البائع أو مقدم الخدمة)؛ وهو ما ينتقده بعض الفقه<sup>(٢)</sup> ويرى أنه يعد إخلالاً وانتهاكاً واضحاً لمفهوم التوازن والمساواة العقدية؛ لأنه يلحق الضرر بالبائع ومركزه المالي من جهة ومخزون البضائع لديه من جهة أخرى، ويرى هذا الفقه أنه لا بد من مراعاة مصلحة التاجر (البائع) إلى جانب مصلحة المستهلك، وهو من أبرم العقد برضاه؛ وذلك لحفظ التوازن في الحقوق بين طرفي العقد.

ويؤيد بعض الفقه<sup>(٣)</sup> الأجنبي هذا الاتجاه حيث يرى عدم وجوب إلحاق الضرر بمصالح طرف أساسي في العلاقة وهو مقدم الخدمة أو متعهد توريد السلع؛ لأن هذا الأخير يلعب دوراً حيوياً في تطوير التجارة الإلكترونية.

ويمكننا الرد على ذلك، بأن معظم عقود البيع عن بُعد إنما هي عقود إذعان بالنسبة للمستهلك عبر الإنترنت ولا تتيح له مناقشة شروطها، فضلاً عن أن البائع أو التاجر غالباً ما يكون شركات كبرى، لها ثقل مالي وقدرة على الدعاية الهائلة، عكس الحال بالنسبة للمستهلك، ويعد هذا الحق الذي يتمتع به المستهلك

(١) د/ جمال النكاس - إبرام العقود الإلكترونية - سابق الإشارة إليه - ٢٠٠٣ - ص ٩٥.

(٢) د/ محمد أبو الهيجاء - عقود التجارة الإلكترونية - ٢٠٠٥، ص ٥١.

(٣) S. Dusollier et Jacquemynes "le défi du droit face au Commerce électronique: les initiatives de L' union européenne - in Revue Systèmes d' information et management, No I- vol 5 - 2000 P30.

وانظر أيضاً: د/ جمال النكاس - حماية المستهلك في إطار العمليات الائتمانية - بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - جامعة الكويت - كلية الحقوق - مارس ٢٠٠٦ - ص ٤١٩.

مقيداً من حيث الزمان ويرد عليه تحفظات<sup>(١)</sup>. وما نرجحه هو ما ذهب إليه بعض الفقه<sup>(٢)</sup> من أن العقد الإلكتروني غير لازم للمستهلك؛ بحيث يكون لهذا

(١) انظر - حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت - د/ عبد الفتاح حجازي - ط (١) - ٢٠٠٦ - ص ٥٠.

(٢) نظم الفقه الإسلامي خيار الرجوع في التعاقد، ويذهب الأحناف إلى أن الأصل في العقود للزوم، وأن العقد يقيد أطرافه، إلا أنه من مصلحة عاقديه الاستيثاق من حقيقة رضاهم أن يتفقوا على أن تكون هذه العقود غير لازمة أحياناً سواء من كلا الطرفين أو من أحدهما فقط، فقد يكون العقد غير لازم لأحد الطرفين أو لكليهما بحكم شرعي خاص، كما هو الحال في بيع غير المرئي ويتم البيع عبر الإنترنت - كما هو معلوم - دون الوجود المادي للطرفين في مجلس العقد، ولا يتاح للمستهلك رؤية السلعة أو الشيء عند إجراء التعاقد، لذا يعتبر صورة من صور البيوع غير المرئية. وبناء عليه يثبت للمشتري وهو المستهلك خيار الرؤية شرعاً دون حاجة إلى اشتراط ذلك صراحة، وكما في بيع الشيء المعيب، حيث يكون للمشتري حق أو خيار العيب المقرر شرعاً. وتعترف بعض التشريعات الوضعية الحديثة بهذه الرخصة أو خيار الرجوع أو ما يسمى بالرجوع الاتفاقي؛ أي الذي يتقرر بالاتفاق أو بشرط في العقد، وليس رجوعاً تشريعياً، وكما هو معروف لدى فقهاء الشريعة الإسلامية أن فكرة مجلس العقد تهدف إلى منح المتعاقدين مهلة كافية للتدبر والتروي وهي فترة انعقاد العقد، وتبدأ من وقت صدور الإيجاب وتستمر حتى انقضاء المجلس، فيكون كل من الإيجاب والقبول غير ملزمين، ما لم يتم التلاقي بينهما - كما هو الحال في التعاملات عبر الإنترنت - فيثبت للموجب خيار العدول عن إيجابه. كما يثبت لمن وُجه إليه الإيجاب خيار القبول أو الرفض ما لم ينفذ المجلس، وهناك خيارات أخرى تعرفها الشريعة الإسلامية وتهدف إلى تحقيق الغرض نفسه، وهو منح مهلة للتروي والتدبر في أمر التعاقد مثل خيار الرؤية وخيار العيب. نخلص من ذلك إلى أن خيار الرؤية يثبت للمشتري أو المستهلك في حالة كان العقد شيئاً غير مرئي وقت التعاقد (بطريقة ملموسة)، لذا فهو يثبت لهذا الأخير في عقد البيع وذلك استناداً إلى ما روي عن النبي - صلى الله عليه وسلم - أنه قال: " من اشترى شيئاً لم يره فهو بالخيار إذا رآه " وثبوت خيار الرؤية معلق على رؤية الشيء المبيع، لذا فهو لا يثبت قبل الرؤية. وتعرف بعض التشريعات الوضعية الحديثة ما يسمى بحق الندم Droit de Repentir وهذا الحق يهدف إلى تحقيق نفس الغرض السابق ذكره، وهو منح مهلة للمشتري أو المستهلك أو طالبي الخدمات للتروي والتفكير في أمر التعاقد وبخاصة بالنسبة للتعاملات مرتفعة القيمة، وهو حق مقرر =

الأخير حق الرجوع في التعاقد أو خيار العدول عن القبول، خلال المهلة المحددة لذلك، والهدف من ذلك هو توفير حماية للمستهلك الذي يتسرع في التعاقد متأثراً بوسائل الدعاية والإعلانات الحديثة، وتحت ضغط إغراءات وتسهيلات يقدمها البائعون بصفة خاصة في مجال بيع السلع الاستهلاكية (الاندفاع الاستهلاكي)، فقد تقرر هذا الحق حماية للمستهلكين الذين لا يجديهم نفعاً للجوء إلى وسائل الحماية التقليدية<sup>(١)</sup> لكل هذه الظروف قرر المشرع الفرنسي والتوجيهات الأوروبية حق المستهلك في العدول عن الصفقة أو الخدمة التي قبلها؛ ودون إبداء مسوغات أو أسباب خلال مدة لا تقل عن سبعة أيام.

ودون إلزامه دفع غرامات مالية، إنما يتحمل فقط تكلفة رد السلعة أو إرجاعها إلى المهني<sup>(٢)</sup>.

= لمصلحة هؤلاء المستهلكين أو طالبي الخدمات، وهذا الحق يُعد تكريساً لمبدأ الرضا أو الرد satisfait ou rembourse وهو مبدأ أقرته نقابة مؤسسات البيع بالمراسلة وبيوع المسافات. انظر: أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة - دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقہ الإسلامي - رسالة دكتوراه - ممدوح محمد علي مبروك - ١٩٩٨ - ص ٥٩٠. وانظر أيضاً: الحماية العقدية للمستهلك - دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون - د/ عمر محمد عبد الباقي - ص ٢٠٠٤ - ٨٣٩.

(١) انظر: حماية رضا المستهلك تجاه تسرعه في التعاقد - دراسة لخيار المستهلك في الرجوع في تعاقد - د/ إبراهيم ابوالليل - بحث مقدم إلى مؤتمر الإعلام والقانون - مارس ١٩٩٩.

(٢) J. Passa "Commerce électronique et protection du Consommateur, in le Dalloz - Cahier droit des affaires - 2002 P 559.

كما اعترف القانون الإنجليزي الصادر سنة ٢٠٠٠ الخاص بحماية المستهلك Consumer protection regulations 2000 بأنه يحق للمستهلك إلغاء العقد أو إبطاله، وبخاصة في العقود التي تتم بين غائبين not made face to face؛ أي تتم عبر شبكة الإنترنت؛ ومع ذلك نجد بعض التشريعات الأوروبية لا تفرد نصوصاً خاصة بحق الرجوع أو رخصته، كما هو الحال في سويسرا حيث يترك المشرع هذا الحق للقواعد العامة في الالتزامات.

وتبدأ مدة سبعة الأيام (مادة ١٢١ / ٢٠) من تقنين الاستهلاك الفرنسي، من وقت تسلم المستهلك للسلعة التي اشتراها أو من وقت تسلم العرض L'acceptation de L' offre بالنسبة للخدمات. ويذهب المرسوم الفرنسي رقم ٦٤٨/٢٠٠٥ الصادر في ٦ يونيو ٢٠٠٥ والمتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بُعد للمستهلكين، إلى الاعتراف للمستهلك عبر الإنترنت بالحق في الرجوع في التعاقد Droit de rétractation خلال مدة ١٤ يوماً، ولا يُلزم المستهلك بتسبب هذا الرجوع أو تبريره. ولا يتحمل أية جزاءات أو غرامات مالية. كما أوجب هذا المرسوم على متعهد تقديم الخدمات المالية أن يرد للمستهلك كل المبالغ المالية التي يكون قد قبضها منه، وذلك في أقرب وقت ممكن، وبحد أقصى خلال ثلاثين يوماً، ويستقطع من ذلك المبالغ المتعلقة بالخدمات التي تم تقديمها للمستهلك<sup>(١)</sup>.

كما نص مشروع قانون المعاملات الإلكترونية المصري عام ٢٠٠١ في الفصل السابع الخاص بحماية المستهلك على جواز فسخ العقد المبرم إلكترونياً من جانب المستهلك خلال خمسة عشر يوماً التالية لتاريخ التعاقد أو تسلمه السلعة.<sup>(٢)</sup>

وقد ذهبت محكمة النقض الفرنسية في حكم لها في ٢٣ يونيو ١٩٩٣<sup>(٣)</sup>،

(١) انظر: Gérard Notte "Vente à distance de services financiers aux consommateurs" in la semaine juridique. 23 Juin 2005 - No 25 - P 179.

(٢) تناقش الجمعيات والمؤسسات الأهلية في مصر حالياً كيفية حماية المستهلك بطريقة عملية وتذهب إلى منع أية ممارسات تحرم المستهلك من حقوقه أو تعوق النشاط الاقتصادي حيث منح القانون الحق للمستهلك في استبدال أو إعادة أو استرداد قيمة السلعة المباعة إذا شابها أي عيب في الصناعة أو التخزين... وهي تعد خطوة متقدمة في سبيل حماية المستهلك وبخاصة أنها ستحمي في الوقت نفسه المستهلك في التجارة الإلكترونية.

مقالة منشورة بجريدة أخبار اليوم المصرية- السبت ٢١/١٢/٢٠٠٥ - ص ٤.

(٣) Cass. 1 re civ.- 23 Juin 1993- Bull-civ J, no 232; RTD Com 1994-P 338 Obs. Mr B. Bouloc.

إلى إلزام المشتري سداد مصروفات إرجاع السلعة أو ردها للبائع ودون أن يتحمل أية نفقات إضافية، وذلك بمناسبة عقد بيع عن بعد، وحددت المحكمة هذه المصروفات بأنها نفقات "تجربة وإعادة تأكيد توثيق المنتج test et rectifications de produit technique en retour" ومع ذلك أبدى التوجيه الأوروبي الصادر سنة ١٩٩٧ والمتعلق بالعقود عن بُعد تحفظاً بالنسبة لهذا الحق في الرجوع المقرر لمصلحة المستهلك".

هذا التحفظ مقتضاه ألا يؤدي استعمال هذا الحق أو هذه الرخصة إلى السماح للمستهلك بالاستفادة من الخدمة المقدمة إليه دون سداد الثمن و إلا كان ذلك إثراء بلا سبب على حساب المهني، مثال ذلك، حالة تحميل البرمجيات أو الأعمال الأدبية والفنية التي يتم إعادتها للبائع بعد قيام المستهلك بنسخها reproduction.

إذاً: هناك بعض المواد لا يجوز إعادتها للبائع أو المهني، وهي الأسطوانات المدمجة CD أو DVD والبرمجيات logiciels أو الوسائل المسموعة والمرئية<sup>(١)</sup>.

ويرجع السبب في امتناع ممارسة الحق في الرجوع في هذه الأحوال إلى المحافظة على حقوق الملكية الفكرية الثابتة على التسجيلات والبرامج باعتبار أنها من الأعمال أو المصنفات التي يمكن نسخها بعد فتحها مما يؤدي إلى الاعتداء على حقوق المؤلف.

وتبدو الأحكام القضائية سواء الوطنية أو الأجنبية شبه نادرة في هذا الخصوص.

---

(١) أخذ بذلك أيضاً المشرع الإيطالي بالمرسوم بقانون رقم ٩٩/١٨٥ والخاص بالعقود عن بعد، وهو أدخل التوجيه الأوروبي رقم CE/٧/٩٧ إلى النظام القانوني الإيطالي انظر:

Giovanni Maria Riccio "la nouvelle loi italienne sur le commerce électronique  
Http/www.Juriscom.net

من هذه الأحكام ما قضت به محكمة باريس الكلية TGI في حكم لها في ٤ نوفمبر ٢٠٠٣<sup>(١)</sup> بان عدم جواز إعادة هذه المواد للمهني يعتبر بمنزلة شرط تعسفي يجب إلغاؤه. وتضيف بعض التشريعات مثل قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي (الفصل ٢٢) استثناءات أخرى على حق المستهلك في العدول عن الشراء وهي:

- ١ - عندما يطلب المستهلك توفير الخدمة قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء ويوفر البائع ذلك.
- ٢ - إذا تم تزويد المستهلك بمنتجات بحسب خصائص شخصية أو تزويده بمنتجات لا يمكن إعادة إرسالها.

