



## انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية

### للمستهلك الإلكتروني

### دراسة تحليلية مقارنة

إعداد

الدكتور / ياسر محمد المعني

استاذ القانون الجنائي المساعد

كلية الحقوق جامعة طنطا

بريد الكتروني : [yasser-ellamey@hotmail.com](mailto:yasser-ellamey@hotmail.com)

الملخص باللغة العربية :

مما لا شك فيه أن التطور التكنولوجي المتلاحق للوسائل التكنولوجية وخدمات الاتصالات وآليات ممارسة التجارة الإلكترونية، قد رافقتها موجات كبيرة من الانتهاكات والسلوكيات غير المشروعة، الأمر الذي تسبب في ظهور العديد من الصور الجديدة من الجرائم خاصة المتعلقة بالاحتيال والغش والخداع والتضليل والإزعاج عبر الوسائط الإلكترونية وعلى مواقع وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت المختلفة، وتطبيقات البرامج الإلكترونية على الهواتف النقالة الذكية والأجهزة الإلكترونية الحديثة المختلفة. ولمواجهة ذلك فقد حاول الفقه والمشرع في التشريعات المقارنة البحث عن الوسائل والأساليب الناجعة لمكافحة هذه الظواهر الإجرامية الحديثة والتي تمثل انتهاكاً واعتداءً على حقوق المواطنين وخاصة من جمهور المستهلكين الإلكترونيين.

كل ذلك يثير العديد من التساؤلات القانونية حول انعكاسات السياسة الجنائية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، هل فعلاً يتمتع المستهلك الإلكتروني بكافة عناصر الحماية الجنائية لمواجهة مخاطر المعاملات التجارية الإلكترونية سواء أثناء مرحلة التفاوض أي قبل التعاقد، أو أثناء التعاقد، أو بعد التعاقد المبرم عبر الإنترنت أو عن بعد أو مازال نحتاج إلى تطوير السياسة التشريعية لمواجهة هذه الظواهر الإجرامية. وكذلك نتناول دراسة انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على آليات حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، علاوة على ذلك نستعرض انعكاسات السياسة التشريعية على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الصور الاستهلاكية الحديثة ووسائل الدفع والتوقيع الإلكتروني وكافة الممارسات الاحتكارية وغيرها من الممارسات التجارية غير المشروعة.

**الكلمات المفتاحية :**

السياسة التشريعية المعاصرة - الحماية الجنائية للمستهك الإلكتروني - الممارسات التجارية غير المشروعة - خصوصية البيانات الشخصية للمستهك الإلكتروني - مكافحة الخداع والتضليل للمستهك الإلكتروني - حماية التوقيع للمستهك الإلكتروني - الحماية الجنائية للمستهك في عقود التايم شير.

الملخص باللغة الإنجليزية :

There is no doubt that the successive technological development of technological means, communication services and mechanisms for practicing electronic commerce has been accompanied by large waves of illegal violations and behaviors, which has caused the emergence of many new forms of crimes, especially those related to fraud, fraud, deception, misleading and disturbance through electronic media and on websites. Social media, various internet networks, and electronic software applications on smart mobile phones and various modern electronic devices. In order to confront this, jurisprudence and the legislator in comparative legislation have tried to search for effective means and methods to combat these modern criminal phenomena, which represent a violation and assault on the rights of citizens, especially from the mass of electronic consumers.

All this raises many legal questions about the repercussions of contemporary criminal policy on the criminal protection of the electronic consumer. Does the electronic consumer really enjoy all the elements of criminal protection to face the risks of electronic commercial transactions, whether during the negotiation stage, i.e. before the contract, during the contract, or after the contract concluded via the Internet? Or remotely, or we still need to develop legislative policy to confront these criminal phenomena.

We also study the implications of contemporary legislative policy on mechanisms for protecting the privacy of personal data of the electronic consumer, in addition to reviewing the implications of legislative policy on the criminal protection of the electronic consumer from modern consumer images, payment methods, electronic signatures, and all monopolistic practices and other illegal commercial practices.

## المقدمة :

مما لا شك فيه أن الحاجة هي تلك الحالة التي تحفز الطاقة الداخلية التي ينجم عنها نشاط السلوك الاستهلاكي لجمهور المستهلكين وخاصة المستهلك الإلكتروني. فبمجرد أن يدرك الإنسان أن به حاجة يتنبه إلى الهدف من وراء حاجته ويسير في اتجاه هذا الهدف من أجل استيفاء هذه الحاجة لاسيما وإن كانت ملحة. ولقد بات واضحاً الآن أن التطور الإلكتروني وأنظمة جمع وتحليل البيانات الشخصية وأنظمة الذكاء الاصطناعي تلعب دور المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي الجديد، متمثلة في صناعات الحاسبات الآلية، والاتصالات، والإلكترونيات والبيانات والروبوتات وأنظمة الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة. وتعد هذه الصناعات من أكبر الصناعات العالمية الآن وأكثرها ديناميكية ونمواً، ومن المتوقع أن يحرز عصر البيانات والمعلومات والذكاء الاصطناعي أعظم انطلاقة وأضخم تعزيز للاقتصاد العالمي خارج نطاق المجال العسكري على مدار التاريخ، بل أصبح الآن محرك التقدم للتكتلات الاقتصادية التجارية العظمى في دول آسيا وأوروبا وأمريكا في القرن الحالي<sup>(١)</sup>.

وتأسيساً على ذلك فقد كان للتقدم التكنولوجي الكبير والسريع الأثر على عملية ربط العالم بشبكات إلكترونية جعلت منه خلية مترابطة بشكل قوي ومتماسك. لكن هذه الشبكة فور ظهورها رافقتها موجات كبيرة من الانتهاكات والسلوكيات غير القانونية،

<sup>١</sup> - Management Advisory Services & Publications (MASP) How to Prevent, Detect and Combat Business Fraud and Technology and Infrastructure Abuse -Best Strategies and Practices & an Action Plan to Secure Your Company, The Information Technologies Control, Security Auditing and Business Continuity Company, Wellesley Hills, - map-47 - May, 2001.

الأمر الذي تسبب في ظهور العديد من الصور الجديدة من الجرائم خاصة المتعلقة بالاحتيال والغش والتضليل والإزعاج عبر الوسائط الإلكترونية وعلى مواقع وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت المختلفة، وتطبيقات البرامج الإلكترونية على الهواتف النقالة الذكية والأجهزة الإلكترونية الحديثة المختلفة. ولمواجهة ذلك فقد حاول الفقه والمشرع في التشريعات المقارنة البحث عن الوسائل والأساليب الناجعة لمكافحة هذه الظواهر الإجرامية الحديثة والتي تمثل انتهاكاً واعتداءً على حقوق المواطنين وخاصة من جمهور المستهلكين الإلكترونيين، ومن ثم العمل على مكافحة الغش والاحتيال والتضليل والصورة الأخرى من الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة. وبالرغم أن بعض المستهلكين قد يرفضون التعامل من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة لمخاوفهم من التعرض للغش والاحتيال والنصب أو لعدم المعرفة الإلكترونية، فإن اتساع حجم التجارة الإلكترونية أصبح ليس بالإمكان إيقافه، وبخاصة للأنشطة التجارية والحكومية. وتقدر دراسة Forrester حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات بنحو ٢,٧ تريليون دولار في عام ٢٠٠٤، في حين تتوقع مجموعة Gartner Group بأنها سوف تصل إلى ٧ تريليون دولار<sup>(١)</sup>.