### المطلب الثالث

#### كيفية ممارسة الحق في الرجوع واسترداد الثمن

أعطى المشرع الفرنسي للمستهلك، الحق في إعادة المنتج للاستبدال به آخر أو رده واسترداد الثمن خلال سبعة أيام تبدأ من تاريخ تسلم المبيع، وفقاً للمادة ١٦/١٢١ من تقنين الاستهلاك.

بناء على ذلك، يكون للمستهلك الحق في رد الشيء المبيع واسترداد الثمن أو طلب تغييره بآخر، وهذان هما وجهها ممارسة هذا الحق. ويتحدد ذلك في ضوء مصلحة المستهلك، فقد يرى مصلحته في استبدال المبيع دون رده، كما لو تكلف الكثير من الجهد والنفقات في سبيل إبرام العقد، خاصة أنه إذا اختار الرد فسوف يلتزم مصاريف إعادة تصدير المنتج إلى البائع، ويمارس المستهلك هذا الحق بإرادته المنفردة، ودون الرجوع إلى القضاء، وبغض النظر عن موقف

---

(١) كما ذهبت المحاكم الفرنسية إلى استبعاد رخصة الرجوع في حالة عقود تقديم الخدمات، ومنها خدمة النقل، فقد رفضت إعطاء المستهلك الذي قام بإبرام عقد استئجار سيارات من شركة Easy group عبر الإنترنت، الحق في الرجوع في تعاقده مع هذه الأخيرة - انظر:-- Http / Tabaka un petit blog sur la E. Comm. blog spot.com Com /2005 o 301. Tabaka - archive - Html.

الطرف الآخر ودون حاجة إلى تقديم أسباب أو مسوغات تبرر ذلك، ويجب على البائع رد هذا الثمن للمستهلك في فترة أقصاها ٣٠ يوماً وفقاً للمادة ٦/٢ من التوجيه الأوروبي المتعلق بالعقود عن بعد<sup>(١)</sup>. ويؤخذ على هذا التوجيه الأوروبي - في رأينا الشخصي - أنه لم يحدد الجزاء الذي يمكن توقيعه على البائع أو المهني في حالة عدم قيامه برد الثمن للمستهلك عند انتهاء الرابطة العقدية بينهما، أو تأخره في الرد، لذ وجب النص على الحلول البديلة التي تحمي المستهلك في التجارة عبر الإنترنت في هذا الفرض، وهذا الفراغ تعانيه أيضاً بعض التشريعات الأوروبية<sup>(٢)</sup>.

ويطرح السؤال الآتي نفسه، هل يقع على عاتق المستهلك التزاماً باتباع إجراء معين عند ممارسة حقه في الرجوع في التعاقد؟ إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد، فإنه يلزم بإخطار المهني (البائع أو مقدم الخدمة) وأن يرد إلى هذا الأخير المنتج أو البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد. ولم يشترط تقنين الاستهلاك الفرنسي اتباع شكل خاص لهذا الإخطار la notification، فيجوز أن يتم بفاكس أو بالبريد الإلكتروني أو بغيره من الوسائل.

أما بالنسبة لكيفية ممارسة الحق في الرجوع في التجارة التقليدية فقد أجاز قانون حماية المستهلك المصري الجديد رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ (الصادر في ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦)، بنص المادة (٨) للمستهلك خلال أربعة عشر يوماً من تسلم أية سلعة الحق في استبدالها أو إعادتها مع استرداد قيمتها، وذلك إذا شاب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد

---

(١) انظر: J. Passa: Commerce électronique et protections du consommateur - in le Dalloz - 2002 - P 559.

ألزم قانون حماية المستهلك المصري الجديد رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ (مادة ٧) المورد في حالة وجود عيب في المنتج أو السلعة يضر بصحة المستهلك أو سلامته - بناء على طلب المستهلك - إبدال المنتج أو إصلاح العيب أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية. وقد ترك نص هذه المادة السابعة إجراءات تطبيق هذه المادة وتفصيلاتها إلى اللائحة التنفيذية.

(٢) انظر تفصيلاً:

A Salaun "les paiements électronique et la vente a distance: vers une sécurisation des paiements électronique. Op. cit. 1998.

عليه من أجله، ويلتزم المورد في هذه الأحوال - بناء على طلب المستهلك -  
إبدال السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية<sup>(١)</sup>.  
ونرى أنه يجب تقرير الحق في الرجوع في التعاقد عبر الإنترنت، حيث لا  
يتسنى للمستهلك - لأي سبب من الأسباب - معاينة المنتج أو السلعة من  
خلال الرؤية المباشرة.

(١) في حالة نشوب خلاف بين المورد والمستهلك حول وجود العيب بالسلعة أو مطابقتها  
للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليه من أجله فقد أوجبت الفقرة (٣) من  
المادة (٨) إحالة الأمر إلى جهاز حماية المستهلك ليصدر قراراً ملزماً في شأنه: وقد  
أوضح هذا القانون المقصود بالعيب في مادته الأولى بأنه كل نقص في قيمة أي من  
المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة يؤدي إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً  
من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في  
مناولة السلعة أو تخزينها: وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب في وقوعه.

## الفصل الثالث

### ضمانات حماية المستهلك عبر الإنترنت عند تنفيذ العقد

أولت التوجيهات الأوروبية أهمية لمواعيد تنفيذ العقود التي يتم إبرامها عن بعد، وذلك لتوفير ضمانات للمستهلكين وتشجيعهم على التعامل وإبرام الصفقات عبر الإنترنت وإذكاء الثقة فيها، كما تعرضت لآليات الوفاء (الدفع) الإلكتروني.

وتثير مسألة الدفع الإلكتروني مشكلة على قدر من الأهمية وهي الثقة أو تأمين *sécurisation* هذا الوفاء أو الدفع عبر الإنترنت، فهي متطلب مسبق لتطور التجارة الإلكترونية، ويرجع ذلك إلى الغياب المادي للأطراف (المشتري والبائع) وأيضاً إلى عدم توافر سرية المعلومات والبيانات *Confidentialité des informations* المرتبطة بالوفاء أو الدفع.

### المبحث الأول

#### من حيث مدة التنفيذ

تبدو أهمية حماية المستهلك - بوجه عام - في المرحلة اللاحقة على التعاقد؛ أي مرحلة تنفيذ العقد، بسبب عدم كفاية إجراءات وطرق الحماية السابقة على التعاقد سواء في التجارة التقليدية أو في التجارة عبر الإنترنت<sup>(١)</sup>.

ويلتزم المهني أو المورد - وفقاً للمادة السابعة من التوجيه الأوروبي المتعلق بالعقود عن بعد - بتنفيذ العقد في خلال ٣٠ يوماً (ثلاثين يوماً) بدءاً

(١) انظر - حماية رضا المستهلك تجاه تسرعه في التعاقد - د/ إبراهيم أبو الليل - دراسة لخيار المستهلك في الرجوع في تعاقد. بحث مقدم إلى مؤتمر الإعلام والقانون في ١٤-١٥ مارس ١٩٩٩ جامعة حلوان - كلية الحقوق - ص ٢٨.

من يوم وصول الطلب من المستهلك، ولكنها قاعدة مكملة، حيث يستطيع الأطراف الاتفاق في العقد على مدة أخرى للتنفيذ.

وفي حالة عدم تنفيذ العقد لأي سبب كان - ما لم يكن بسبب قوة القاهرة - مثل عدم وجود بضائع حاضرة أو عدم توافر الخدمة المطلوبة، فإنه يجب على المهني إخطار المستهلك بذلك.

### ويمكن تصور الفرضين الآتيين:

**الفرض الأول:** أن يقوم المهني برد المبالغ التي حصل عليها للمستهلك خلال ٣٠ يوماً قبل استلام البضاعة أو القيام بالخدمة المطلوبة.

**الفرض الثاني:** إذا نص العقد على إمكانية تسليم بضائع أو سلع بديلة.

ومن الملاحظ أن التوجيه الأوروبي قد ترك قدراً من السلطة التقديرية للدول الأعضاء في أن تسمح للمهني والمستهلك باقتراح بدائل، أي بضائع أو سلع تتمتع بنفس المزايا ويكون لها تقريباً نفس الثمن.

ويرى بعض الفقه الفرنسي<sup>(١)</sup>، إمكانية حصول المستهلك في حالة عدم وجود بضائع حاضرة أو خدمة متوافرة لدى المهني indisponibilité du produit ou de service على تعويض عن الأضرار التي تحدث له<sup>(٢)</sup> ما لم يرجع السبب إلى قوة القاهرة أو حادث فجائي.

ولم يبين نص المادة السابعة من التوجيه الأوروبي جزاء عدم التزام المهني بتنفيذ العقد خلال المدة المذكورة.

(١) Jérôme Passa "Commerce électronique et protection du consommateur" in Recueil le Dalloz - Cahier droit des affaires -2002 -P 555.

(٢) Cass. 1 re civ, 16 juillet, 1978 Dalloz -1988 Jurisprudence- P49 note J. Calais Auloy.

## المبحث الثاني آليات الوفاء بالثمن عبر الإنترنت (الدفع الإلكتروني)

يمر الاقتصاد العالمي في الوقت الراهن بمرحلة انتقالية بين التعامل الورقي والتعامل الإلكتروني<sup>(١)</sup>. وتتميز البيئة التجارية بالسرعة في التعامل، لذا تستلزم استخدام وسائل دفع حديثة تتفق مع التطورات التكنولوجية الحديثة، وهذه الوسائل تعد متممة للعقود الإلكترونية المبرمة عن بعد وتتلاءم معها.

ويقصد بالوفاء أو الدفع الإلكتروني - بالمعنى الواسع - كل عملية دفع لمبلغ من النقود تتم بأسلوب غير مادي لا يعتمد على دعائم ورقية، بل بالرجوع إلى آليات إلكترونية.

إذاً، يستلزم الدفع عبر الإنترنت جريانه بطريقة غير مادية ودون دعائم supports ورقية، عكس الحال في التجارة التقليدية، وبوجه عام يتم الدفع بإحدى طريقتين:-

- الطريقة الأولى: الدفع التقليدي؛ أي الذي يتم بموجب الأساليب التقليدية مثل النقود المعدنية والنقود الورقية، والأوراق التجارية مثل الشيك العادي والكمبيالة والتحويل المصرفي.<sup>(٢)</sup>

- الطريقة الثانية: الدفع الإلكتروني؛ وهو يتم بموجب وسائل إلكترونية، وقد أفرزته التجارة الإلكترونية، وهو لا يتم ولا يوثق إلا عن طريق التوقيع الإلكتروني.

وسنحاول أن نتناول الدفع الإلكتروني - بشيء من التفصيل - بوصفه وسيلة مبتكرة، يفضلها المستهلكون في دفع قيمة السلع أو البضائع أو الخدمات التي يطلبونها، وتتم من خلال شبكة الإنترنت.

(١) انظر: الوفاء بالأوراق التجارية المعالجة إلكترونياً - د/ هاني دويدار - ٢٠٠٣ - ص ٣١.  
(٢) انظر: مدى حجية التوقيع الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية - رسالة دكتوراه - محمد أحمد جستنية - ٢٠٠٥ - ص ١١٧ - وأيضاً الإثبات الإلكتروني - وسيم شفيق الحجار - ٢٠٠٢ - ص ٥٤.

ومن صور الدفع الإلكتروني - النقود الإلكترونية أو الدفع من خلال وسيط  
والدفع بمحفظة النقود الإلكترونية<sup>(١)</sup>؛ ولكننا سنتناول بعض هذه الصور  
بشيء من الإيجاز الذي يتناسب مع موضوع البحث.

## المطلب الأول أساليب الوفاء أو الدفع الإلكتروني

### الفرع الأول الأساليب التقليدية

يتم سداد قيمة البضائع أو المشتريات عن طريق بطاقات إلكترونية متعددة  
الأشكال والوظائف، تصدر عن بنوك أو مؤسسات مالية، ومن أهمها بطاقات  
الائتمان<sup>(٢)</sup>، والبطاقات الممغنطة بالرقم السري، فقد أصبحت معظم بطاقات  
الائتمان العالمية المعروفة حالياً مثل visa أو ماستركارد أو أميريكان اكسبريس  
وسائل دفع إلكترونية فعلية عن بعد<sup>(٣)</sup>، حيث يمنح حاملها رمزاً أو رقماً سرياً  
يستخدمه في التوقيع الإلكتروني على عمليات الدفع.

- (١) تعرض مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري للوفاء الإلكتروني دون تفصيل  
حيث عرف الوفاء الإلكتروني بأنه التزام نقدي بوسيلة إلكترونية مثل الشيكات  
الإلكترونية والكمبيالات الإلكترونية وبطاقات الدفع الممغنطة وهو تعريف منتقد.
- (٢) انظر: لمزيد من التفصيل: الأوراق التجارية وأساليب الوفاء الحديثة. د/ سميحة  
القليوبي - ٢٠٠٥ - وانظر أيضاً د/ محمد بهجت قايد "الأوراق التجارية  
الإلكترونية" - دار النهضة العربية - ٢٠٠١.
- (٣) انظر: التنظيم القانوني لشبكة الإنترنت - طوني مشال عيسى - طبعة أولى - ٢٠٠١ -  
ص ٢٩٨ وما بعدها - وانظر أيضاً - مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية - الكتاب  
الأول - عبد الفتاح حجازي - ٢٠٠٣ - ص ٢٤٢ - وانظر أيضاً الجديد في أعمال  
المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول - حول الدفع الإلكتروني  
بالبطاقة الائتمانية في شبكة الإنترنت - طوني عيسى - ٢٠٠١ - ص ٢٣٩.

والدفع بواسطة هذه البطاقات يمكن اتباعه عبر شبكة الإنترنت، ولكنه يؤدي أحيانا إلى مخاطر، منها القرصنة المعلوماتية المحتملة للأرقام السرية التي تتم عبر هذه الشبكة العالمية<sup>(١)</sup>.

ومن أجل مواجهة هذه السلبية، ولحماية مستخدمي شبكة الإنترنت لجأ الفكر الحالي إلى تشفير هذه الأرقام السرية أو ترميزها وقت عملية نقلها داخل الشبكة، فيتم تحويلها إلى بيانات غير مفهومة عبر استخدام إحدى الآليات والوسائل شائعة الاستخدام في مجال التشفير؛ وذلك لضمان أمن المدفوعات الإلكترونية.

ويوجد حالياً مشاريع قيد البحث للتأكد من مدى أمنها بوصفها وسائل للدفع عن بعد وبخاصة عبر شبكة الإنترنت؛ وحتى الآن لم يتضح مدى توفيرها للأمان الكافي وسائل للدفع.

ومن بين هذه المشاريع نظام الدفع بالبطاقات ذات الشريحة، وتسمى (carte a puce) وهي نوع من بطاقات دفع إلكتروني مطورة حيث يتم تزويدها بذاكرات إلكترونية مندمجة، وتحتوي على معلومات تتعلق بمصدر البطاقة issuer، وتتميز بقدرتها على تسجيل عمليات الدفع التي تتم بواسطتها، وهي توفر أيضاً ضماناً للتاجر الذي تقدم إليه لإتمام عمليات الدفع.

وفي سنة ١٩٩٦ توصلت شركتا فيزا وماستركارد في أمريكا إلى وضع نموذج تقني موحد في موضوعات الدفع ببطاقات الائتمان في شبكة الإنترنت سمي بنظام الصفقات الإلكترونية الآمنة (SET) Transactions protocol Secure electronic.

(١) هذه المخاطر ترجع إلى الشك la méfiance الذي يسيطر على استخدام بطاقات الوفاء والائتمان عبر الإنترنت وإلى عدم معرفة la méconnaissance شروط استخدامها، انظر:

Places d'affaires virtuelles - in séminaire sur la protection du Consommateur dans le commerce - électronique - A.v. Fontaine le 30 oct. 2001 - http / www.opc.gouv.qc.ca.

حيث تسمح - نسبياً - بتوفير الأمن اللازم للبيانات والعمليات المالية<sup>(١)</sup>، ومن شأن هذا النظام أن يجعل من بطاقة الائتمان وسيلة إلكترونية فعالة للدفع عبر شبكة الإنترنت ودون حاجة لتدخل وسيط لتمام الدفع.

ويقوم هذا النظام على استخدام مفتاحين رقميين؛ أحدهما عام والآخر خاص، بحيث تسمح هذه الأرقام بتحديد هوية المتدخلين وتوفير ضماناً، وهو أن مستخدم بطاقة الائتمان هو الحامل الشرعي لها وضماناً آخر وهو أن التاجر مسجل لدى مؤسسات بطاقات الائتمان، كما تسمح هذه المفاتيح بتوقيع الوثائق المتبادلة عبر الإنترنت.<sup>(٢)</sup>

يتضح مما سبق أن هذا النظام يهتم بحماية المستهلك والبائع (التاجر) في أثناء عملية البيع؛ حيث يكون للمستهلك رقم مشفر يصعب الحصول عليه، وهذا النظام يسمح بعقد الصفقات التجارية الإلكترونية بعد التأكد من صحة البيانات المدرجة، وذلك بالتعرف على البيانات المرسله عبر الشبكات وفك شفرتها للتحقق من الهوية الحقيقية للعميل مما يقلل من عمليات التلاعب والتزوير التي تهدد التجارة الإلكترونية<sup>(٣)</sup>.

## الفرع الثاني

### بطاقات الوفاء والائتمان في التوجيهات الأوروبية

أولاً: التوصية la recommandation الصادرة عن اللجنة الأوروبية في ٣٠ يوليو ١٩٩٧؛ المتعلقة بعمليات الوفاء (الدفع) بوسائل إلكترونية.

(١) www.sectco.org.

(٢) انظر: عدنان سرحان - الوفاء (الدفع) الإلكتروني بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون - دولة الإمارات العربية المتحدة. ٢٠٠٣ - ص ٢٨٢ - ولمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع عايش المري - مدى حجبية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية - ١٩٩٨ - ص وما بعدها.

(٣) انظر: العمليات المصرفية الإلكترونية - الصيرفة الإلكترونية E.Banking د/ حسين شحاده الحسين - بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عن الجديد في عمليات المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية - بيروت - الجزء الأول - ٢٠٠٢ - ص ٢١١.

تهدف هذه التوصية إلى المساهمة في إنعاش التجارة الإلكترونية من خلال زيادة ثقة المتعاملين في هذه التجارة في أساليب الدفع الإلكتروني ووسائله، كما تهدف إلى كفالة أمن أنظمة الدفع الإلكتروني مع مراعاة مصالح الأطراف المعنية.<sup>(١)</sup>

وقد تناولت هذه التوصية تحديداً العلاقة بين حامل بطاقة الائتمان والبنك مصدرها. وهي ترمي إلى حماية المستهلكين عبر الإنترنت.

ويبدو نطاق تطبيق هذه التوصية واسعاً بحيث يشمل كل أنواع الدفع ووسائله المختلفة التي تتم عن بعد مثل النقود والإلكترونية la monnaie électronique بوصفها وحدات ذات قيمة valeurs يتم تخزينها إلكترونياً على ذاكرة الحاسب الآلي.

ثانياً: التوجيه: Directive الأوروبي المتعلق بحماية المستهلكين في العقود عن بعد، الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧.

### نطاق تطبيق هذا التوجيه الأوروبي:

تتعلق المادة (٨) من التوجيه الأوروبي بالوفاء أو الدفع وقد خصصت طريقة واحدة وهي بطاقات الائتمان، ويعني ذلك أن هذا التوجيه لا يستهدف سوى الدفع بواسطة هذه البطاقات مما يعني بمفهوم المخالفة استبعاده لوسائل الدفع الأخرى مثل:

النقود الإلكترونية والبطاقات مسبقة الدفع، كما يلاحظ أن التوجيه تناول هذه الوسائل في نطاق التجارة الإلكترونية أو التجارة عبر الخط on line وفضلاً عن ذلك تعتبر الحماية التي يمنحها التوجيه قاصرة ولا تستهدف سوى

(١) Salain " les Paiements électroniques et la vente a distance: vers une Sécurisation des paiements électroniques: Journal des tribunaux de droite européen (JTDE) 1998- no 50 - P134- voir aussi Commerce électronique: une nouvelle donnée pour les Consommateurs les entreprises, les Citoyens et les pouvoirs publics " in rapport du groupe de travail présidé par M Francis lorentz-. www.finances.gouv.fr.

ومن الفقه العربي - د/ محمد حسين منصور - المسؤولية الإلكترونية - ٢٠٠٣ - ص١٥٧.

الفروض الخاصة بالاستخدام التعسفي Frauduleuse لهذه البطاقات، كما أن التوجيه لا يطبق إلا على العقود التي تستخدم تقنية أو أكثر من تقنيات الاتصال عن بُعد.

نخلص من ذلك إلى أن الحماية المقررة للمستهلك بالمادة (٨) من هذا التوجيه لا تطبق إلا في حالة الاستخدام التعسفي للبطاقات؛ مما يعني استبعاد التنفيذ المعيب للالتزام أو عدم تنفيذه أو الإهمال، وهي نواقص تؤثر في الوفاء. إذًا، يمكن القول - في رأينا الشخصي - إن هذا التوجيه لا يوفر سوى حماية ضعيفة للمستهلكين في علاقاتهم بالبائعين في التجارة الإلكترونية<sup>(١)</sup>.

ومما تجدر الإشارة إليه، أنه على الرغم من أهمية هذه المسألة ودقتها فإن تقنين الاستهلاك الفرنسي لم يتناولها بالتفصيل<sup>(٢)</sup>، عكس ذلك، نصت المادة ٤/١٣٢ من القانون الفرنسي الجديد المتعلق بالأمان اليومي la Sécurité quotidienne لبطاقات الائتمان، الصادر في ١٥ نوفمبر سنة ٢٠٠٢ على عدم مسؤولية حامل البطاقة المصرفية، إذا كان الوفاء المتنازع عليه قد تم عن طريق الغش<sup>(٣)</sup>. ويهدف هذا القانون الجديد إلى حماية حامل البطاقة، فقد أدى ازدياد الغش في التعامل بهذه البطاقات وبخاصة عبر الإنترنت والوفاء عن بُعد télépaiements إلى إصدار هذا القانون، بحيث يكون للحامل - وهو المستهلك

(١) A Salain " les Paiements électroniques et la Vente a distance: Vers une Sécurisation des Paiements électroniques in Journal des tribunaux de droit Europeen 1998- P134.

(٢) J. M Bruguière "Commerce électronique et protection du Consommateur- Jurisclass- Comm. Dec 2002- fasc 860

(٣) J. Passa " Commerce électronique et protection du Consommateur " in le Dalloz - 2002 - No 6 P555-

وانظر في ذلك تفصيلاً- بحثنا المنشور بمجلة الحقوق - دولة الكويت - "بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية" س٢٧ - عدد ١- مارس ٢٠٠٣.

في هذه الحالة - أن يعترض على الدفع في حالة الغش وإساءة استعمال البطاقة أو إساءة استعمال المعطيات والبيانات المتعلقة بها بالرقم السري (المادة ٢/٣٢).

بناء على ذلك، فإن أهم ما استحدثه هذا القانون هو إعفاء حامل البطاقة من أي مسؤولية في الحالات الآتية:

١ - في حالة الوفاء الذي يتم عن طريق الغش ومن دون استخدام البطاقة استخداماً مادياً.

٢ - في حالة الوفاء الذي يتم بتقليد البطاقة أو تزويرها.

ففي هاتين الحالتين يستطيع الحامل استرداد المبالغ التي تم الاعتراض عليها من جانبه، فضلاً عن ذلك لا يجوز لمصدر البطاقة مطالبة هذا الأخير بالوفاء بالمصرفات التي تكبدها؛ وأخيراً يهدف المشرع الفرنسي من هذا القانون إلى إقامة التوازن بين المستهلكين والتجار.<sup>(١)</sup>

## المطلب الثاني صور الدفع الإلكتروني الحديثة عبر شبكة الإنترنت

أدى التطور التقني الهائل في تكنولوجيا المعلومات إلى ابتداء وسائل دفع تتلاءم مع شبكة الإنترنت وتسمى بوسائل الدفع الإلكتروني، ويشمل مصطلح الدفع الإلكتروني كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة للوفاء مثل التحويل الإلكتروني للأموال، والشيك الإلكتروني والكمبيالة الإلكترونية، والنقود الإلكترونية والدفع ببطاقات الائتمان. ويمكن التعرض لبعضها مثل الدفع

(١) Deleuze (Nicolas)- le renforcement des droits du porteur face aux risques liés à L' utilisation de la carte de crédit in revue de jurisprudence comm.-juin 2002 No6 P 264.

بالنقود الإلكترونية، والدفع عن طريق وسيط مباشر<sup>(١)</sup>، وأيضاً الدفع بمحفظة النقود الإلكترونية، وأخيراً الشيك الإلكتروني.

### وتتميز هذه الوسائل الإلكترونية الحديثة بالآتي:

- ١ - أنها تقوم على تنظيم اتفاقي بين الأطراف<sup>(٢)</sup> المعنية، وهم مصدر النقود الإلكترونية ومستعمل وسيلة الدفع الإلكترونية (الدافع) والتاجر (القباض).
- ٢ - أنها توفر لكل مستخدم لنظام الوفاء الإلكتروني توثيقاً كاملاً لحقيقة وجود الطرف الآخر (التاجر، العميل، المصرف ...)، كما تضمن وجود وصلاحيّة أداة الدفع (البطاقة / الشيك / النقود الإلكترونية ...) <sup>(٣)</sup>.
- ٣ - أنها تقوم على نظام التشفير للبيانات واستخدام الأرقام السرية.

(١) هذه الوسيلة تقوم على التحويل بين الحسابات، ومن أبرز أنظمتها، نظام شركة الـ (First Virtual) ويقتضي توافر حساب مصرفي للتاجر والعميل في أمريكا، ويعيب هذا النظام أن النظام هناك تخوف من إمكانية السيطرة على البريد الإلكتروني من قبل قرصنة المعلومات، ومن ثم يتم الشراء تحت رقم حساب، وفي حالة إرسال الشركة الرسالة عن طريق البريد يتم قبولها والتأكيد عليها من قبل هؤلاء القرصنة - انظر عايض راشد المري - مدى حجية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية - ١٩٩٨ - ص ٥٤.

كما يوجد نظام Kleine ويقوم على تشفير المعلومات والبيانات. راجع في ذلك تفصيلاً - د/ سميحة القليوبي - وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) بحث مقدم إلى مؤتمر الجديد في أعمال المصارف - بيروت - ٢٠٠٢ - وأيضاً الوفاء (الدفع) الإلكتروني - عدنان سرحان - بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون - دولة الإمارات - ٢٠٠٣ - ص ٢٧١.

(٢) انظر: الوفاء (الدفع) الإلكتروني - عدنان سرحان - البحث السابق الإشارة إليه - ٢٠٠٣ - ص ٢٩٢.

(٣) انظر: وسائل الدفع الإلكتروني - د/ أحمد عبد الرحمن الملحم - ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني - دولة الكويت - الفترة من ٤-٦ نوفمبر ٢٠٠١ وانظر أيضاً:

G. Mathies et A. Menais "les enjeux de la monnaie électronique" P 3.  
www.Juris.com.net.

٤ - عدم إمكانية الرجوع في الوفاء أو نقضه L' irrévocabilité du paiement وهذه الخاصية لها أهميتها في حالات التعاقد عن بعد، حيث يعد الأمر بالدفع غير قابل للرجوع فيه، وهو ما أكدته اللجنة الأوروبية في توصيتها الصادرة في ٣٠/٧/١٩٩٧، الخاصة بالعمليات التي تتم بوسائل الدفع الإلكتروني. وسنحاول تناول بعض ما سبق بشيء من التفصيل مع الإشارة إلى مدى ما توفره هذه الأنظمة المبتكرة من مزايا، وأهمها النقود الإلكترونية بالنسبة للمستهلك وهو الذي يعيننا في هذا البحث.