<sup>١</sup>- فأكثر من ٢٥٠,٠٠٠ حادثة غش مالي عبر الشبكة قد تم تسجيلها في بريطانيا فقط عام ٢٠٠٧، بزيادة بلغت ٢٠% عن تلك التي تم تسجيلها في العام الذي سبقه. جاء ذلك في تقرير صدر مؤخراً حول الجرائم الإلكترونية أن هذه الجرائم في ازدياد مستمر. وذكر التقرير الذي أصدرته مؤسسة جارليك Garlik، التي تُعنى بكشف الغش الذي يجري عبر شبكة الإنترنت. وقدّر التقرير أن أكثر من ثلاثة ملايين ونصف جريمة إلكترونية قد تمت، بزيادة قدرها ٩% مقارنة بعام ٢٠٠٦. وأضاف أن حالات الغش المتعلقة بجرائم الهوية بلغت ٨٤,٠٠٠ حالة. وسجلت أعلى حالات سرقة للوثائق عبر الشبكة، معلومات تتعلق بجوازات السفر غير البريطانية وفواتير الخدمات ومن ثم جوازات السفر البريطانية. وأوضح التقرير الذي نشر على موقع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات بالمملكة المتحدة أن تباطؤ النمو الاقتصادي وتزايد المعرفة بالسرقات عبر شبكة الإنترنت ربما تؤدي إلى المزيد من الأفراد الذين يلجؤون إلى الجرائم الإلكترونية. وكشف التقرير أن الجرائم الإلكترونية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وفي عام ٢٠١١ أثبتت الدراسات أن المستهلك يقوم بأنشطة التسوق عبر الإنترنت من خلال شبكات وسائل التواصل الاجتماعي حيث أن ٦٠ % من المستهلكين ممن يبحثون عن المنتجات عبر الإنترنت يتعرفوا على المنتج من خلال شبكات وسائل التواصل الاجتماعي، و٥٣% من المستهلكين يبحثوا عن الماركات والعلامات التجارية التي اعتادوا عليها والتي تحظى بثقتهم من خلال هذه المواقع الإلكترونية<sup>(١)</sup>. بالإضافة إلى ذلك فإن جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩) والتي بدأت في عام ٢٠٢٠ ومازالت مستمرة حتى الآن أدت إلى تطبيق تدابير صحية لمنع الاختلاط والتباعد الاجتماعي مما أجبر المستهلكين إلى اللجوء إلى شبكات الإنترنت ومواقع وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية من خلال الهواتف النقالة الذكية من أجل التسوق واستيفاء حاجاتهم الاستهلاكية، وبالتالي ارتفعت نسبة التسوق الإلكتروني خلال فترة جائحة فيروس كورونا المستجد، مما أدت بالتبعية معه إلى ارتفاع نسبة جرائم المتعلقة بانتهاك حقوق المستهلك الإلكتروني.

وبالتالي تظهر الحاجة إلى حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً كنوع من التنظيم الحكومي والمجتمع المدني للعمل على حماية مصالح المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، والتي توليه السياسة التشريعات

---

تسببت في خسائر تقدر بحوالي ٥٣٥ مليون جنيه إسترليني. لكن التقرير أظهر أن هناك انخفاضاً كبيراً في حالات الغش المصرفية عبر الإنترنت بفضل الضوابط التي تطبقها البنوك. هذا وقد استند التقرير إلى بيانات تقديرية تم الحصول عليها بالتعاون مع كبار علماء الجريمة. وذكرت مؤسسة جارليك أن هذه الخطوة كانت ضرورية في غياب بيانات عن جرائم الشبكة من قبل الحكومة، موجود على الموقع الإلكتروني: [www.alriyadh.com](http://www.alriyadh.com). تاريخ الزيارة: ٢٠ سبتمبر ٢٠٢٢.

<sup>١</sup>- تقرير لمركز نيلسون الأمريكي للأبحاث يظهر أن غالبية الشركات والمؤسسات بمختلف أحجامها تدرك أهمية التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي. اكتساب العملاء من خلال هذه الشبكات والتعرف على سلوك هذا المستهلك الإلكتروني، التقرير صادر في عام ٢٠١١.



المعاصرة اهتمامها عن طريق توفير الحماية القانونية له بشقيها الجنائية والمدنية، فمثلاً قد تطلب الحكومة من قطاع الأعمال أن يكشف معلومات مفصلة عن طبيعة مكونات المنتجات والخدمات، وخصوصاً تلك المتعلقة بالمنتجات التي تمس السلامة، أو بالصحة العامة، مثال على ذلك المنتجات الغذائية<sup>(١)</sup>، أو عبر خدمات توفرها الحكومة أو المجتمع المدني بجمعياته المختلفة ذات الاختصاص لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله بصورة غير مشروعة أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتيال أو الإذعان لظرف ما، مثال خدمة المساعدة والمشورة القانونية للفئات غير القادرة. وانطلاقاً مما سبق نجد أن حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً تقوم على أساس توفير مضلة شاملة لحماية حقوق المستهلك وضمن عدم إيقاعه في الغش أو الخداع أو الاحتيال أو أي صورة أخرى من صورة الأفعال غير المشروعة والتي ينص القانون عليها، ولتحقيق ذلك تقوم السياسة التشريعية المعاصرة بالإضافة إلى الجوانب القانونية بالاهتمام بدور منظمات المجتمع المدني لحماية المستهلكين والتي تساعد المستهلك على اتخاذ الخيارات الأفضل في الأسواق وحماية مصالحه، مثال على ذلك جمعيات المجتمع المدني التي تعمل على حماية حقوق المستهلك، وكذلك جهاز حماية المستهلك.

#### ١. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية توفير الحماية للمستهلك بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة إلى اعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقد عبر الوسائط الإلكترونية المختلفة،

---

<sup>١</sup> - G.R. Smith, "Confronting Fraud in the Digital Age", Paper presented at the Fraud Prevention and Control Conference, the Australian Institute of Criminology in association with the Commonwealth Attorney-General's Department, Surfers Paradise, 24-25 August. 2000.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

على العكس من ذلك يكون المهني أو المورد أو التاجر في مركز القوة في مواجهة المستهلكين. بالإضافة إلى ذلك فإن المستهلك الإلكتروني خاصة يكون في وضع أضعف في ظل المعاملات الإلكترونية وعندما يتم التعاقد عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك بحيث يستطيع فحصه بدقة وتبصر، علاوة على العديد من المخاطر التي تنطوي عليها العمليات الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها، ولوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات ولوقايته من الإيقاع به ضحية نظراً لحاجاته الاستهلاكية، لذلك وجب على المشرع أن يضع النصوص والتدابير لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، من أجل استخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بين المستهلك والمهني أو المورد بما يرفع الضرر والخطر عن المستهلك الإلكتروني، وليس ذلك على المستوى الوطني فقط بل على المستوى الدولي. وذلك لإن المعاملات الإلكترونية في الغالب تكون معاملات دولية تتم عبر شبكات الإنترنت والتي لا تعرف فكرة الحدود، ومن ثم فهي تمتد لتشمل كافة أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي بهدف التنسيق بين المراكز القانونية للمتفاعدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلكين، ومن هنا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك الإلكتروني والعملية الاستهلاكية الإلكترونية قبل أن نبين ما هي الضمانات الواجب توفيرها للمستهلك<sup>(١)</sup>.

حيث يحتاج المستهلك إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتتبع أهمية توفير حماية للمستهلك الإلكتروني من أنه يمثل الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية المبرمة عن بعد أو عبر الإنترنت، فالرغبة في الربح السريع تدفع البعض

---

<sup>١</sup> - الغش التجاري في المجتمع الإلكتروني، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الرابعة لمكافحة الغش التجاري والتقليد في دول مجلس التعاون الخليجي، من الغرفة التجارية الصناعية بالرياض خلال الفترة ٢٠-٢١ سبتمبر عام ٢٠٠٥.

من المهنيين والموردين والمنتجين، ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب وممارسات تجارية غير مشروعة من أجل الإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع والتضليل وغيرها من صور الممارسات التجارية غير المشروعة المختلفة، وتزايد هذه الظاهرة الإجرامية خاصة بعد ازدياد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم، فمما لاشك فيه أن الإنترنت أصبح اليوم من الوسائل الأساسية التي يعتمد عليه الفرد في ممارساته اليومية سواء على مستوى العمل أو على مستوى الاستخدام الشخصي. وانطلاقاً من ذلك بدأ يتبلور مفهوم الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك الإلكتروني وحمايته من التضليل أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت العابرة للحدود من وسائل الدفع الإلكترونية وإبرام التعاقد عن بعد من خلال التوقيع الإلكتروني.

وبناء على ذلك فقد ظهرت الاتجاهات الفقهية والقضائية في الدول لتدافع عن المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في مواجهة الغش والتضليل التجاري بجميع أشكاله، كما بدأ تدشين بعض المواقع العربية على الإنترنت لحماية المستهلك العربي وتعريفه بحقوقه الاستهلاكية التي من أبرزها سلامة المنتج، والحق في الاختيار، والحق في التبصر وبأن يتم إعلامه مسبقاً بأي عيوب في السلع أو الخدمة محل التعاقد، وكذلك حقه في العدول عن الشيء محل التعاقد، بالإضافة إلى الحق في التوعية، والتعويض عن الأضرار التي يتعرض لها المستهلك<sup>(١)</sup>. ولقد أصبحت هذه المواقع الإلكترونية، التي بعضها مجاني وأخرى تقدم خدمة بمقابل منبراً مهماً للمستهلك الإلكتروني لإبداء رأيه وإعطاء فرصة للآخرين للمشاركة في خبراتهم

<sup>١</sup> - look a

:[http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA\\_C&cid=11771,](http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=11771,)

56124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout. تاريخ الزيارة ٢٠

مارس ٢٠٢٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها، وإعطاء النصيحة للمستهلك فيما يتعلق بحقوقه وكيفية الحصول عليها، وكذلك تقدم هذه المواقع الإلكترونية تقييمات مستهلكي بعض السلع، وبالتالي وإمكانية اطلاع المستهلك على أرشيفها والذي يضم الشكاوى السابقة والمرسلة من قبل المستهلكين. علاوة على ذلك تقوم المواقع الإلكترونية المختصة بحماية المستهلك من خلال تقديم العديد من الخدمات المتعلقة بتبادل الخبرات عبر المنصات الإلكترونية، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المستهلكين مع السلع الرديئة، كذلك التحديث المستمر لنشراتها الإخبارية والتي تتضمن قضايا الغش والتضليل والممارسات التجارية غير المشروعة مدعومة بآراء الخبراء والمتخصصين في مجال حماية المستهلك.