## الفرع الأول النقود الإلكترونية

### Electronic Money/ Monnaie électronique

اختلفت تعريفات النقود الإلكترونية، حيث يعرفها البعض<sup>(١)</sup> بأنها وسيلة دفع تخزن قيمة مالية إلكترونياً على أداة فنية بحوزة العميل، مع قابلية قيمة النقود التي يحوزها العميل للنقص أو الزيادة كلما قام العميل أو المالك لها باستعمالها في الشراء من خلال شحنها بالقيمة أو بتعريفها. ووفقاً لتوجيه مجلس السوق الأوروبية المشتركة الصادر سنة ٢٠٠٠/ 2000/ EC/46<sup>(٢)</sup> المتعلق بالمؤسسات التي تصدر محافظ النقود الإلكترونية والإشراف

(١) انظر: وسائل الدفع الإلكتروني - د/ أحمد عبد الرحمن الملحم - سابق الإشارة إليه، وانظر تعريفاً آخر لها بأنها وحدات رقمية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى شخص آخر، ويتم تخزين هذه الوحدات في ذاكرة كمبيوتر صغير ملتصق في كارت - يحمله المستهلك، بحيث يستخدمها في الوفاء عن طريق هذا الكارت- انظر الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة - د/ مصطفى كمال طه ووائل بندق - الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة - ٢٠٠٥ - ص٣٤٢.

(٢) يتعلق هذا التوجيه بالنقد الإلكتروني وصدر في ١٨/٩/٢٠٠٠. انظر - مدى حجية التوقيع الإلكتروني في العقود الإلكترونية - محمد جستنية - ٢٠٠٥ - ص١٢٦ - لجنة المناقشة د/ سميحة القليوبي ود/ محمود بريوي ود/ حسام الدين الصغير - وانظر أيضاً - La monnaie électronique - indrgandhi Blas- www.barreau.qc.ca. "toute valeur monétaire représentant une créance sur un émetteur qui est stookee sur un support électronique

عليها، في المادة الأولى منه بأنها "قيمة مالية ممثلة بحق شخصي تجاه مصدر issuer النقود الإلكترونية إذا كانت مخزنة بأداة إلكترونية، وحصل هذا المصدر على مال لا يقل عن القيمة المالية المصدرة؛ ويقبلها الغير بوصفها أداة وفاء للديون.

ويلاحظ على هذا التعريف أنه مجرد جمع أو سرد لخصائص النقود الإلكترونية. ووفقاً للائحة الصادرة عن لجنة التنظيم المصرفي والمالي الفرنسية رقم ٢٠٠٢ / ١٣ (المادة الأولى) يقصد بالنقود الإلكترونية وحدات ذات قيمة تسمى وحدات نقدية إلكترونية، وكل وحدة تشمل سند دين مدمجاً في أداة إلكترونية وتحوز قبول الغير كأداة وفاء بمقتضى المادة ٣١١/٣ من قانون النقد والمال، ويقوم المصدر بالحصول على ما يعادل قيمتها نقداً أو بقيمة أعلى كمقابل لها. ويقترب من هذا تعريف آخر، يرى أنها كل قيمة مالية تمثل ديناً يتم تخزينه على دعامة إلكترونية، وهذه القيمة يجب أن يتم إيداع مقابله من المبالغ المالية لدى مصدرها issuer. ويذهب تعريف آخر - هو أبسط التعريفات في رأينا الشخصي - إلى أنها "كل قيمة مالية تمثل ديناً على مصدرها، ويتم تخزينها على دعامة إلكترونية". ويذهب البعض من الفقه<sup>(١)</sup>، إلى تعريفها من زاوية اقتصادية، بأنها نوع

(١) انظر: د/ خالد سعد زغول "الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية" بحث مقدم للحلقة النقاشية التي عقدتها مجلة الحقوق بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥، وموضوعها: مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي.

ويرى البعض الآخر من الاقتصاديين، أن النقود الإلكترونية أو الرقمية تعبر عن الدلالة أو المنظور الإلكتروني للنقد الورقي مجرداً عنه وتحمل في الوقت نفسه الخصائص ذاتها مثل السيولة وتقوم بالوظائف ذاتها، وتتطلب النقود الإلكترونية تحميل قيم الودائع والنقود الحاضرة على الوسيلة الإلكترونية مقابل القيمة الرمزية، وذلك حتى يتم دعمها من قبل المصدر لها، أي تم استنزال قيمة ما تم تحميله إلكترونياً من قيمة الودائع المستحقة لحاملها ومتلقيها.

إذاً، تتمتع بخصائص منها أنها تمثل قيمة نقدية حقيقية بحيث يقبلها المتعاملون مقابل التنازل عن سلعهم أو خدماتهم، وأيضاً إمكانية تخزينها واسترجاعها بسهولة - انظر د/ السيد أحمد عبد الخالق - البنوك والتجارة الإلكترونية - بحث منشور في "الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية" الجزء الثاني - الجديد في التمويل المصرفي - بيروت - ص ٤٦٩ و ص ٤٩٦.

من النقود ظهرت لأداء متطلبات السوق عبر الإنترنت ومعلومات رقمية يتم إرسالها عبر الشبكات الإلكترونية حيث يدفع الشخص قيمة مشترياته بإرسال مجموعة أرقام من جهاز الكمبيوتر إلى كمبيوتر المستحق.

وتصدر هذه النقود الإلكترونية (أو النقود الرقمية) عن شركات متخصصة في تقديم هذا النوع من الخدمات، مثل E. Cash أو Cyber Cash، ويعيب هذه النقود أنها معرضة لمخاطر عديدة مثل مخاطر السرقة أو إفشاء سريتها لغير أطرافها، وقد تتعرض هذه الشركات المصدرة لها إلى الإفلاس، لذلك تعاني هذه الوسيلة من وسائل الدفع عدم انتشارها مقارنة بوسائل الدفع الأخرى وبخاصة الدول العربية، إذ يظل استخدام النقود الورقية والمعدنية الوسيلة الإلكترونية الأكثر شيوعاً في إجراء المدفوعات محدودة القيمة، فهي تستخدم في أكثر من ٩٠٪ من إجمالي هذه المدفوعات، ويأتي بعدها الشيك في المعاملات الأكثر قيمة ومازال نصيب بطاقات الوفاء والائتمان متواضعاً<sup>(١)</sup>.

وأول نظام للنقود الإلكترونية صدر عن شركة هولندية هي Digicash، وأطلقت عليها اسم "النقد الإلكتروني E. Cash؛ حيث يمكن بواسطة الدفع مباشرة عبر شبكة الإنترنت لدى التجار الذين يقبلون التعامل بهذا النظام.

وتوجد أنظمة أخرى عديدة للنقود الإلكترونية، منها نظام Mondex؛ لنظام Digicash؛ ووفقاً لنظام Digicash يقوم العميل مستخدم شبكة الإنترنت - بفتح حسابين لدى هذا المصرف؛ الأول بالعملة العادية (أي التي يتم التعامل بها في الدولة التي يوجد بها البنك مثل الدولار) والثاني بالعملة الإلكترونية ويودعه في حسابه المفتوح بهذه العملة. ويمكن للعميل أن يحول المبالغ من حسابه الجاري إلى حسابه الإلكتروني أو العكس وعن بعد.

(١) انظر: النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية - د/ أحمد جمال الدين مرسي - في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانون والاقتصادية - ص١٤٨.

ويجب أن يكون للتاجر والعميل الذي يتعامل معه الحسابات نفسها حسابان مصرفيان لدى المصرف نفسه؛ بحيث يتم السداد عن طريق قيد القيمة المدفوعة في الحساب الخاص بالعملة الإلكترونية<sup>(١)</sup>. وسنحاول فيما يلي التعرض بإيجاز لمحفظة النقود الإلكترونية؛ ومحفظة النقود الافتراضية بوصفهما صورتين للنقود الإلكترونية.

### ١ - محفظة النقود الإلكترونية: (PME) le Porte- Monnaie électronique

هي وسيلة وفاء أو دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر<sup>(٢)</sup>. فهي بطاقة وفاء مصرفية مسبقة الدفع Prépayée؛ حيث يتم تحميل مبلغ من المال عليها؛ وهذا المبلغ يسمح بالوفاء بقيمة أكثر من عملية تجارية أو خدمة<sup>(٣)</sup>.

وتتكون هذه المحفظة من الناحية التقنية من بطاقة بلاستيكية مثبت عليها من الخلف كمبيوتر صغير Micro Processor مزود بذاكرة إلكترونية تسمح بتخزين معلومات ووحدات إلكترونية تصلح للوفاء بالديون ضئيلة القيمة لدى التجار وعبر شبكة الإنترنت<sup>(٤)</sup>. ويقوم العميل عند استخدام هذه البطاقة بتحميلها عدداً من الوحدات الإلكترونية، ويتم ذلك في ماكينات الصرف الآلي

(١) انظر: التنظيم القانون لشبكة الإنترنت - طوني عيسى، الطبعة الأولى - ٢٠٠١ -

ص ٢٩٨ وما بعدها- وانظر أيضاً:

Bernard Brun "les Mécanismes de Paiement sur intrnet" 20/10/1999. www.juris.com.net.

(٢) Savatier (G) Le Porte monnaie électronique et le prote monnaie virtuel - ed PUF - collection Que Sais - Je? Mai 1997 - P 32.

المصدر: - www.digicash.com

(٣) - Lionel thoumyre "Mise en Scène des Nouveaux Moyens de paiement sur internet". www.juris.com.net.

(٤) انظر: محفظة النقود الإلكترونية - د/ شريف محمد غنام - ٢٠٠٣ - ص ١٤ و ١٥.

(ATM) وذلك بتخصيص مفتاح خاص بالشحن، ويتم بإدخال رقم سري خاص بحامل البطاقة كي تتعرفه الشركات المصدرة (البنوك التجارية)<sup>(١)</sup>.

وهذه المحافظ تعتبر وسيلة جديدة للوفاء عبر الإنترنت، ويجب تشجيع المستهلكين للإقبال عليها؛ حيث إنها تمثل وحدات نقدية لها قيمة مالية يستطيع المستهلك استخدامها لسداد أثمان السلع والخدمات لدى التجار<sup>(٢)</sup>.

وتتلخص آلية عمل محفظة النقود الإلكترونية من خلال دائرة تضم ثلاثة أطراف تجمعهم علاقات ثلاث، وهؤلاء الأطراف هم:

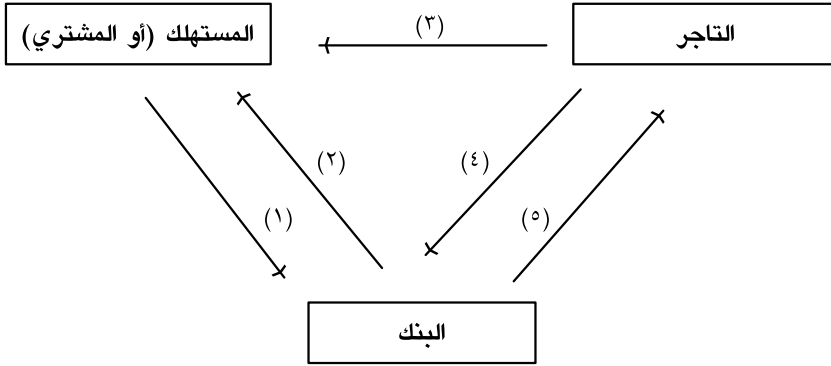
البنك أو المؤسسة المختصة بإصدار هذه المحفظة (the issuer)، والمستهلك الذي يدفع قيمة السلع بالوحدات الإلكترونية، والتاجر الذي يتلقى مقابل ما قدمه من خدمات وسلع، ويمكن تصور العلاقات الناشئة عن هذه المحفظة على النحو التالي<sup>(٣)</sup>:

(١) يقتصر إصدار المحافظ الإلكترونية على البنك المركزي أو البنوك التجارية أو مؤسسات الائتمان (انظر: قانون البنوك الفرنسي الصادر في ٢٤ يناير ١٩٨٤، حيث يقصر إصدار النقود الإلكترونية على مؤسسات الائتمان، فهي تقوم بتلقي الودائع وإدارة وسائل الدفع، وهذه المؤسسات تخضع لرقابة البنك المركزي مما يوفر حماية للمستهلك.

(٢) تبدو أهمية هذه الوسيلة الجديدة في الوفاء بقيمة السلع والخدمات من خلال الإحصائيات، حيث بلغ عدد محافظ الموندكس في العالم ٥٠ ألف بطاقة عام ١٩٩٦، وتزايد هذا العدد في عام ١٩٩٧ إلى مليون محفظة، وتوقع البعض أن تصل نسبة التعامل عن طريق هذه المحافظ إلى ٦٠٪ من حجم المعاملات المالية في العالم خلال ١٥ سنة، وتعتبر محفظة الموندكس هي الأكثر انتشاراً في الدول الأوروبية - انظر محفظة النقود الإلكترونية - رؤية مستقبلية د/شريف غنام - ٢٠٠٣، ص ٥٢ وأيضاً ص ٦٠.