بالإضافة إلى ذلك توفر هذه المواقع الإلكترونية أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى بمركز الشكاوى، كما تخصص بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك الإلكتروني على تجنب الوقوع في مثل تلك الحالات<sup>(١)</sup>. ومن ناحية أخرى فقد أتاح انتشار خدمة الإنترنت وزيادة عدد مستخدميها في مصر إلى أن تصبح هذه المنصات الإلكترونية إحدى آليات الضغط لحماية المستهلك، وزيادة الوعي بحماية حقوق المستهلكين.

### ٢. الإشكاليات القانونية:

تشير انعكاسات السياسة الجنائية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني العديد من الإشكاليات القانونية التي تدور حول تساؤل أساسي وجوهري، هل فعلاً يتمتع المستهلك الإلكتروني أو عن بعد بكافة عناصر الحماية القانونية لمواجهة مخاطر المعاملات التجارية الإلكترونية سواء أثناء مرحلة التفاوض أي قبل التعاقد،

<sup>١</sup>- د. سامي عبد العزيز، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري"، رؤية تحليلية، مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية والأخلاقية، المنعقد في القاهرة في الفترة ما بين ٢٨ - ٢٩ مارس ٢٠٠٩، ص ٣١٧.

أو أثناء التعاقد، أو بعد التعاقد المبرم عبر الإنترنت أو عن بعد، خاصة في ظل العصر الرقمي والذكاء الاصطناعي، وتطور آليات العرض وال شراء عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة وغيرها من التطبيقات الإلكترونية للتسويق عبر الهواتف النقالة الذكية، وكذلك تطور وسائل نقل وتسليم المنتجات والخدمات إلى المستهلك الإلكتروني ومتابعة عمليات الشراء والبيع عقب ذلك، دون أن يشكل البعد أو المكان عائق بين المستهلك الإلكتروني والمورد أو المهني أو التاجر، خاصة في ظل العولمة وعصر البيانات وأنظمة الذكاء الاصطناعي وعدم وجود عوائق للحدود على الإنترنت. وبالتالي يسعى المشرع في التشريعات الجنائية المقارنة من خلال السياسة الجنائية المعاصرة إلى تقاضى استغلال المستهلك الإلكتروني أثناء التسوق كضحية لعمليات التصيد والاحتيال والخداع والتضليل الإلكتروني أو غيرها من الممارسات التجارية غير المشروعة سواء بالنسبة للمنتج أو الخدمة المقدمة، أو لعمليات الدفع الإلكتروني، كذلك تقاضى أي نزاع قانوني في المستقبل بين المستهلك الإلكتروني والمورد أو المهني، من خلال توفير كافة الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وذلك على النحو التالي خلال:

- انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على آليات الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد عن طريق إلزام المورد أو المهني بتبصير المستهلك بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات، وبالتالي إبرام التعاقد بناءً على الإرادة الحرة المستتيرة.
- انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على آليات حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، خاصة في ظل إصدار المشرع الأوروبي اللائحة الأوروبية لحماية خصوصية البيانات الشخصية، وكذلك المشرع الفرنسي والمشرع المصري..

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

- كذلك انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على آليات الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من التصيد والاحتيال والخداع والتضليل الإلكتروني وغيرها من صور الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة.
- آليات حماية المستهلك الإلكتروني من اليانصيب الوهمية والتايم شير وغيرها من الصور الاستهلاكية الحديثة التي تثير العديد من الإشكاليات القانونية في ضوء السياسة التشريعية المعاصرة.
- وسائل الدفع الإلكتروني وغيرها من الصور الحديثة للدفع عن بعد ومدى حماية المستهلك الإلكتروني من استغلال الجناة له في ارتكاب جرائمهم في الخداع والاحتيال المالي للمستهلك الإلكتروني في ضوء السياسة التشريعية المعاصرة.
- حماية المستهلك الإلكتروني من كافة صور الاحتكار والمنافسة غير المشروعة مع طرح أثر السياسة التشريعية المعاصرة على آليات مكافحة هذه الصور الإجرامية في ظل عمليات رقمنة الخدمات والتسوق الرقمي للسلع.

### ٣. نوع الدراسة:

سوف نتناول انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من خلال المنهج الوصفي التحليلي المقارن، وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية في التشريعات العربية مثال على ذلك التشريع المصري والقطري والمغربي والجزائري والاماراتي، مقارنة مع التشريعات الغربية مثال على ذلك التشريع الفرنسي والمشرع الأوربي والمشرع الإنجليزي والأمريكي، من أجل الوصول إلى أفضل الآليات القانونية للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في مجال التسوق والتجارة الإلكترونية في ظل المتغيرات العصر الحديث وانتشار جائحة فيروس كورونا المستجد والتي أدت إلى اعتماد المستهلكين على السوق والتجارة الإلكترونية وتطبيقات التسوق الإلكترونية على الهواتف النقالة الذكية من أجل سد

احتياجاتهم من السلع والخدمات، كل ذلك في ضوء انعكاسات السياسة الجنائية المعاصرة على آليات حماية المستهلك الإلكترونية.

#### ٤. خطة الدراسة:

سوف نتناول في دراستنا لانعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على آليات الحماية الجنائية للمستهلك في مجال السوق والتجارة الإلكترونية ، من خلال توضيح أهمية الثقة في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، حيث أن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، أو في المرحلة اللاحقة للتعاقد والتي تشمل عملية تنفيذ العقد الإلكتروني تعتبر مهمة جدًا بسبب أن المستهلك يكون طرفًا ضعيفًا، ففي تلك الحالة قد يحتاج لسلعة معينة بصورة ضرورية، وبالتالي يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه، فالمهني أو المورد يكون الطرف الأقوى في هذا العقد في مقابل المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً<sup>(١)</sup>.

#### وتنقسم خطة الدراسة إلى ما يلي:

المبحث الأول. ماهية السياسة التشريعية المعاصرة في حماية الجنائية المستهلك الإلكتروني.

المبحث الثاني. انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الأحكام العامة للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني.

المبحث الثالث. انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة الاحكام الخاصة للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني.

<sup>١</sup> - د. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، ٢٠٠٥. ص ٢١.

## المبحث الأول. ماهية السياسة التشريعية المعاصرة في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

في البداية لابد من توضيح ما هي مبررات الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، من أجل البناء عليها لتوضيح أهمية توفير الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ضوء السياسة التشريعية المعاصرة، وبالتالي تدخل المشرع في وضع القواعد القانونية الكافية التي تحقق هذه المبررات. ولذلك سوف نستعرض مبررات الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، حيث تتخلص هذه المبررات في افتقاد المستهلك الإلكتروني إلى الوعي المعلوماتي التقني، وكذلك حاجة المستهلك إلى توفير الخدمات الإلكترونية من وسائل التسوق والاتصال الإلكتروني، إضافة إلى ذلك تأثير التطور الحديث في شبكة الإنترنت وبرامج التسويق الإلكتروني على المستهلك وهو ما سنوضحه بالتفصيل على النحو التالي:

### (١) تعزيز الثقة في آليات التجارة الإلكترونية في ظل التطور الحديث والمتلاحق في وسائل التكنولوجيا:

في واقع الأمر يعتمد الاقتصاد الرقمي في العصر الحالي على آليات التجارة الإلكترونية من أجل تحقيق أهداف النمو والسياسة الاقتصادية للدول، حيث أصبحت أجهزة الحاسب الآلي أكثر قوة في القرن الحالي مما زاد من استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة ومواقعها التسويقية الإلكترونية. بالرغم من أن هذه الشبكات كانت في بداية الثمانيات من القرن الماضي تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها، ثم في أوائل التسعينيات من القرن الماضي ظهر ما يسمى بشبكة الإنترنت، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في



تطوير شبكة الإنترنت<sup>(١)</sup>. وتأسيساً على ذلك فإن شبكة الانترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب الآلي، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسب الآلي المتصلة معاً بشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة وسريعة. كذلك مع التطور التكنولوجي المعاصر لتطبيقات التسوق الإلكترونية سواء من خلال الهواتف النقالة الذكية وكافة الأجهزة والوسائل الإلكترونية الأخرى المختلفة، وظهور عالم إنترنت الأشياء وأنظمة الذكاء الاصطناعي وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي سهلت على المستهلك استخدام التكنولوجيا في عمليات التسوق الإلكترونية.