المصدر: [www.digicash.com](http://www.digicash.com) (٣)

حيث تبدأ العلاقة بين المستهلك (أو المشتري) والبنك الخاص به أي بين العميل والبنك، يطلب فيها العميل من البنك إتمام عمليات الدفع الإلكتروني بواسطة بطاقة موندكس Mondex، فيقوم البنك بإعطاء البطاقة للعميل، ويستطيع العميل بعد ذلك استخدام تلك البطاقة المزودة بذاكرة آلية تحتفظ بالعمليات المالية التي تتم لدى التجار، ويكون للتاجر الذي يتعامل معه العميل أو المستهلك الرجوع على البنك مصدر بطاقة موندكس، حيث يقوم البنك بعد الرجوع إلى هذه المحفظة بالوفاء بقيمة المدفوعات للتاجر. ويلاحظ أن البنك هو الذي يستطيع فك تشفير هذه المحفظة، لذا لا بد من الرجوع إليه.



وتُعدّ محفظة النقود الإلكترونية وسيلة آمنة، فالبطاقة الذكية التي تقوم على أساسها محفظة النقود الإلكترونية توفر الأمان القانوني الذي ينشده المتعاملون في مجال وسائل الدفع الإلكترونية.

ويحصل العميل على محفظة النقود الإلكترونية وفقاً لعقد يتم إبرامه مع الجهة المصدرة، وهذا العقد ينظم كيفية استخدام المحفظة ومدتها والعمولة التي يحصل عليها البنك المصدر ومسؤولية كل من البنك المصدر، والعميل المستفيد من المحفظة.

ويعد هذا العقد من عقود الإذعان، يستوجب حماية الطرف الضعيف في العلاقة وهو العميل؛ حيث إنه يسلم بشروط العقد دون مناقشة أو تفاوض، وتنفرد الجهة المصدرة للمحفظة بتحديد شروط العقد سلفاً، ويستطيع البنك أن ينهي أو يسحب المحفظة في أي وقت ودون إبداء أسباب أو مسوغات. كما يجوز للبنك - من باب أولى - إجراء التعديلات التي يفرضها تطور العمليات التقنية دون حاجة إلى رضا العميل.

ويترتب على ما سبق، خلق وضع غير متوازن بين أطراف العقد مما يضر بمصلحة الطرف الضعيف فيه وهو العميل أو المستهلك عبر الإنترنت.

## ٢ - محفظة النقود الافتراضية: (PMV) le porte monnaie Virtuel

وضعت شركة Digicash نموذجاً لها حيث يقوم التجار والعملاء بتسجيل أنفسهم لدى هذه الشركة، وتسمح هذه الأخيرة للمستهلك بسحب وحدات نقدية

(E. Cash) لاستخدامها مالياً ويتم تخزين هذه الوحدات على القرص الصلب للحاسوب الشخصي للعميل في برنامج خاص بذلك يسمى (Cyber Wallet)؛ ويتم السحب بمساعدة رقم هوية شخصي، ويقوم المستهلك باستخدام الـ E. Cash؛ أي الوحدات النقدية لدفع قيمة ما يشتريه من سلع أو خدمات لدى التجار، وهذه الآلية لمحفظه النقود الافتراضية لا تختلف كثيراً -في رأينا الشخصي- عن النظام السابق لشركة موندكس، مما أدى إلى أن البعض يقع في خلط بينهما<sup>(١)</sup>.

## الفرع الثاني الشبكات المعالجة إلكترونياً (الشيك الإلكتروني)

الشيك المعالج إلكترونياً أو الشيك الإلكتروني هو محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكترونياً كلياً أو جزئياً يتضمن أمراً صادراً عن شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد.

يبدو من هذا التعريف أن الشيك المعالج إلكترونياً يخضع للقواعد نفسها التي تحكم الشيك التقليدي، كما يخضع لأحكام قانون الصرف في المسائل التي لا يوجد نص يحكمها<sup>(٢)</sup>. (المواد من ٤٧٢ إلى ٥٣٩ من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩)، وحتى الآن على الرغم من نجاح هذه الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت، من حيث فاعليتها وسهولة استخدامها - حيث تعتمد

(١) انظر: التنظيم القانوني لشبكة الإنترنت - طوني عيسى- سابق الإشارة إليه- ٢٠٠١- ص٣٠٧.

ولمزيد من التفاصيل انظر الموقع [www.digicash.com](http://www.digicash.com)

(٢) انظر: الأوراق التجارية- د/ عبدالفضيل محمد أحمد - ٢٠٠٠، ص ٢٩٠ - وانظر عكس ذلك د/ هاني بويدار "الوفاء بالأوراق التجارية المعالجة إلكترونياً" - ٢٠٠٣ - ص ١٠ وما بعدها.

على التوقيع الإلكتروني مما يوفر الوقت والجهد، - فإن الإحصائيات تشير إلى أن نحو ١٥٪ فقط من إجمالي المشتريات التي تتم عبر الإنترنت، تسدد قيمتها بواسطة هذه الشيكات.<sup>(١)</sup>

وسنحاول شرح آلية الدفع بالشيك المعالج إلكترونياً مع التعرض لنموذج شركة Net Chex.

### أولاً - آلية الدفع بالشيك المعالج إلكترونياً:

يتخذ الشيك الإلكتروني شكل كتابة مشفرة عبر جهاز الحاسوب، حيث يقوم العميل بملء البيانات الخاصة به ورقم حسابه لدى البنك التابع له، ثم يقوم هذا البنك (بنك العميل) بإرسال البيانات إلى وحدة خدمة الشيك الإلكتروني (Online) وإرسالها إلى البنك المسحوب عليه، ثم تجرى المقاصة تلقائياً خلال يومين، ويتم خصم المبلغ من حساب العميل ويقيد في حساب التاجر.<sup>(٢)</sup>

### ثانياً - نموذج الشيك الإلكتروني لشركة Net Chex:

تقدم شركة Net Chex نموذجاً للمستهلكين سواء كانوا أفراداً أم شركات لاستخدام الشيكات الإلكترونية عبر الإنترنت. ووفقاً لهذا النموذج يقوم المستهلك والتاجر بقيد المعلومات أو البيانات المصرفية الخاصة بهما لدى هذه الشركة؛ وعندما يتم إرسال الشيك إليها عبر الإنترنت فإنه يكون خالياً من هذه البيانات؛ أي أن إجراءات الأمان لهذا النظام تركز على نقطة أساسية تتمثل في عدم إظهار المعلومات المصرفية التي تنتقل عبر شبكة الإنترنت، وعندما يصل إلى الشركة، تقوم هذه الأخيرة بفحص ومراجعة مدى صدق هذه البيانات

(١) le Paiement par Cheque représente 15% des transactions en ligne. www.lejournal-du-net.com.

(٢) les Paiements sur L' internet in le Forum des droits sur L' internet Deuxième rapport de L' observatoire de la Cyber- Consommation 19 mai 2005- P 162- 163.

وتطابقها بقاعدة المعطيات المتوافرة لديها، ثم يتم نقلها عن طريق شبكة مغلقة إلى المصرف المسحوب عليه، وتضمن هذه الشركة سير الإجراءات بين الأطراف حتى يتم السداد أو الدفع<sup>(١)</sup>.

### الفرع الثالث مخاطر الدفع الإلكتروني بالنسبة للمستهلك

لابد لتطور التجارة الإلكترونية من توافر الأمان والثقة في عمليات الدفع الإلكتروني؛ أي التي تتم عبر شبكة الإنترنت من جهة، وذلك بوجود آلية توفر لكل مستخدم لنظام الوفاء الإلكتروني توثيقاً كاملاً لحقيقة وجود الطرف الآخر سواء كان تاجراً أم بنكاً أم وسيطاً؛ ويرى بعض الفقه<sup>(٢)</sup> أن هذا الأمان أو الثقة قد تتم من خلال استخدام التوقيع الرقمي ونظام تشفير البيانات.

ومن جهة أخرى يتم تداول المعلومات والبيانات عبر شبكة الإنترنت مما يتطلب ضرورة كفالة سرية وخصوصية هذه المعلومات والبيانات الخاصة بالمستهلك، بحيث تقتصر على أطراف العقد؛ وعدم إفشاء هذه السرية (رقم بطاقة الوفاء والائتمان الخاصة بالعميل) للغير<sup>(٣)</sup>؛ مما يهدد استقرار هذه المعاملات التجارية، ويضعف ثقة المستهلك فيها، لذا حرص مشروع قانون

(١) les Paiements sur L' internet Deuxième rapport de P' observatoire de cyber - Consommation-ch 8 "le paiement électronique par p. lemyre - p 145-162 - in le Forum des droits sur L' internet.

(٢) انظر: مدى حجية التوقيع الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية - د/ محمد جستنية، سابق الإشارة إليه - ٢٠٠٥ - ص ١٣٠.

(٣) les paiements sur L' internet in le Forum des droits sur L' internet - Deuxième rapport de L' observatoire de la Cyber- Consommation - 19 mai 2005- P 159.

وانظر أيضاً:

Jamel Djoudi "internet ou le défi au paiement sécurise" in GAZ. Pal 2005-mars / Avril - p 805

---

التجارة المصري في الفصل السابع منه " حماية المستهلك " على النص على عدم جواز الاحتفاظ لأي جهة بأية بيانات شخصية أو معرفية خاصة بأحد العملاء إلا خلال المدة التي تقضيها طبيعة هذه المعاملة، وما زال النقاش مستمراً حول المحور الذي يجب أن تدور حوله هذه الوسائل وإذا ما كان من الأفضل الأخذ بأنظمة وفاء أو دفع تراعي الخصوصيات أم الاتجاه نحو نظام نمونجي موحد وفعال على المستوى الدولي مما يحقق نجاحاً للتجارة الدولية عبر الإنترنت.

## الفصل الرابع

### حماية الحياة الخاصة والمعطيات أو البيانات الشخصية للمستهلك

أدى تدفق المعلومات وانسيابها عن طريق أجهزة الاتصال الحديثة - بصفة خاصة أجهزة الكمبيوتر والإنترنت - إلى تهديد حرية الأفراد والمساس بخصوصياتهم والحق في السرية<sup>(١)</sup>، حتى إن بعض هيئات نظم المعلومات تتخذ من هذه التقنية وسيلة للخوض في الحياة الخاصة للأفراد بل والتربح من وراء ذلك.

وكما يرى بعض الفقه<sup>(٢)</sup>، فقد أصبحت هذه الأجهزة الحديثة كاشفة للأسرار لا حافظة لها، إذ أصبحت تهدد الفرد في أشد خصوصياته مثل بياناته الاسمية والشخصية بعد أن انتشر استخدامها في المبيعات والمشتريات والخدمات وغيرها.

لذا تدخلت التشريعات المختلفة لتنظيم الحق في احترام الحياة الخاصة للأفراد وحظر كل اعتداء يقع عليها، ووضعت جزاءات وعقوبات لما يسمى بالإجرام المعلوماتي والقرصنة سواء المادية أو الفكرية.

كما أكدت التوجيهات الأوروبية مبدأ حماية المعطيات الشخصية les données Personnelles للمستهلك عبر الإنترنت، وحرصت على حماية الحياة الخاصة له.

(١) Yves Poullet " internet et vie privée entre risques et espoirs, in le Journal des tribunaux, 17 Février 2001, No 6000. [http / . www.droit.technologie.org](http://www.droit.technologie.org).

(٢) انظر: د/ إبراهيم أبو الليل - الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية - ٢٠٠٥ - ص ٣٨.

ونجد التوجيه الأوروبي رقم ٤٦/٩٥ الصادر في ٢٤ أكتوبر ١٩٩٥ يضع إطاراً عاماً لهذه الحماية ووفقاً للمادة الثامنة منه فإنه يقصد بالمعلومات ذات الطابع الشخصي كل معلومة تتصل بشخص محدد الهوية أو قابل للتحديد<sup>(١)</sup>.

فضلاً عن ذلك هناك التوجيه الأوروبي رقم ٦٦/٩٧ الصادر في ١٥ ديسمبر ١٩٩٧، ويتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي وحماية الحياة الخاصة في مجال الاتصالات اللاسلكية. وقد ألغي هذا التوجيه، بالتوجيه الأوروبي الحالي ٢٠٠٢ / CE/٥٨ الصادر في ١٢ يولييه ٢٠٠٢، ويتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وحماية الحياة الخاصة في إطار الاتصالات الإلكترونية.

ويقصد بالمعطيات ذات الطابع الشخصي - وفقاً للقانون الفرنسي رقم ٢٠٠٤/٨٠١ الصادر في ٦ أغسطس ٢٠٠٤ -<sup>(٢)</sup>:

"كل معلومة متعلقة بشخص طبيعي معين أو قابل للتعين، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك بالرجوع إلى رقم تحديد هويته أو إلى عناصر أخرى خاصة به".

وهناك أيضاً توصيات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الأوروبية (OCDE) حول حماية الحياة الخاصة<sup>(٣)</sup> وتدقق المعلومات ذات الطابع

---

(١) ألزمت المادة الثامنة من هذا التوجيه الدول الأعضاء الحفاظ على كل المعلومات ذات الطابع الشخصي وكيفية معالجة المعلومات الشخصية انظر - التوقيع الإلكتروني - (ماهيته - صورته - حجيته في الإثبات) بين التدويل والاقتباس - د/ سعيد السيد قنديل ٢٠٠٤ - دار الجامعة الجديدة - ص٣٢.

(٢) Protection des personnes a' L'égard des traitements de données a Caractère personnel- loi No 2004- 801 du 6 août in semaine juridique entreprise et affaires No43- 21 oct.. 2004 P 1653.

(٣) انظر: حماية المستهلك في العقود الدولية الإلكترونية - د/ أحمد عبد الكريم سلامة - بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية - دبي دولة الإمارات العربية المتحدة- ٢٦-٢٨ أبريل ٢٠٠٣.

الشخصي عبر الحدود لعام ١٩٨٠. وقد أوضحت هذه التوصية أن "على الدول الأعضاء اتخاذ كل الإجراءات المعقولة والمناسبة لضمان تدفق البيانات ذات الطابع الشخصي عبر الحدود، مروراً بدولة عضو، دون انقطاع وبكل أمان".