وبناء على ذلك يمكن القول بأن التطور التقني يمثل في هذا الجانب واقعاً علمياً يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين وتعزيز ثقة المستهلك الإلكتروني في آليات الممارسات التجارية الإلكترونية بين المهني أو المورد والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية<sup>(٢)</sup>، ولكن في مقابل ذلك فإن الجانب السلبي لهذا التطور التقني والتكنولوجي يتجسد في انتهاك حقوق المستهلك الإلكتروني بطريقة تبدو محكمة، مما يؤثر على حقوق المستهلكين الذي يبرم تعاقدته عبر آليات التجارة الإلكترونية سواء كان ذلك عبر شبكة الانترنت أو عن بعد، على العكس من ذلك في الطرق التقليدية لإبرامه للتعاقد والتي تتم في موطن أو محل إقامة المستهلك ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة الشيء المبيع بطريقة حقيقية، أو الإلتقاء مع المهني أو المزود في مجلس عقدي تقليدي، بالإضافة

<sup>١</sup> - د. طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، المفاهيم والتجارب والتحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، مصر، الدار الجامعية، ٢٠٠٣، ص ٣٦.

<sup>٢</sup> - د. بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، الأردن، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٤، ص ١٠ وما بعدها.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

إلي ذلك فإن طرق الدفع بالوسائل الإلكترونية وغيرها من الوسائل الحديثة للدفع تجعل قدرة المستهلك الإلكتروني على العدول عن إبرام العقد والتمتع بخدمات ما وراء البيع من الصيانة والضمان محل انتقاص في ظل الطرق الإلكترونية المستخدمة في إبرام التعاقد، كل ذلك يؤثر على ثقة المستهلك في آليات التجارة الإلكترونية.

**(٢) الحماية من الاستغلال والتضليل في ظل حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الخدمات الإلكترونية أثناء عملية التسوق الإلكترونية:**

ففي واقع الأمر أن افتقاد المستهلك إلى المعرفة بالوسائل والأدوات الإلكترونية والتكنولوجية المختلفة يجعله عاجزاً عن التعامل مع المخاطر التي قد يتعرض لها أثناء قيامه بالتسوق عبر المواقع التجارية من خلال التطبيقات الإلكترونية أو عبر شبكة الانترنت، وليس المقصود في ذلك عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الانترنت والذي يرجع إلى سبب قلة الحاجة لهذه المواقع في العصر الماضي، ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، بحيث أخذت تحتوي على العديد من الأشكال منها على سبيل المثال، الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة مثل دفع كافة فواتير استهلاك الكهرباء والماء والغاز والهاتف عن بعد، وتقديم خدمات المحتوى الرقمي منها على سبيل مثال المحتوى الرقمي الترفيهي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وغيرها من الخدمات الأخرى التي يتم تقديمها للمستهلك الإلكتروني.

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وسهولة الوصول إليها، كذلك زيادة المنافسة بين هذه المواقع التجارية الإلكترونية على تقديم أفضل الخدمات للمستهلك، بالإضافة إلى القدرة على توفير خدمات ممتازة لعمليات ما بعد البيع من صيانة وضمان للمنتج المبيع، وفي هذا السياق فإنه هناك

فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية. فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك الإلكتروني بشكل ملح وواضح من مخاطر هذه الوسائل التكنولوجية التي قد تؤدي إلى فقدان أمواله وبياناته الشخصية، وقد تزايدت هذه المخاطر في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد حيث أصبح التعامل من خلال المواقع الإلكترونية شيء أساسي وضروري تفرضه الظروف والتدابير الصحية المتخذة من أغلب الدول خاصة في أوقات الحظر الصحي وتدابير التباعد الاجتماعي.

**(٣) حماية المستهلك الإلكتروني من الاحتيال والتضليل والخداع وكافة صور الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة:**

فيجب أن تضمن السياسة التشريعية المعاصرة الحماية الكاملة للمستهلك الإلكتروني من كافة صور الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة، حيث تعتبر شبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل في الواقع مكان لعرض كافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتطبيقات الإلكترونية ومواقع وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواعًا متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك الإلكتروني، والتعاقد معه من خلالها عبر الإنترنت أو عن بعد<sup>(١)</sup>، ومن يظهر الحاجة إلى إمام المستهلك بالقدرة على التعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الانترنت والهواتف النقالة الذكية أحد الأمور التي تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها. كذلك يظهر أهمية الإعلام والتبصير للمستهلك

<sup>١</sup>- د. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ١٠٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الإلكتروني كأحد آليات السياسة الجنائية لمواجهة الممارسات التجارية غير المشروعة، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى بإعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك الإلكتروني وهو ما سأتناوله في المطالب التالية وما بين معرفة المستهلك بكافة المعارف المعلوماتية المتعلقة بشبكة الإنترنت، والتي تمثل حد أدنى وأساسي من أجل وصول المستهلك الإلكتروني إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات محل التعاقد، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك في التعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت والهواتف النقالة الذكية.

وبالتالي فافتقاد المستهلك الإلكتروني لمثل هذه الوسائل والمعرفة التكنولوجية، تمثل عائق في عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت وبالتالي بالقدرة على ممارسات عمليات التسوق الإلكتروني، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك الإلكتروني عند التعمق في هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتطورة<sup>(١)</sup>، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك الإلكتروني من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الإلكترونية، علاوة على ما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك الإلكتروني فريسه لحيل وخداع قرصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي أو الخادع أو المضلل. لذا فإن حاجة المستهلك إلى حماية خاصة في ظل الممارسات التجارية الإلكترونية تتبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الضعيف الأقل خبرة ودراية في مجال القوانين المتعلقة بالممارسات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية<sup>(٢)</sup> باعتباره الطرف الضعيف في هذه المعاملات الإلكترونية.

<sup>١</sup> - د. بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، الأردن، ٢٠٠٤، ص ١٦ وما بعدها.

<sup>٢</sup> - د. حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، الطبعة الأولى، دار الفكر، القاهرة، ١٩٩٦، ص ١٣.

وبناء على ما سبق تظهر أهمية إلمام المستهلك الإلكتروني بالمعارف المعلوماتية والتقنية، ولذلك فقد نصت مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك والصادرة في عام ٢٠١٦ في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) على حماية حق المستهلك في التثقيف، وكذلك توفير مستوى من الحماية للمستهلك الذي يقوم باستخدام آليات التجارة الإلكترونية، بحيث لا تقل مستوى الحماية عن تلك المتاحة في الأشكال الأخرى من الممارسات التجارية التقليدية<sup>(١)</sup>. علاوة على ذلك يجب أن تقوم المؤسسات التجارية بوضع برامج وآليات تساعد المستهلك على اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لفهم المخاطر، بما في ذلك المخاطر المالية، والتي تهدد اتخاذ المستهلك للقرارات التعاقدية المستنيرة والحرّة، وكذلك حصوله على المشورة والمساعدة من الجهات الفنية عند الحاجة لذلك، ويفضل في هذه الحالة أن يقوم بتلك المساعدة أو المشورة طرف ثالث مستقل كل ذلك في ضوء حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير.

وانطلاقاً مما سبق نجد أن السياسة التشريعية المعاصرة سواء في التشريع المصري أو القطري أو الفرنسي أو المغربي تنص على حماية حق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة في المعاملات التجارية الإلكترونية، وذلك أعمالاً لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك والصادرة في عام ٢٠١٦. وسوف نتناول في هذا المبحث أولاً تحديد تعريف واضح وشامل للمستهلك الإلكتروني، وبعد ذلك سوف نستعرض التطور التاريخي لحماية المستهلك في الفقه المقارن والشريعة الإسلامية وذلك في

<sup>١</sup> - أنظر مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية بشأن حماية المستهلك، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، في عام ٢٠١٦، نيويورك - جنيف، ص ٥ - ٧.

<http://unctad.org/en/publicationslibrary/ditccplpmisc2016d1-ar.pdf>

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المطلب الأول، وفي المطلب الثاني نتناول موقف السياسة التشريعية المقارنة في حماية المستهلك الإلكتروني.