وقد قررت هذه التوجيهات والتوصيات عدة مبادئ مهمة، منها:

١ - مبدأ تخصيص البيانات للغرض الذي تم جمعها من أجله.

٢ - مبدأ ضمان السرية.

٣ - مبدأ الشفافية.

٤ - مبدأ المساهمة الفردية في جمع البيانات.

٥ - مبدأ المسؤولية.

ونرى مع بعض الفقه<sup>(١)</sup> - أن هذه التوجيهات يمكن أن تشكل نواة صالحة لإبرام اتفاقيات دولية تتناول موضوع حماية المعطيات الشخصية<sup>(٢)</sup> والحياة الخاصة للمستهلك في مواجهة الإنترنت؛ بحيث لا تكون الحماية حبيسة الحدود الإقليمية لدولة معينة دون أخرى، وتكون هذه الاتفاقية ملزمة للدول الأعضاء.

وقد حاولنا في بداية البحث التعرض لصور حماية سرية البريد الإلكتروني والاتصالات الإلكترونية ولكننا سنحاول هنا أن نتناول بشيء من الإيجاز الحماية الخاصة للمستهلك وبياناته الشخصية وحدودها في مجال الإنترنت من خلال المباحث الآتية:

(١) انظر: د/ أحمد عبد الكريم سلامة - البحث السابق الإشارة إليه.

(٢) الباب السادس من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٠.

## المبحث الأول حماية الحياة الخاصة للمستهلك عبر الإنترنت

من الحقوق الأساسية للإنسان تلك الحقوق التي يطلق عليها الحقوق اللصيقة بالشخصية أو الحقوق العامة، ويعد الحق في الخصوصية أحد هذه الحقوق، وقد حظيت الحياة الخاصة بالحماية القانونية في المجتمعات القديمة والحديثة، سواء على الصعيد المحلي أم على الصعيد الدولي، ويرجع ذلك إلى أهمية الحياة الخاصة لكفالة استقرار المجتمعات وازدهارها وتوفير الطمأنينة للأفراد وصون حرياتهم، وقد تزايدت الحاجة إلى حماية الحياة الخاصة<sup>(١)</sup> في ظل المخاطر الحديثة - كما ذكرنا - التي أصبحت تهدد الحياة الخاصة للأفراد - وبخاصة كمستهلكين - لا تتوافر لديهم معرفة كافية بوسائل التكنولوجيا الحديثة؛ كما أن دخول المجتمعات الحديثة إلى عصر المعلوماتية وشيوع استخدام شبكة الإنترنت أدى إلى ازدياد المخاطر التي يتعرض لها الجميع.

وهذه الحقوق نصت عليها معظم دساتير العالم، وأكدها الدستور المصري في المادة (٤٥) منه عندما ذكر أن "لحياة المواطنين الخاصة حرمة يحميها القانون، وللمراسلات البريدية والبرقية والمحادثات التليفونية وغيرها من وسائل الاتصال حرمة، وسريتها مكفولة، ولا تجوز مصادرتها أو الاطلاع عليها أو رقابتها إلا بأمر قضائي مسبب ولمدة محددة وفقاً لأحكام القانون".

وتعني عبارة "وغيرها من وسائل الاتصال" - في رأينا الشخصي - كل وسائل الاتصال الحديثة، ومنها وسائل الاتصال الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت بحيث يستفيد المستهلك الذي يستخدم هذه الوسائل من الحماية الدستورية

(١) انظر: الحياة الخاصة ومسؤولية الصحفي - بحث الزميل د/ مصطفى عبد الجواد حجازي - ٢٠٠٠ / ٢٠٠١ - ص ٩، وأيضاً انظر "الإنترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات" د/ محمد السعيد رشدي - مجلة الفتوى والتشريع - الكويت - عدد (٩) مايو - ٢٠٠٠، ص ١٤٥ وما بعدها.

التي تمنع الاطلاع عليها أو اختراقها أو الاحتفاظ بمحتويات المراسلات التي تتم عبر هذه الوسائل دون وجه حق؛ إذ إن العلة واحدة في جميع هذه الحالات".

كما نصت المادة (٥٧) من الدستور المصري على أن "كل اعتداء على الحرية الشخصية أو حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وغيرها من الحقوق والحريات العامة التي يكفلها الدستور والقانون جريمة لا تسقط الدعوى الجنائية ولا المدنية الناشئة عنها بالتقادم، وتكفل الدولة تعويضاً عادلاً لمن وقع عليه الاعتداء". وقد أدى التطور التقني الحديث إلى تحقيق مستوى معيشي أفضل من ذي قبل، إلا أنه حمل بين طياته في الوقت ذاته مخاطر ضخمة تهدد حقوق الأفراد مما يستدعي وضع ضوابط قانونية لحماية المعلومات التي تتعلق بحياتهم الخاصة وحقوقهم في السرية والخصوصية ومعتقداتهم الدينية والسياسية.

كما أدى هذا التطور إلى إمكانية اختزان كثير من المعلومات والبيانات في أجهزة الحاسوب وسهولة الوصول إليها واستدعائها وحفظها والاطلاع عليها؛ أي إفشاءها مما يمثل خطراً عندما تقوم المواقع بإفشاء أسرار العملاء، كما أدى إلى الاختراق من جانب المتطفلين والمحتملين بل سرقة أرقام البطاقات المصرفية الخاصة بالعملاء في أثناء عمليات الشراء عبر الإنترنت<sup>(١)</sup>، وفي ظل

(١) انظر: حضارة الحاسوب والإنترنت - كتاب العربي - ١٥ أبريل ٢٠٠٠ - ص ٩٦ "الحاسوب والخصوصية بقلم د/ عادل ريان محمد - حيث يرى أن خطورة اقتحام الحاسب للخصوصية تتمثل في أن البيانات المتعلقة باستخدام بطاقات الائتمان البنكية التي تصدر في نشرات من آن لآخر و تستخدمها المحال التجارية عند البيع للعملاء، ومن خلال هذه البيانات يمكن تعرف خصوصيات العميل (ماذا يأكل وفي أي فندق ينزل....) لذا يرى الفقه الفرنسي أن من أهم مخاطر الإنترنت هي الأمان عبر الشبكات حيث يقول:

"la Sécurité des réseaux est une gageures de l' internet. Certains internautes s'e sont fait les ardents militants, s'attachant a'denoncer systémiqument les insuffisances des protections sur le net".

Nathalie Mallet et J.M. Bruguière" Droit de internet" in: La Semaine Juridique "entreprise et affaires" No. 4 - 22 Janvier 2004 p. 123 et 127

انعدام الأمان على المواقع عبر هذه الشبكة سهلت عملية تزيف البيانات الخاصة بالمستهلكين وتغييرها<sup>(١)</sup>.

## المبحث الثاني حماية المعطيات والبيانات الشخصية للمستهلك عبر الإنترنت

### المطلب الأول في التشريعات الوطنية

تعتبر حماية المعلومات أو المعطيات والبيانات إلكترونياً من أهم مظاهر حماية التجارة الإلكترونية<sup>(٢)</sup> وذلك بسبب ظهور فيروسات تؤدي إلى إتلاف المعلومات أو تغيير من مضمونها، وهذه الفيروسات مجموعة من المعلومات والأوامر المتعارضة والممنوعة وغير المشروعة تؤدي إلى إتلاف المعلومات الإلكترونية أو تدميرها؛ لذا حرصت كثير من التشريعات الوطنية على وضع نصوص تتعلق بالمعطيات أو البيانات الشخصية للمستهلك عبر الإنترنت وقواعد

- 
- (١) انظر: عقود التجارة الإلكترونية - د/ محمد إبراهيم أبو الهيجاء - ٢٠٠٥ - ص ٣٢.
- (٢) انظر: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية - خالد سعد زغلول - منشور بالحلقة النقاشية بمجلة الحقوق بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥ - ص ١٦٩. ويرى البعض الآخر من الفقه أن أمن المعلومات وصحة وسلامة الرسائل المنقولة إلكترونياً عبر الإنترنت من أهم المواضيع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، كما أن نمو هذه الأخيرة وازدهارها أمر يتوقف على كون المراسلات الإلكترونية آمنة وسليمة وموثوقاً بها من قبل المتعاملين، ذلك أن أحداً لن يغامر بأمواله ومعلوماته السرية بنقلها عن طريق عرضة للتفتت أو الاعتراض من قبل متطفلين. انظر - عمر حسن المومني - التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية - ٢٠٠٣ - طبعة أولى - ص ٤٣ ولمزيد من التفصيل حول الجانب الجنائي انظر - الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات دراسة مقارنة - د/ أسامة قايد - ١٩٩٤، ص ٤١ وما بعدها.

لحمايتها، نظراً لخصوصية هذه المعطيات والبيانات ومع التقدم العلمي أمكن التوصل إلى وسائل تمكن من تشفير البيانات بما يؤدي إلى حفظ سرية المعلومات في التجارة الإلكترونية، وسوف نتناول بإيجاز بعض هذه التشريعات الوطنية على النحو التالي:

## ١ - في التشريع الفيدرالي السويسري:

نظم التشريع الفيدرالي السويسري الصادر في ٩ يونيو ١٩٩٢ حقوق المستهلكين الخاصة بحماية بياناتهم عبر الإنترنت، ويرمز له بـ (LPD. RS) 235.1 حيث يهدف إلى منع الاستعمال التعسفي لهذه المعطيات والبيانات، ووفقاً للمادة الرابعة منه " يجب عدم جمع بيانات شخصية إلا بوسيلة مشروعة ويجب معالجتها طبقاً لمقتضيات حسن النية... " (١)

ويميز القانون الفيدرالي السويسري بين المعطيات التي يتم نقلها من المستهلك بطريقة إرادية للتاجر أو لمتعهد توريد السلع أو الخدمات أو لمتعهد الدخول إلى شبكة الإنترنت (مثل تحديد السلعة / عنوان المستهلك / رقم بطاقة الوفاء الخاصة بالمستهلك ...) فهذه المعطيات والبيانات يقدمها المستهلك بإرادته المحضة، وهي معطيات ضرورية لا يجوز التصرف فيها أو نقلها لغير هؤلاء المشار إليهم آنفاً.

وبين المعطيات المرتبطة بالعملية التجارية أو وثيقة الصلة بها كالحاسب الآلي ورقمه الذي أصدرها، أو البيانات التي تدل على قيام المستهلك بزيارة هذا الموقع التجاري الخاص بمتعهد التوريد أو متعهد تقديم الخدمات.

وتبدو المشكلة بالنسبة للمعطيات والبيانات التي يتم نقلها إرادياً بواسطة المستهلك حيث يسهل على الطرف الآخر الاحتفاظ بها وتخزينها لاستخدامها

(١) la protection du Consommateur dans le commerce électronique "aspects Contractuels et protection des données Rapport de la Commission de gestion du Conseil national du 9 novembre 2004.

عند اللزوم. لذا يبسط القانون الفيدرالي حمايته لهذه الأخيرة ضد التعسف في استعمالها من جانب الغير<sup>(١)</sup>.

## ٢ - دور اللجنة الوطنية الفرنسية للمعلومات والحريات: La commission nationale informatique et libertés (CNIL).

وقد نشأت هذه اللجنة بمقتضى القانون الفرنسي الصادر في ١٩٧٨ بشأن معالجة المعلومات والحريات، وتهدف هذه اللجنة إلى العمل على احترام أحكام<sup>(٢)</sup> هذا القانون، وتتولى تعريف الأشخاص الذين يقدمون بياناتهم الشخصية لمعالجتها بالكمبيوتر، بحقوقهم والتزاماتهم عند الاتفاق معهم على نقل المعلومات الخاصة بهم باستخدام الكمبيوتر وحالات تقديم هذه المعلومات للغير؛ كما تقوم اللجنة بالرقابة على تنفيذ معالجة المعلومات بما يضمن احترام المبادئ الدستورية العامة، والنظام العام، واحترام حريات الآخرين، وكفالة حرية الرأي. مع الحفاظ على سرية هذه المعلومات التي يتم تجميعها وبثها عبر شبكة الإنترنت، وعدم جواز استخدامها إلا في حدود الغرض الذي تم جمعها من أجله<sup>(٣)</sup>.

(١) Commerce électronique: évaluation de la protection du consommateur en Suisse. Rapport a l'attention de la commission de gestion du conseil national. Berne - le 13 mai 2004 p31.

ويطلق الفقه الأجنبي لفظ cookies مثلاً حديثاً لاستغلال تجاري مطرد لمعلومات شخصية يتعامل بها أصحابها ويترتب عليها إفشاء لا إرادي لبيانات أو معلومات تتعلق بهم، ويستغلها الغير؛ مما يشكل انتهاكاً حقيقياً لمعطياتهم الشخصية ولحرمة الحياة الخاصة المقررة بقانون المعلوماتية والحريات الفرنسي الصادر ١٩٧٨. انظر: Claude Bourgeois, "commerce électronique et protections du consommateur" 1997. p. 8 htm. www.paris.1-fr/travaux/mémoire/bourgeois/htm.

(٢) انظر: د/ حسني حسن المصري "الكمبيوتر وسيلة فنية لانسياب المعلومات عبر الحدود الدولية وصور استغلاله التجاري الدولي - أبحاث مؤتمر الكويت الأول للقانون والحاسب الآلي - ١٩٩٤ - ص ٢٥٩.