### المطلب الأول : ماهية الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

في بادئ الأمر ظهر المصطلح القانوني للمستهلك في القانون الفرنسي لأول مرة في القانون الصادر في ٢٧ ديسمبر ١٩٧٢ والذي يطلق عليه قانون Royer، والذي نص فيه المشرع الفرنسي على تجريم الإعلان الكاذب بحيث تشمل هذه الجريمة المنتجات والخدمات التي تتعلق بالمستهلك، ثم صدر بعد ذلك قانون حماية المستهلك من مخاطر الائتمان وشروط الإذعان الفرنسي في ١٠ يناير ١٩٧٨، وعقب ذلك في تسعينات القرن الماضي قام المشرع الفرنسي بوضع مدونة لحماية المستهلك في يولييه ١٩٩٣ تنقسم إلى خمس أبواب<sup>(١)</sup>، علاوة على ذلك فقد قام المشرع الفرنسي بإجراء العديد من التعديلات على مدونة حماية المستهلك الفرنسية بحيث أضاف فصل كامل يتعلق بتنظيم قواعد إبرام التعاقد عبر الإنترنت وعن بعد من أجل حماية المستهلك الإلكتروني، وقد كانت آخر هذه التعديلات للمشرع الفرنسي على مدونة حماية المستهلك التعديلات بالقانون الصادرة في ١٧ يولييه ٢٠٢١ والتي دخلت حيز النفاذ في ٢٣ أغسطس ٢٠٢١، بالإضافة إلى التعديلات الصادرة في عام ٢٠٢٢. وذلك وفقا للتعديلات الأخيرة الصادرة عن المشرع الأوروبي والصادرة في ٥ يوليو ٢٠٢٢ بشأن إصدار لائحتين جديدتين لتنظيم خدمات المحتوى الرقمي والسوق الرقمي والتي سوف تدخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٤.

<sup>١</sup> - د. ميرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، بدون دار نشر، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٧.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

علاوة على ذلك فقد أصدر المشرع الفرنسي بعض القوانين الخاصة لحماية المستهلك الإلكتروني، ففي عام ٢٠١٤ أصدر المشرع الفرنسي قانون مكافحة الاحتيال الرقمي، حيث نص على تشديد العقوبة في جرائم الاحتيال الإلكتروني من أجل تعزيز قدرات مكافحة هذا النوع من الجرائم. ثم بعد ذلك أصدر المشرع الفرنسي قانون مواجهة الاعتداء على حرية التواصل في عام ٢٠١٦ حيث شدد العقوبة على المتحرشين الإلكترونيين والمتممرين عبر الإنترنت، بالإضافة إلى ذلك ولحماية المستهلك الإلكتروني من الاحتيال المالي عبر الإنترنت بما في ذلك الاحتيال عبر البريد الإلكتروني وعبر المواقع الإلكترونية الوهمية وذلك في قانون مكافحة الاحتيال المالي الصادر في عام ٢٠١٩.

أما بالنسبة لموقف المشرع المغربي من حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، فنجد أن المشرع المغربي لم يكن ينص في البداية على قانون خاص لحماية المستهلك وإنما اعتمد على القواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات المغربي الصادر في ٢٥ نوفمبر ١٩٦٢ والذي يحمي من خلاله المشرع المغربي الأشخاص عموماً ومن ضمنهم المستهلك من الممارسات غير المشروعة التي تمس بمصالحهم، مثال على ذلك جرائم النصب والاحتيال وخيانة الأمانة وجريمة عدم تنفيذ عقد دون سبب مشروع وجريمة التسميم وجريمة استغلال قاصر أو فاقد الأهلية من خلال دفعه نحو الالتزام للحصول من وراء ذلك على منافع مالية إلى غيرها من الجرائم الأخرى<sup>(١)</sup>. ثم عقب ذلك أصدر المشرع المغربي القانون المتعلق بتجريم الغش في البضائع رقم ٨٣ - ١٣ في ٥ أكتوبر ١٩٨٤، والذي يتضمن تجريم للسلوكيات

<sup>١</sup> - د. عبد اللطيف كرازي، الحماية الجنائية للمستهلك: أية سياسة جنائية مطلوبة؟ مجلة الأبحاث والدراسات القانونية، المركز المغربي للدراسات والاستشارات القانونية وحل المنازعات، العدد ١٧، المغرب، ٢٠٢٠، ص من ١٩٢ - ١٩٤.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التي تشكل غش في البضائع والسلع<sup>(١)</sup>، وبعد ذلك أصدر المشرع المغربي في ٣٠ يونيو ٢٠١٤ القانون رقم ١٢ - ١٠٤ بشأن حرية الأسعار والمنافسة والذي وضع فيه المشرع المغربي ضوابط وشروط المنافسة المشروعة والعادلة بين الشركات من أجل حماية حقوق المستهلك والنظام العام الاقتصادي للدولة<sup>(٢)</sup>.

وفي النهاية ولمواجهة متغيرات العصر الحديث وفي نفس الوقت وضع قواعد خاصة لحماية المستهلك فقد أصدر المشرع المغربي قانون خاصة لحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في ١٨ فبراير ٢٠١١ رقم ٠٨ - ٣١ بشأن تحديد تدابير لحماية المستهلك، نص فيه المشرع على قواعد خاصة لحماية المستهلك الإلكتروني ملزمه للمورد أو المهني، وكذلك الجزاء الجنائي المترتب على انتهاكه لهذه لمصالح المستهلك، وفي ٢١ ديسمبر ٢٠٢٠ أجرى المشرع المغربي تعديلات على قانون تدابير حماية المستهلك بموجب القانون رقم ٢٠ - ٧٨ لسنة ٢٠٢٠<sup>(٣)</sup>، علاوة على ذلك فقد أنشئ المشرع المغربي شرطة قضائية متخصصة مكلفة من طرف

<sup>١</sup> - أنظر القانون رقم ٨٣ - ١٣ المتعلق بتجريم الغش في البضائع، والصادر بالظهير الشريف رقم ١٠٨ - ٨٣ - ١، والصادر في ٥ أكتوبر ١٩٨٤، المنشور في الجريدة الرسمية عدد ٣٧٧٧، بتاريخ ٢٠ مارس ١٩٨٥، ص ٣٩٥.

<sup>٢</sup> - القانون رقم ١٢ - ١٠٤ بشأن حرية الأسعار والمنافسة، والصادر بالظهير الشريف رقم ١١٦ - ١٤ - ١ في ٣٠ يونيو ٢٠١٤، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٦٢٧٦، بتاريخ ٢٤ يولييه ٢٠١٤، ص ٦٠٧٧.

<sup>٣</sup> - القانون رقم ٠٨ - ٣١ بشأن تحديد تدابير لحماية المستهلك، والصادر بالظهير الشريف رقم ٠٣ - ١١ - ١، في ١٨ فبراير ٢٠١١، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢، بتاريخ ٧ أبريل ٢٠١١، ص ١٠٧٢. والمعدل بالقانون رقم ٢٠ - ٧٨ بتغيير المادة ٢٠٢ من القانون رقم ٠٨ - ٣١ بشأن تحديد تدابير حماية المستهلك والصادر بتنفيذ الظهير الشريف رقم ١ - ٢٠ - ٨٥ بتاريخ ١١ ديسمبر ٢٠٢٢، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٦٩٤٥ بتاريخ ٢١ ديسمبر ٢٠٢٢، ص ٨٤٦٥.



الجهة الإدارية المعنية بمباشرة إجراءات الضبط والإثبات اللازمة من أجل مكافحة الجرائم التي تمس بمصالح المستهلك، ويحق لهم دخول الأماكن والمحلات التي تمارس فيها الأعمال أو الأنشطة أو المهن التجارية، كما يحق لهم الاطلاع على جميع الوثائق المهنية التي لها صلة بموضوع البحث والضبط، وكذلك الحصول على نسخ منها، وأخذ كافة المعلومات المتعلقة بموضوع البحث والتحري<sup>(١)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري من حماية المستهلك فيعتبر القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ المتعلق بحماية المستهلك هو أول قانون مصري متكامل لحماية وصون حقوق المستهلك الأساسية، وكذلك حمايته من الغش والخداع والإعلانات الكاذبة، وضمان حقه في سلامة المنتجات والخدمات التي تقدمه له وجودتها، وتأمين شفافية المعاملات التجارية والاقتصادية التي يكون المستهلك طرفاً فيها، علاوة على تفعيل دور جمعيات المجتمع المدني المتعلقة بحماية المستهلك، وأنشاء جهاز لحماية المستهلك. وانطلاقاً من ملاحقة ومسايرة التطورات التكنولوجية للعصر الحالي، فقد أصدر المشرع المصري القانون الجديد لحماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ليحل محل القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. حيث توسع المشرع المصري في حماية المستهلك من خلال التوسع في تعريف المستهلك، وحماية المستهلك من الصورة الحديثة التي تتمثل التعاقد عن بعد باستخدام الإنترنت أو أي وسيلة من وسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمقروءة، أو عن طريق الهواتف النقالة الذكية أو أي وسيلة إلكترونية أخرى. كذلك توسع المشرع المصري في الصلاحية والاختصاصات الممنوحة لجهاز حماية المستهلك من أجل توفير حماية اللازمة للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني، وذلك بالتعاون مع جمعيات لمجتمع المدني

<sup>١</sup> - أنظر المواد من ١٦٦ إلى ١٦٩ من القانون المغربي بشأن تدابير حماية المستهلك رقم ٠٨ - ٣١ لسنة ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المتعلقة بحماية المستهلك في ظل التوجه الحديث في التشريعات الأجنبية المقارنة التي توسعت من اختصاصات وسلطات جهاز حماية المستهلك لمواجهة التطورات المتلاحقة المتعلقة بحماية المستهلك<sup>(١)</sup>.