(٣) انظر: د/ إبراهيم أبو الليل - الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية - ٢٠٠٣ - ص ٦٠. وأيضاً: - J.C.P - 2004 - droit de internet ed entreprise et affaires -

### ٣ - المبادئ التي وضعتها مجموعة العمل الكندية في أغسطس ١٩٩٩:

وضعت مجموعة العمل الكندية بعض المبادئ المتعلقة بالتجارة الإلكترونية تحت عنوان "الاستهلاك والتجارة الإلكترونية" تحت رعاية وإشراف مكتب الاستهلاك والصناعة الكندي، وقد تناولت هذه المبادئ بعض القواعد التي تحكم حماية المستهلكين في التجارة الإلكترونية<sup>(١)</sup>؛ حيث نص المبدأ رقم (٣) على حماية البيانات الشخصية للمستهلكين: وبموجب هذا المبدأ يجب على التجار والوسطاء احترام الأسس المتعلقة بحماية هذه البيانات بما يتفق مع القواعد الدولية النموذجية الخاصة بحماية البيانات الشخصية المسماة بـ CSA وهي:

- (١) من حيث مسؤولية الجهة التي تتلقى هذه البيانات عن سريتها.
- (٢) من حيث تحديد الأغراض التي تم تجميع البيانات الشخصية من أجلها.
- (٣) ضرورة موافقة المستهلك وإعلامه عن تجميع بيانات شخصية متعلقة به قبل استخدامها وتداولها.
- (٤) الاستعمال المشروع والمحدد من حيث النطاق الزمني لهذه البيانات الشخصية.
- (٥) تحديد استخدام الاتصالات الإلكترونية وحفظها.
- (٦) الشفافية Transparency.
- (٧) إجراءات الأمان المتعلقة بحفظ هذه البيانات.
- (٨) إمكانية تقديم شكوى في حالة عدم احترام هذه الأسس أو المبادئ.

### ٤ - قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي رقم ٨٣/٢٠٠٠:

تناول المشروع التونسي في الباب السادس من قانون المبادلات حماية المعطيات الشخصية، ويمكن القول: إنه قد حاول توفير نوع من الحماية للمستهلك حينما أوجب الحصول على موافقة هذا الأخير قبل معالجة المعطيات

(١) Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique " le Cadre Canadien" sur le web: [http://strategis.ic.gc.ca\(bc\)](http://strategis.ic.gc.ca(bc))

الشخصية الخاصة به من جانب مزود خدمات المصادقة الإلكترونية وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يحدث ويسلم ويتصرف في شهادات المصادقة الإلكترونية، ويسدي خدمات أخرى ذات علاقة بالتوقيع الإلكتروني.

كما نص في الفصل (٣٩) منه على عدم جواز استخدام هذه المعطيات الشخصية التي تم تجميعها لغير الهدف أو الغاية التي جُمعت من أجلها.

ونرى أنه، من الأهمية بمكان وضع نظام قانوني أو ضوابط لاستخدامات الإنترنت لحفظ حقوق المستهلكين وحمايتهم، ويمكن الوصول إلى ذلك من خلال اتفاقية دولية بحيث تضع نظاماً عالمياً تلتزمه الدول؛ لأن الإنترنت - كما رأينا - يتميز بطابعه الدولي والطلاق.

## المطلب الثاني في التوجيهات الأوروبية

١ - في التوجيه الأوروبي (CE/٥٨/٢٠٠٢) الخاص بحماية المعطيات الخاصة في نطاق الاتصالات الإلكترونية (المسمى بتوجيه الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية) Directive Vie privée et Communication électronique<sup>(١)</sup> - عبرت المادة السادسة من هذا التوجيه عن مخاطر الإنترنت على الحياة الخاصة والمعطيات الشخصية للمستهلكين بقولها "أدى الإنترنت إلى قلب الكيانات التجارية التقليدية، حيث قدم بنيه تحية عالمية لتوفير أكبر قدر من خدمات الاتصالات الإلكترونية، مما أتاح وسائل جديدة مفتوحة للجمهور. ولكنه في نفس الوقت أدى إلى خلق مخاطر جديدة

(١) Cynthia Chassigneux "la Protection des données Personnelles en France".  
www.lex-electronica.org.

وانظر أيضاً:

Directive Vie Privée et communications électronique de 12 Juillet 2002 - <http://Lex./directive vie privée et communications électronique du 12 Juillet 2002>.

تجاه المعطيات ذات الطابع الشخصي والحياة الخاصة". وسوف نحاول أن نتناول قواعد الحماية وفقاً لهذا التوجيه نظراً لأهميته:

## أهداف التوجيه:

يهدف هذا التوجيه إلى حماية الحق في الحياة الخاصة فيما يتعلق بمعالجة المعطيات الشخصية، وقد تناول التوجيه هذه الأمور:

- ١ - سرية الاتصالات الإلكترونية.
- ٢ - جمع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها.
- ٣ - الرسائل الإلكترونية غير المرغوب فيها والمسماة بـ Spamming، وقد تحدثنا عن الرسائل الإلكترونية غير المرغوب فيها في بداية هذه الدراسة، فنحيل إليها منعاً للتكرار.

## سرية الاتصالات الإلكترونية:

نصت المادة الخامسة من هذا التوجيه على الآتي:

"تضمن الدول الأعضاء في تشريعاتها الوطنية، سرية الاتصالات التي تجرى عبر الشبكة العامة للاتصالات الإلكترونية لديها والتي تُعرض على الجمهور، كما تضمن هذه الدول سرية المعطيات المتعلقة بالتجارة المتصلة بها. وعلى وجه الخصوص، على هذه الدول حظر السماع أو التنصت أو تخزين المعطيات الشخصية بواسطة أي شخص أو مستخدم للإنترنت ..."

وأكدت المادة (٨) من التوجيه ذلك، حيث أوضحت من بين أهداف التوجيه التنسيق بين النصوص التشريعية واللائحية والتقنية التي تتبناها الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، فيما يخص حماية المعطيات الشخصية والحياة الخاصة، والمصالح المشروعة للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين في مجال الاتصالات الإلكترونية، من أجل تجنب العقبات في السوق الداخلي للاتصالات الإلكترونية، وأيضاً لضمان تطوير شبكات جديدة لخدمات الاتصالات الإلكترونية بين الدول الأعضاء.

---

وحظرت المادة السادسة من هذا التوجيه جمع المعطيات الشخصية أو الاحتفاظ بها لغير الغرض الذي تم جمعها من أجله. نخلص من ذلك، إلى أن معظم التشريعات الوطنية والتوجيهات الأوروبية قد حرصت على كفالة سرية الاتصالات الإلكترونية وما تتضمنه من معطيات شخصية تتعلق بالمستهلكين، مما يؤدي إلى تقوية الثقة في المعاملات الإلكترونية.

## الخاتمة

أدى التطور السريع للإنترنت والتجارة الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت إلى خلق نوع من التحدي un défi لقواعد القانون. حيث تساءل الفقهاء والمشرعون عن مدى إمكانية التوافق أو الانسجام مع هذه البيئة الإلكترونية الجديدة.

فقد حاولت الأنظمة القانونية في الدول المختلفة أن تعيد النظر في تشريعاتها الداخلية وتعديلها بما يتواءم مع التطور التقني الحديث في هذا العالم المتغير<sup>(١)</sup>.

واتخذت الدول الأوروبية خطوات يحتذى بها في هذا المجال، حيث قام البرلمان الأوروبي والاتحاد الأوروبي بصياغة توجيهات Directives، من هذه التوجيهات - كما أشرنا - التوجيه الأوروبي رقم CE/٣١/٢٠٠٠ الصادر في ٨ يونيو عام ٢٠٠٠ والخاص بالتجارة الإلكترونية، والتوجيه الأوروبي رقم ٧/٩٧ CE المتعلق بحماية المستهلكين في البيع عن بُعد، وهي تهدف إلى إلزام الدول الأعضاء توفير قواعد حمائية يتمتع بها المستهلكون في هذه الدول. ومن خلال التوجيه الأوروبي "الخاص بالعقود عن بُعد" نجد أن هدفه هو حماية الطرف الضعيف في التعاملات الإلكترونية، وهو المستهلك. ولكن لنا أن نطرح السؤال الآتي: هل تؤدي هذه الحماية المتزايدة للمستهلك إلى إلحاق الضرر بمصالح الطرف الآخر في هذه التعاملات وهو التاجر أو المهني متعهد توريد السلع أو مقدمي الخدمات على الرغم من أهمية الدور الاقتصادي الذي يقوم به هؤلاء في تقديم ودفع عجلة التجارة عبر الإنترنت؟

(١) S.Dusollier et L.R jacquemyns " le défi du droit face au Commerce électronique: les initiatives de l'union européenne - in Revue Systèmes d'informations et management - No.1 - vol 5 - 2000.

يمكن الرد على ذلك بوضوح وهو أن هذا الطرف الآخر في العقد عبر الإنترنت هو مشروعات ومهنيون يعتبرون الأقوى اقتصادياً، بما لديهم من خبرة وثقل مادي وملكية للمعرفة الفنية Savoir faire/know how التي يفتقدها المستهلكون بوجه عام.

لذا تخصص معظم الدول في تشريعاتها الوطنية قواعد أمره<sup>(١)</sup> في عقود الاستهلاك تتعلق بحماية المستهلكين وحماية حياتهم الخاصة والمعطيات الشخصية لهم؛ وقواعد الوفاء أو الدفع الإلكتروني؛ إذ إن حماية المستهلك تُعد ركناً أساسياً لسياسة الإصلاح الاقتصادي.

ويرتبط تطور التجارة الإلكترونية - بشكل عام - والتعاملات الإلكترونية بوجود ضمانات حول سرية انتقال المعلومات والمعطيات، والدفع (الوفاء) عبر شبكة الإنترنت، وبالإضافة إلى هذه السرية يجب إعطاء التوقيع الإلكتروني الصادر عن الأطراف حجية معينة في الإثبات.

- ومن الملاحظ أن التنظيم القانوني للتعاملات الإلكترونية في دولنا العربية، مازالت تسير ببطء شديد، بالنظر إلى التطور السريع في استخدام الوسائط الإلكترونية، وربما يرجع السبب في ذلك إلى هيمنة الأطر التقليدية والتفكير النمطي السائد بين القانونيين والتجار، وهذا التفكير يتحفظ على كل ما هو جديد، وربما يرجع ذلك - في رأينا الشخصي - إلى التخوف من المخاطر الأمنية التي تتمثل في الاختراقات الإلكترونية وعدم سرية المعلومات والبيانات التي تتداولها الشركات وغيرها عن طريق الإنترنت.

(١) من ذلك المادة ٢٠/١٢١ من تقنين الاستهلاك الفرنسي، فلا يجوز للمهني الاتفاق مع المستهلك على ما يخالف هذه القواعد المتعلقة بحمايته وإلا وقع الاتفاق باطلاً، انظر: J.M.Bruguier "Commerce électronique et protection du consommateur - juris-class- fas 860- dec 2002 - No. 64

## أهم التوصيات

أولاً: في ظل نظام العولمة، وسريان اتفاقية الجات والطابع الدولي للتعاملات الإلكترونية، لعله من المناسب أن يتدخل المشرع المصري بقواعد قانونية جديدة، وليس بمشروع قانون، وتخصيص قواعد لحماية المستهلكين، مهتدياً في ذلك بأمرين:

- الأول: القواعد التي أتت بها الشريعة الإسلامية في هذا الصدد.
- الثاني: التوجيهات الأوروبية والتوصيات التي أصبحت في مرحلة تطور مستمر.

حيث نجد أن هناك فراغاً تشريعياً، حتى فيما يتعلق بالتجارة التقليدية بوجه عام والتجارة الإلكترونية بوجه خاص. وما يتم حالياً هو ضم بعض مبادئ حماية المستهلك لمشروع قانون المنافسة ومنع الاحتكار، ولكن ذلك لن يحقق النتيجة المرجوة لحماية المستهلك، ويرجع ذلك إلى أن مشروع قانون المنافسة ومنع الاحتكار ينظم العلاقة بين المنتجين والتجار، بينما تبدو حماية المستهلك في العلاقة بين المنتجين والمستهلكين؛ وقد صدر حالياً قانون ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ المصري<sup>(١)</sup>، ويهدف إلى حماية المستهلك في الصحة والسلامة عند استعماله للمنتجات وحقه في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم له، وحقه في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات، وحقه في الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد، وحقه في المشاركة في

(١) قانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الخاص بحماية المستهلك - الجريدة الرسمية ٢٠ مايو ٢٠٠٦ - عدد (٢٠) مكرر، السنة ٤٩. وقد نص المشرع على إنشاء جهاز يسمى "جهاز حماية المستهلك" لتطبيق أحكام هذا القانون، وللجهاز التحقيق في الشكاوى التي تقدم له، والتنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة ودراسة الاقتراحات والتوصيات من أجل الحفاظ على مصالح المستهلك.

المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك، وحقه في رفع الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها، وذلك بتوفير إجراءات سريعة وميسرة ودون تكلفة، كما كفل له الحق في الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله من جراء شراء المنتجات أو استخدامها أو تلقي الخدمات (المادة ٢) وكل هذه الحقوق يمكن للمشرع المصري اقتباس ما يتناسب مع البيئة الإلكترونية لوضع تشريع يتعلق بحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.

- وقد ذهب بعض المشرعين على المستوى الدولي إلى تخصيص قواعد قانونية خاصة لحماية المستهلكين (مثل المشرع الكندي - مقاطعة كيبيك) حيث خصص قواعد لحمايتهم.

ثانياً: تعاني معظم الدول النامية غياب الإطار التشريعي المتعلق بالتجارة الإلكترونية، لذا يجب تخصيص قواعد قانونية أمره لحماية الطرف الضعيف وهو المستهلك، حيث إن القواعد القانونية الكائنة في التشريعات المختلفة (وبخاصة التشريعات العربية) تقدم - فقط - حلاً جزئياً للصعوبات والمخاطر التي تحيط بالصفقات التجارية عبر الفضاء الإلكتروني.

لذا يُفضل أن تتفق الدول العربية على وضع اتفاقية موحدة للتجارة الإلكترونية ووسائل كفيلة بحماية المستهلكين فيها بما يعود بالنفع على زيادة حجم هذه التجارة في الوطن العربي؛ حيث إنها مازالت ضئيلة مقارنة بغيرها من الدول الأوروبية والآسيوية.