وسوف نستعرض في ضوء ما سبق موقف السياسة التشريعية الجنائية المقارنة المعاصرة في وضع تعريف واضح ومحدد للمستهلك الإلكتروني في الفرع الأول، ثم نتناول بالتوضيح للتطور التاريخي للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني وذلك في الفرع الثاني.

**الفرع الأول : موقف السياسة التشريعية المعاصرة من تعريف المستهلك الإلكتروني**  
باستقراء التشريعات المقارنة نجد أن موقف السياسة التشريعية المعاصرة في وضع تعريف محدد وواضح للمستهلك في قوانين حماية المستهلك قد انقسمت إلى اتجاهين، الاتجاه الأول من التشريعات المقارنة لم تضع تعريف واضح وصريح للمستهلك في قانون حماية المستهلك ويمثل هذا الاتجاه المشرع الفرنسي والمشرع المغربي ما قبل التعديل الأخير. أما الاتجاه الثاني من التشريعات فهي التي وضعت تعريف محدد وواضح للمستهلك في قانون حماية المستهلك ومنها المشرع المصري والمشرع

<sup>١</sup> - وقد صدر القرار الوزاري المصري رقم ٤٢١ لسنة ٢٠٢٠ بشأن إصدار لائحة حماية المستهلك الإلكتروني والتي تحدد المعايير الواجب اتباعها لحماية المستهلك الإلكتروني وتحديد الالتزامات التي يجب على الأطراف المشاركة في الممارسات التجارية الإلكترونية الالتزام بها. ثم عقب ذلك صدر القرار الوزاري رقم ٩٠ لسنة ٢٠٢١ بشأن إصدار لائحة تنظيم المدفوعات الإلكترونية، والتي تحدد المعايير الواجب اتباعها في التعامل مع المدفوعات الإلكترونية وتحديد الالتزامات التي يجب على الأطراف المشاركة في الأنشطة التجارية الإلكترونية الالتزام بها. وكذلك القرار الوزاري رقم ٣٤١ لسنة ٢٠٢١ بشأن إصدار لائحة لتنظيم الأعمال التجارية عبر الإنترنت، والتي تحدد المعايير الواجب اتباعها في الأعمال التجارية عبر الإنترنت، وتحديد الالتزامات التي يجب على الأطراف المشاركة في هذه الأنشطة الالتزام بها من أجل حماية المستهلك الإلكتروني.

الجزائري والمشرع الاماراتي والمشرع القطري. وهذا ما سوف نستعرضه على النحو التالي:

الاتجاه الأول من التشريعات. وهي التشريعات التي لم تضع تعريف للمستهلك في قانون حماية المستهلك، ومنها المشرع الفرنسي، والمشرع المغربي قبل التعديلات الأخيرة الصادرة بالقانون الجديد:

فبالنسبة لموقف المشرع الفرنسي نجد أنه في البداية لم يضع تعريف للمستهلك في مدونة حماية المستهلك، وإنما ترك ذلك للفقه والقضاء، وعلّة المشرع الفرنسي في ذلك الوقت أن وضع تعريف محدد للمستهلك في مدونة حماية المستهلك قد يمثل عائق أمام ملاحقة التطورات والمتغيرات السريعة للعصر الحديث، مما يفقد التشريع المرونة المطلوبة لمواجهة مثل هذه المتغيرات والتطورات الحديثة، وبالتالي فقد ترك المشرع الفرنسي للفقه وضع تعريف للمستهلك.

وبناء على ذلك فقد عرف الفقه والقضاء الفرنسي المستهلك بأنه "كل من يتعاقد على السلع أو الخدمات لحاجاته الشخصية أو العائلية، ويستوي أن يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً كالشركات ما دامت هذه الشركات تتعاقد على سلع أو خدمات لا تتعلق بأعمال مهنتها. إذ أن الشركة في هذه الحالة رغم كونها شخصاً مهنيّاً إلا أنها توجد في نفس مركز أي مستهلك آخر لجهلها بالأصول الفنية للشيء المعقود عليه، ومثال على ذلك تعاقد إحدى الشركات من أجل أن يتم تزويدها بنظام الإنذار لحماية منشاتها"<sup>(١)</sup> ففي هذه الحالة تعتبر في نظر القضاء الفرنسي مستهلك وليس مهني.

إلا أن موقف المشرع الفرنسي قد تغير بصدور قانون هامون المعدل لمدونة حماية المستهلك في عام ٢٠١٤، حيث نص المشرع الفرنسي على تعريف للمستهلك، وهذا

<sup>١</sup> - J. GHESTIN, Traite de droit civil, obligations, Le contrat, 1988, N°59 ;  
J. CALAIS - AULOY, Droit de la consommation, Précis, Dalloz, 1992,  
N°3 ; Cass. Civ, L. 28 avril 1987, chr. 253.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التعريف ليس سوى نقل حرفي لتعريف المستهلك في المادة الثانية من التوجيه الأوربي الصادر في عام ٢٠١١ بشأن حماية حقوق المستهلك<sup>(١)</sup>، وقد عرف المشرع الفرنسي المستهلك بأنه كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تقع ضمن إطار نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو المهني<sup>(٢)</sup>. وبهذا التعريف يكون المشرع الفرنسي قد وضع حداً كبيراً للخلاف الفقهي في تعريف المستهلك، ولكن يلاحظ في هذا التعريف مسألتين:

١. المسألة الأولى أن المشرع الفرنسي يميز المستهلك في التعريف بأنه كل من يتعاقد لغرض غير مهني، أي أن المشرع الفرنسي جعل معيار الغرض من التصرف أو التعاقد غير المهني معياراً للتمييز بين المستهلك والمهني أو المورد.
٢. المسألة الثانية استبعاد المشرع الفرنسي في هذا التعريف الشخص الاعتباري حيث قصر تعريف المستهلك على الشخص الطبيعي فقط، وهذا الموقف من المشرع الفرنسي محل انتقاد ويعتبر قصوراً من المشرع الفرنسي في وضع تعريف للمستهلك يكون جامع مانع وملائم لكافة التطورات المعاصرة بحيث يشمل كافة الشخصيات الطبيعية والاعتبارية.

أما بالنسبة لموقف المشرع المغربي فإنه في البداية سار المشرع المغربي على نفس نهج المشرع الفرنسي فلم يضع تعريف للمستهلك حتى صدر القانون الجديد لحماية المستهلك المغربي رقم ٣١,٠٨ والصادر في ١٨ فبراير ٢٠١١، والمعدل بالقانون رقم ٧٨,٠٢ والصادر في ١١ ديسمبر ٢٠٢٠، والذي نص في الفقرة الأولى من المادة

<sup>١</sup> - Loi. N° 2014-344, 17 mars 2014, relative à la consommation, JO 18 mars 2014, n° 65, p. 5400., Directive européenne 2011/83/UE du 25 octobre 2011, relative aux droits des consommateurs.