ثالثاً: مازال كثير من المستهلكين مترددين تجاه التجارة الإلكترونية، ويرجع ذلك إلى قلة الثقة في النزاهة في التجارة عبر الإنترنت وفي المحلات التجارية الافتراضية virtual shops، وفي مدى سرية وسائل الوفاء أو الدفع الإلكتروني، وتُعد الثقة من أهم عوامل نجاح التجارة الإلكترونية، لذا يجب العمل

على توفير أكبر قدر من الثقة للمستهلكين، وذلك بوضع نظم معلوماتية تكفل لهم معرفة حقيقة وجود المشروعات أو المهنيين الذين يتعاملون معهم وحمايتهم ضد الاحتيال والقرصنة المعلوماتية<sup>(١)</sup>.

رابعاً: ضرورة وجود اتفاقيات دولية موحدة للتجارة الإلكترونية وحماية المستهلكين بحيث تضم أهم ما يحرص عليه هؤلاء الأخيرون من ثقة في التعامل وحماية لوسائل الدفع، وحماية المعطيات الشخصية الخاصة بهم، بحيث تكون هذه الاتفاقية الدولية ملزمة لجميع الدول المنضمة إليها؛ بما يتناسب مع التجارة عبر الإنترنت؛ لأنها تتعدى حدود الدول.

---

(١) أنشأت بعض الدول أجهزة متخصصة لتقديم المشورة للمستهلك قبل إقدامه على إبرام بعض العقود مثل عقود الائتمان، ونرى إمكانية تطبيق ذلك على التعاملات الإلكترونية، وانظر - حماية المستهلك في إطار العمليات الائتمانية - د/ جمال النكاس بحث مقدم لمؤتمر عن الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - جامعة الكويت - كلية الحقوق - مارس ٢٠٠٦ - ص ٤١٩.

## أهم المراجع

أولاً - المراجع باللغة العربية\*

(المراجع العامة والمراجع المتخصصة):

د / إبراهيم الدسوقي أبو الليل:

- الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية - ٢٠٠٣ - مطبوعات جامعة الكويت.
- حماية رضا المستهلك تجاه تسرعه في التعاقد " دراسة لخيار المستهلك في الرجوع في تعاقدته " بحث مقدم إلى مؤتمر الإعلام والقانون كلية الحقوق، جامعة حلوان - مارس ١٩٩٩.
- الرجوع في التعاقد كوسيلة لحماية الرضا- مجلة المحامي - الكويت - ص ٨ - ١٠١.
- التوقيع الإلكتروني ومدى حجيته في الإثبات- دراسة مقارنة - حلقة نقاشية لمناقشة مشروع قانون التجارة الإلكترونية الكويتي بتاريخ ٥/٤/٢٠٠٥.
- العقد غير اللازم- دراسة مقارنة في الشريعة والقانون - ١٩٩٤.
- نحو إطار قانوني لحماية المستهلك تجاه العقود الائتمانية - بحث مقدم لمؤتمر الجوانب القانونية للعمليات التمويلية - جامعة الكويت - كلية الحقوق - مارس ٢٠٠٦.

\* تم ترتيب أسماء السادة المؤلفين وفقاً للترتيب الأبجائي.

د / أحمد السعيد شرف الدين:

- عقود التجارة الإلكترونية (تكوين العقد وإثباته) - دروس الدكتوراه - لدبلوم القانون الخاص - جامعة عين شمس - ٢٠٠٠/٢٠٠١.

د / أحمد السعيد الزقرد:

- حق المشتري في إعادة النظر في عقد البيع بواسطة التلفزيون - مجلة الحقوق بالكويت - ١٩٩٩.

د / أحمد عبد الرحمن الملحم:

- وسائل الدفع الإلكتروني - ورقة عمل مقدمة في مؤتمر الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني - الكويت - ٢٠٠١.

د / أحمد عبد الكريم سلامة:

- حماية المستهلك في العقود الدولية الإلكترونية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية - دبي - أبريل ٢٠٠٣.

د / أسامة أبو الحسن مجاهد:

- خصوصية التعاقد عبر الإنترنت - ٢٠٠٠ - دار النهضة العربية.

د / أسامة أحمد بدر - ٢٠٠٥:

- حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دار النهضة العربية.

د / جابر عبد الهادي الشافعي:

- مجلس العقد في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي - ٢٠٠١ - دار الجامعة الجديدة.

د / جمال فاخر النكاس:

- إبرام العقود الإلكترونية في ضوء أحكام القانون الكويتي والمقارن - ورقة عمل مقدمة إلى ندوة الجوانب التنظيمية والقانونية للاتصال الإلكتروني - نوفمبر ٢٠٠١.

**د/ حسام الدين فتحي ناصف:**

- حماية المستهلك من خلال قواعد تنازع القوانين - دار النهضة العربية - ٢٠٠٤.

**د / حسام الدين كامل الأهواني:**

- إثبات عقود التجارة الإلكترونية - بحث مقدم إلى مؤتمر القانون وتحديات المستقبل في العالم العربي - الكويت - ١٩٩٩.

**د / حسن عبدالباسط جميعي:**

- إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت - ٢٠٠١ - دار النهضة العربية.

**د / حمد الله محمد حمد الله:**

- حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك - ١٩٩٧.

**د / حمدي عبدالرحمن:**

- الاتجاهات القانونية العامة في حماية المستهلك - - بحث منشور في أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة الإسلامية - بورسعيد - مايو ١٩٩٥.

**رامي محمد علوان:**

- التعبير عن الإرادة عن طريق الإنترنت وإثبات التعاقد الإلكتروني - بحث منشور بمجلة الحقوق - ديسمبر ٢٠٠٢.

**د / رضا عبيد:**

- الآثار القانونية للتحويل المصرفي - بحث منشور في أعمال المؤتمر العلمي لكلية الحقوق - جامعة بيروت - ٢٠٠٥.

**د / سميحة القليوبي:**

- الأوراق التجارية وأساليب الوفاء الحديثة - دار النهضة العربية - ٢٠٠٥.

أ / سمير برهان:

- "إبرام العقود في التجارة الإلكترونية" - جريدة الأهرام الاقتصادي - ٢٠٠٥.

د / السيد محمد عمران:

- حماية المستهلك أثناء تكوين العقد- منشأة المعارف بالإسكندرية - ١٩٨٦

د/عايض راشد المري:

- الإثبات بالوسائل التكنولوجية الحديثة - بحث مقدم في ندوة وزارة العدل حول الجوانب التنظيمية والقانونية للإشكال الإلكتروني بالتنسيق مع الأمانة العامة لدول مجلس التعاون - الكويت - ٣-٥ نوفمبر ٢٠٠١.

د / عبد الرزاق السنهوري:

- الوسيط في شرح القانون المدني - المجلد الأول - الطبعة الثالثة - ١٩٨١.

د / عبدالفتاح بيومي حجازي:

- النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٢- دار الفكر الجامعي.

د / عبدالفضيل محمد أحمد:

- الأوراق التجارية - دار النهضة العربية- ٢٠٠٠.

د/عدنان إبراهيم سرحان:

- الوفاء (الدفع) الإلكتروني - بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون - دولة الإمارات العربية - ٢٠٠٣.

د / فاروق محمد أحمد الأباصيري:

- عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية - ٢٠٠٢.

د / محمد إبراهيم أبو الهيجاء:

- عقود التجارة الإلكترونية - الأردن - ٢٠٠٥.

د / محمد أحمد جستنية:

- مدى حجية التوقيع الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية- رسالة  
دكتوراه - جامعة القاهرة - ٢٠٠٥.

د / محمد بهجت قايد:

- الأوراق التجارية الإلكترونية - دار النهضة العربية - ٢٠٠١.

د / محمد حسام لطفي:

- الإطار القانوني للمعاملات الإلكترونية- النشر الذهبي للطباعة- القاهرة -  
٢٠٠٢

د / محمد حسين منصور:

- المسؤولية الإلكترونية - ٢٠٠٣ - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية.

د / محمد الرومي:

- التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت - دار المطبوعات، ٢٠٠٤.

محمد شكري سرور:

- التجارة الإلكترونية ومقتضيات حماية المستهلك - بحث مقدم للمؤتمر  
العلمي الأول حول الجوانب القانونية - دبي - أبريل ٢٠٠٣.

د / محمد المرسي زهرة:

- الحماية القانونية للمستهلك في دولة الإمارات العربية المتحدة - منشورات  
ندوة الثقافة والعلوم - ١٩٩٦

د / محمود سمير الشرقاوي:

- العقود التجارية الدولية - دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع -  
١٩٩٢ - دار النهضة.

د / مصطفى طه ووائل بندق:

- الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة - دار النهضة العربية  
- ٢٠٠٥.

د / نبيل محمد أحمد صبيح:

- بعض الجوانب القانونية لبطاقات الوفاء والائتمان المصرفية - بحث  
منشور بمجلة الحقوق - الكويت - ٢٠٠٣.

د / هاني محمد دويدار:

- الوفاء بالأوراق التجارية المعالجة إلكترونياً - ٢٠٠٣.

د / وسيم شفيق الحجار:

- الإثبات الإلكتروني - الأردن - ٢٠٠٢.

ثانياً - المراجع باللغة الفرنسية:

- J. M.bruguiere: "commerce electronique et protection du consommateur" Jurisclass- Com. Fascicule- 860-2002.
- J Calais-Auloy et F Steinmetz "Droit de la Consommation" Dalloz 1996.
- J Ghestin "traite de droit civil" paris - 1988.
- Marie Demolin "la notion de support durable " dans les contrats a distance: une centrefacon de L' ecrit? in revue européenne de droit de la consommation 2000.
- C.Rojinsky et G Teisonniere: "l'encadrement du Commerce électronique par la loi No 2004 - 575 du 21 Juin 2004 Pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) in J.c.p ed (G) 2004.
- G paisant "la notion de consommateur protégé contre les clauses abusives" in j.c.p ed (G) 2002.
- J. Passa "Commerce électronique et protection du Consommateur, in le Dalloz - Cahier droit des affaires - 2002.
- Vincent vigneau "trente ans de jurisprudence sur la notion du consommateur" recueil Gaz pal- sep/ oct. 2002.
- j. Mestre " des notions de consommateur" R.T.D. civ. 1989.

- J pizzo et j. frank " Droit de la consommation" in - recueil le dalloz - cahier droit des affaires -2002.
- Niboyet.M-L " contrats internationaux " j. class-DR.int 1998.
- Sylvette Guillemard: "le cyber consommateur" est mort, vive, l'adhèrent" in Journal du droit international- 2004.

#### أحكام القضاء الفرنسي وتعليقات عليها في هذا الموضوع:

- C.A Paris, 17 sep 1997, Contrats- con consom 1998- comm- 127 obs. G Raymond.
- T.G.I de Paris (refere) 15 Janvier 2002 - le Dalloz 2002 - no 13 p 1138 "Courriers électroniques Publicitaires et responsabilités.
- Cass. 1 re civ, 23 fev 1999 -Revue générale dc droit dec affaires,1999,p326.

#### ثالثاً – مواقع إلكترونية على الإنترنت:

- Serge Parisien "la Protection accordee aux Consommateurs et le Commerce électronique" in [www.jurisint.org](http://www.jurisint.org).
- Bernard Brun"les Mécanismes de Paiement sur intrnet" 20/10/1999-[www.Juris.com.net](http://www.Juris.com.net) < <http://www.Juris.com.net> > .
- Cynthia Chassigneux "la Protection des données Personnelles en France". [www.lex-electronica.org](http://www.lex-electronica.org).
- Le spamming dans le Commerce électronique [www.\(e.Jurist.org.\)](http://www.e.Jurist.org)
- Lionel thoumyre "Mise en Scène des nouveaux Moyens de paiement sur INTERNET" [www.Juris.com.net](http://www.Juris.com.net) < <http://www.Juris.com.net> > .
- sophie louveaux "le Spamming" Etat de la question in [www.droit](http://www.droit.fundp.ac.be) < [http://www.droit](http://www.droit.fundp.ac.be) > fundp.ac.be.
- Spam:l'état du droit en France.[www.\(CNil.fr\)](http://www.CNil.fr).
- Thibault Verbiest "Commerce électronique la nouvelle loi belge" 2000 [jusus](http://www.jusis.com.net) < [http://www.jusis](http://www.jusis.com.net) > com.net.
- Y. Pouillet " INTERNET et vie privée entre risques et espoirs, in le Journal des tribunaux, 17 Février 2001, [www.droit.technologie.org](http://www.droit.technologie.org) < <http://www.loroit.technologie.org> > .
- la base des Contrats du commerce électronique - [www lexinter net](http://www.lexinter.net) / [lex Electronica](http://www.lex-electronica.org) / [contrats en ligne.htm](http://www.contrats-en-ligne.htm).
- isabelle Cahen, la Formation des Contrats de commerce électro-

- 
- nique -1999- [www. juriscom.net](http://www.juriscom.net).
  - la vente a distance. [www lexinter net](http://www.lexinter.net)
  - G. Mathies et A Menais “les enjeux de la monnaie électronique”  
[www.Juris.com.net](http://www.Juris.com.net) < <http://www.Juris.com.net> >
  - Giovanni Maria Riccio “la nouvelle loi italienne sur le commerce  
électronique [Http/ www.juris.com.net](http://www.juris.com.net)
  - Bernard Brun “les Mécanismes de Paiement sur intrnet” 1999-  
[www.Juris.com.net](http://www.Juris.com.net) < <http://www.Juris.com.net> > .
  - [www.leJournal-du-Net.com](http://www.leJournal-du-Net.com) < <http://www.leJournal-du-Net.com> >  
[www.digicash.com](http://www.digicash.com).
  - [www.strategis.ic.gc.ca/bc](http://www.strategis.ic.gc.ca/bc)
  - Ch. Masse “la Publicité trompeuse dans le commerce électronique -  
dec 2000 [www.juris.com.net](http://www.juris.com.net) < <http://www.juris.com.net> > .