<sup>٢</sup> - S. GUINCHARD, T.DEBARD, Lexique des termes juridiques, V, Consommateur, 20 éd, Dalloz, Paris, 2013.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

الثانية منه على أنه يقصد بالمستهلك "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل لتلبية حاجياته غير المهنية منتوجات أو سلعاً أو خدمات معدة لاستعماله الشخصي أو العائلي"<sup>(١)</sup>. وفي هذا التعريف تلافى المشرع المغربي الانتقادات الموجهة للتشريع الفرنسي فجعل تعريف المستهلك يشمل كافة الشخوص الطبيعية والاعتبارية، على خلاف المشرع الفرنسي الذي قصر في تعريفه للمستهلك على الشخص الطبيعي فقط. وبناء على ذلك فوفقاً للمفهوم العكسي متى كان اقتناء أو استعمال سلع أو خدمات لتلبية الحاجات المهنية، فإن ذلك لا يخول للمعني صفة المستهلك، وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المغربية بأنه الطالبة باعتبارها صاحب امتياز، كانت تقتني من المطلوبة سلعاً ليس بغرض استعمالها الشخصي، ولكن كان تلبية لحاجياتها المهنية بصفتها وكيلة في بيع الناقلات، وبناء على ذلك لا تستفيد من مقتضيات قانون تدابير حماية المستهلك، وذلك لانعدام صفتها كمستهلكه، وفقاً لما نصت عليه المادة الثانية من قانون تدابير حماية المستهلك، وبناء على ذلك فالمحكمة كانت ملزمة بعدم تطبيق قانون تدابير حماية المستهلك ٠٨ - ٣١ لسنة ٢٠١١، وحين طبقت على النزاع نص المادة ٢٣٠ من قانون الالتزامات والعقود، تكون قد أعلنت

<sup>١</sup> - أنظر الفقرة الأولى من المادة الثانية من قانون حماية المستهلك المغربي ظهير الشريف رقم ١،١١،٠٣ صادر في ١٨ فبراير ٢٠١١، بتنفيذ القانون رقم ٣١،٠٨ القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، والمعدل بالقانون رقم ٧٨،٠٢ الصادر بتنفيذ الظهير الشريف رقم ١،٢٠،٨٥ في ١١ ديسمبر ٢٠٢٠، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٦٩٤٥ بتاريخ ٢١ ديسمبر ٢٠٢٠، ص ٨٤٦٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

القانون المنظم للعلاقة التعاقدية تأسيساً على قاعدة العقد شريعة المتعاقدين، أعمالاً سليماً ومعللاً تعليلاً سليماً وفقاً للتطبيق الواجب للقانون<sup>(١)</sup>.

أما الاتجاه الثاني من التشريعات. وهي التشريعات التي تضع تعريف واضح ومحدد للمستهلك في قانون حماية المستهلك ومنها المشرع المصري والمشرع الجزائري والمشرع القطري:

فبالنسبة لموقف المشرع المصري، فقد عرف في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ المستهلك بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات<sup>(٢)</sup> لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"<sup>(٣)</sup>. وهذا التعريف محل انتقاد وذلك لأنه قد أغفال جانب مهم من جوانب اشباع حاجات المستهلك ويتمثل في الخدمات الإلكترونية والتي أصبحت اليوم من أكثر الأشياء التي يستهلكها الجمهور خاصة في ظل عالم ما بعد جائحة كورونا المستجد حيث أصبحت الخدمات عبر الإنترنت أو

<sup>١</sup> - محكمة النقض المغربية، الغرفة التجارية، عدد ٢٠١٩/١/٣/١٢٤١، بالقرار رقم ٢٤٢ والصادر بتاريخ ٢ يوليو ٢٠٢٠. وذلك على الموقع الإلكتروني [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma)، تاريخ الزيارة ٢٩ أكتوبر ٢٠٢٢.

<sup>٢</sup> - ويقصد بالمنتجات وفقاً للفقرة الرابعة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ بأنها "السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص، وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال المورد، عدا الخدمات المالية والمصرفية المنظمة بأحكام قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي، وقانون تنظيم الرقابة على الأسواق والأدوات المالية غير المصرفية".

<sup>٣</sup> - أنظر الفقرة الأولى من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية، العدد ٣٧ (تابع) في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ص ٣. وأنظر كذلك محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

الهواتف النقالة الذكية من خلال التطبيقات الإلكترونية أو مواقع وسائل التواصل الاجتماعي وخدمات المحتوى الرقمي أكثر شيوعاً واستخداماً من جمهور المستهلكين، علاوة على ذلك فهذا التعريف قد قصر تعريف المستهلك على الاستخدام للسلع والخدمات بشكل شخصي وغير تجاري أو غير مهني، على العكس من ذلك فقد عرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة المستهلك بأنه "الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق لاستعمالها" في تعريف واسع ومرن يشمل كافة صور الاستهلاك للمستهلك سواء بالطرق التقليدية أو من خلال الطرق الإلكترونية.

أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك فقد نص في الفقرة الأولى من المادة ٣ من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم ٠٣/٠٩ لسنة ٢٠٠٩ والمعدل بالقانون رقم ٠٩/١٨ لسنة ٢٠١٨ على أنه يقصد بالمستهلك "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"<sup>(١)</sup>. وبهذا التعريف يكون المشرع الجزائري قد أخذ نفس الاتجاه الثاني الذي وضع تعريف محدد وواضح للمستهلك وذلك منعاً لأي لبس أو غموض قد يثيره عدم وضع التعريف للمستهلك في الانتقاص من توفير الحماية القانونية اللازمة له في مواجهة مخاطر الممارسات التجارية غير المشروعة.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري بشأن النص على تعريف للمستهلك فباستقرار القانون رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨ نجد أنه قد نص في الفقرة الرابعة من المادة الأولى على تعريف المستهلك بأنه "كل من يحصل على سلعة أو خدمة، بمقابل أو بدون مقابل،

<sup>١</sup> - أنظر الفقرة الأولى من المادة الثالثة من القانون الجزائري المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش رقم ٠٣/٠٩ لسنة ٢٠٠٩، والمعدل بالقانون رقم ٠٩/١٨ لسنة ٢٠١٨ والصادر في ١٠ يونيو ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

إشباعاً لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها<sup>(١)</sup>. ويتضح مما سبق أن هذه التشريعات قد انفتحت على نفس العناصر المتعلقة بتعريف المستهلك في قوانينها والذي يتمثل في التعاقد على السلع أو الخدمات من أجل اشباع الحاجات الشخصية وليست المهنية سواء كان ذلك بمقابل أو بدون مقابل وكان لشخص طبيعي أو اعتباري.

أما بالنسبة لموقف السياسة التشريعية المعاصرة من وضع تعريف خاص للمستهلك الإلكتروني، فنجد أن موقف السياسة التشريعية المعاصرة من وضع تعريف للمستهلك للإلكتروني في تشريعاتها قد انقسمت إلى العديد من الاتجاهات، وهي على النحو التالي:

الاتجاه الأول من التشريعات. ينص على وضع تعريف محدد وواضح للمستهلك الإلكتروني، أما الاتجاه الثاني من التشريعات فينص على وضع تعريف للمستهلك في العموم بحيث يشمل في تعريفه تعريف المستهلك الإلكتروني ومن هذا الاتجاه التشريعات التي يستنتج من نصوصها تعريف المستهلك الإلكتروني، وهناك اتجاه الثالث لم ينص على تعريف للمستهلك الإلكتروني ولا يمكن استنتاج هذا التعريف من نصوصه وإنما ترك ذلك لاجتهاد الفقه والقضاء.

الاتجاه الأول من السياسة التشريعية. ويمثل هذا الاتجاه من التشريعات المقارنة في وضع تعريف محدد وواضح للمستهلك الإلكتروني المشرع القطري فقد نص على تعريف المستهلك الإلكتروني في المادتين الأولى والثانية من قانون المعاملات التجارية والإلكترونية بأنه "الشخص الذي يتصرف لأغراض غير تلك الخاصة بتجارته أو مهنته أو أعماله بحيث تتم معاملاته بين الأشخاص الذين اتفقوا على إجراء

<sup>١</sup> - أنظر الفقرة الرابعة من المادة الأولى تعريفات من القانون القطري بشأن حماية المستهلك رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨، الجريدة الرسمية، العدد ٧، والصادر في ٢٤ يولييه ٢٠٠٨، ص ٥، والمعدلة بالقانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٨، والصادر في ١٣ مايو ٢٠١٨.



معاملاتهم معه باستخدام اتصالات إلكترونية<sup>(١)</sup>. أي أن المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يستخدم التقنيات الحديثة من وسائل تكنولوجية أو كهربائية أو كهرومغناطيسية أو بصرية أو الاتصالات السلكية أو اللاسلكية أو أي شكل آخر من وسائل التقنية الحديثة في تعاملاته أو تعاقداته التي يبرمها الشخص من أجل إشباع احتياجاتها من السلع أو الخدمات سواء كان ذلك عبر الإنترنت أو عن بعد من خلال الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من الأجهزة والوسائل التكنولوجية الحديثة المختلفة.

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة التمييز القطرية بأنه ونظراً إلى التقدم العلمي والتطور التقني فقد أصبحت الوسائط الإلكترونية من الوسائل الشائعة الاستخدام بين الأفراد والتجار وكذلك بين التجار والمهنيين فيما بينهم، مما أوجب على المشرع القطري ضرورة التدخل من أجل مواكبة التطور التكنولوجي في المعاملات الإلكترونية وخاصة المعاملات التجارية الإلكترونية ووضع الضوابط القانونية لها، لحماية المتعاملين بتلك الوسائل التكنولوجية في إبرام تعاقداتهم واتفاقاتهم من خلالها سواء كانت تلك الوسائل الإلكترونية المستخدمة يتداخل فيها شخص كالبريد الإلكتروني أو حتى بواسطة آلة مجهزة للرد آلياً للاستجابة لطلبات المستهلكين والمستخدمين وفقاً لآلية سابقة التجهيز والضبط، وللقاضي السلطة التقديرية في استخلاص الإيجاب والقبول من خلال تلك الرسائل والوسائل الإلكترونية المستخدمة في إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد،<sup>(٢)</sup> وبذلك يتضح لنا أن السياسة التشريعية للمشرع القطري قد

<sup>١</sup> - أنظر المادتين الأولى والثانية من قانون المعاملات التجارية والإلكترونية القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠، والمنشور في الجريدة الرسمية، عدد ٩، في تاريخ ٢٨ سبتمبر ٢٠١٠، ص ١٨.

<sup>٢</sup> - محكمة التمييز القطرية، موسوعة الأحكام والمبادئ القضائية القطرية، المجلس الأعلى للقضاء، تمييز مدني، الطعن رقم ٢٧٥ لسنة ٢٠١٦، جلسة بتاريخ ١٥ نوفمبر ٢٠١٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

واكبت التقدم المعرفي التكنولوجي في وضع تعريف مرن وحديث للمستهلك الإلكتروني يتلاءم مع متغيرات العصر الحديث.

أما بالنسبة لموقف الاتجاه الثاني من السياسة التشريعات المقارنة في وضع تعريف للمستهلك الإلكتروني، فنجد أنها التشريعات التي تنص على وضع تعريف للمستهلك في العموم بحيث يشمل في تعريفه تعريف المستهلك الإلكتروني، ويمثل هذا الاتجاه من التشريعات المقارنة والتي يستنتج من نصوصها تعريف المستهلك الإلكتروني المشرع المغربي فقد أعتبر في المادة ٢٦ من قانون تدابير حماية المستهلك، في أحكام نصوص الباب الثاني المتعلق بالعقود المبرمة عن بعد بحيث تطبق على كل شخص طبيعي أو اعتباري يمارس نشاطاً عن بعد أو يقترح بواسطة إلكترونية توريد منتج أو سلعة أو تقديم خدمة للمستهلك، كما تطبق هذه المقتضيات على كل عقد ينتج عن هذه العملية بين مستهلك ومورد بواسطة تقنية للاتصال عن بعد. وباستقراء نصوص هذا القانون نستطيع القول بأن المشرع المغربي قد عرف المستهلك الإلكتروني بأنه ذلك الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يستخدم أو يتعامل أو يتعاقد عن بعد أو بواسطة إلكترونية أو من خلال أي وسيلة تقنية حديثة أخرى للاتصال عن بعد، من أجل الحصول على خدمة أو سلعة أو منتج تلبية احتياجاته الشخصية.

وقد سار على نفس النهج المشرع المصري فقد تبني الاتجاه الثاني من السياسة التشريعية المقارنة في تعريف المستهلك الإلكتروني، فباستقرار قانون حماية المستهلك المصري نجد أن المشرع المصري قد وضع تعريف للمستهلك الإلكتروني بطريق غير مباشرة عن طريق تعريف التعاقد عن بعد على اعتبار أن المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يقوم بعمليات التعاقد عن بعد للمنتجات باستخدام الإنترنت، أو بأي وسيلة أخرى من وسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمقروءة، أو من خلال الهاتف النقال أو أي وسيلة أخرى يتم من خلالها التعاقد عن بعد. ويقصد بالتعاقد

الإلكتروني أو عن بعد بأنه عمليات عرض المنتجات أو بيعها أو شرائها التي تتم باستخدام شبكة الإنترنت، أو أي وسيلة من وسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمقروءة، أو عن طريق الهاتف أو أي وسيلة أخرى<sup>(١)</sup>، ومن الملاحظ أن السياسة التشريعية المصرية السابقة كانت محل انتقاد وذلك لأنها كانت لا تنظم على قوانين خاصة لمواجهة هذه الظواهر الإلكترونية الإجرامية الحديثة، وكان يعتمد المشرع في ذلك على القواعد العامة للقانون الجنائي لمواجهة هذا النوع من الجرائم، وبالتالي كانت هذه السياسة الجنائية غير ملائمة مع متغيرات العصر الحديث، ولكن في الأوان الأخير تغيرت هذه السياسة التشريعية عن طريق إصدار المشرع للعديد من التشريعات التي تواجه الجرائم الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وكذلك أصدر المشرع المصري في عام ٢٠١٨ قانون جديد لحماية المستهلك ليحل محل قانون حماية المستهلك القديم الصادر في عام ٢٠٠٦ .

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي من تعريف المستهلك الإلكتروني فقد أنه قد أخذ بالاتجاه الثاني من السياسة التشريعية، فقد نص المشرع الفرنسي في المادة - L221 1 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية على قواعد المتعلقة بالتعاقد عن بعد وخارج المحل والتي يمكن من خلالها استنباط تعريف للمستهلك الإلكتروني على اعتبار أنه كل شخص يقوم باستخدام وسيلة للتعاقد عن بعد أو خارج المحل من أجل إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أي الاحتياجات غير المهنية. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض الفرنسية في الحكم الحديث الصادر في ١٨ نوفمبر ٢٠٢٠ على أن يقصد بالمستهلك الإلكتروني كل من يقوم بالتعاقد خارج المحل أو عبر الانترنت أو عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني أو من خلال التطبيقات

<sup>١</sup> - الفقرة الثامنة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، الجريدة الرسمية العدد ٣٧ تابع ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الإلكترونية<sup>(١)</sup>. ويتضح من ذلك أن المشرع والفقهاء والقضاء الفرنسي قد أجمعوا على وضع معيار الوسيلة أو الأداة المستخدمة من قبل المستهلك في إبرام التعاقد الإلكتروني باعتباره المعيار الذي يمكن الاعتماد عليه في تعريف المستهلك الإلكتروني وتميزه عن غيره من المستهلكين بالطرق التقليدية.

بالإضافة إلى ذلك فقد عرف المشرع الفرنسي العقد عن بعد بأنه أي عقد يبرم بين المهني أو المورد ومستهلك، في إطار بيع منظم أو تقديم خدمات عن بعد، دون أن يكون ذلك في وقت واحد، بحيث يكون الحضور المادي للمورد والمستهلك، من خلال الاستخدام الحصري لوسيلة تقنية أو أكثر من وسائل تقنيات الاتصال عن بعد من أجل إبرام العقد<sup>(٢)</sup>. أما بالنسبة لتعريف التعاقد خارج المحل فيقصد به كل عقد يبرم بين المهني أو المورد والمستهلك في مكان آخر غير المكان الذي يمارس فيه المورد أو المهني نشاطه بشكل دائم أو بالطريقة المعتادة، وفي ظل حضور مادي متزامن للطرفين، بما في ذلك طلب أو عرض مقدم للمستهلك، أو أن يتم التعاقد في المكان الذي يمارس فيه المهني أو المورد نشاطه بشكل دائم أو بالطريقة المعتادة أو عن طريق تقنية الاتصال عن بعد، ومباشرة بعد الاتصال بالمستهلك شخصياً الالتقاء به في مكان مختلف عن المكان الذي يمارس فيه المهني أو المورد نشاطه بشكل دائم أو بالطريقة المعتادة، بحيث يكون الأطراف غير موجودين مادياً، أي أنهما في نفس الوقت حاضرين عن بعد أي عدم الحضور المادي، أو أن يتم التعاقد أثناء جولة ينظمها المهني أو المورد بهدف ترويج أو بيع سلع أو خدمات للمستهلك.

<sup>١</sup> - Cour. Cass, 18 Novembre 2020, pourvoi n°19- 14- 831, Chambre Commerciale Financière et économique - formation restreinte hors RNSM/NA.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة 1-221 من قانون حماية المستهلك الفرنسي والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦ والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

وانطلاقاً مما سبق نستطيع القول بأن السياسة التشريعية الفرنسية جاءت مساندة مع التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني والتي يتم من خلاله التعاقد المبرم عن بعد، رقم ٩٧/٧ والصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧، والذي يعرف فيها المشرع الأوروبي التعاقد عن بعد بأنه كل اتصال عن بعد بين المورد أو المهني والمستهلك يتضمن كافة العناصر اللازمة بحيث يستطيع من خلاله المستهلك أن يقبل التعاقد مباشرة، دون الحضور المادي المتزامن للمهني والمستهلك، ويتم إبرام التعاقد من خلال استخدام وسيلة من وسائل تقنيات الاتصال عن بعد. وكذلك التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية رقم EC/31/2000 والصادر في ٨ يونيو ٢٠٠٠ والذي يأتي في ظل توجه المشرع الأوروبي نحو دعم تطوير وسائل وآليات التجارة الإلكترونية، وفي نفس الوقت حماية المستهلك في ضوء الالتزام بمتطلبات الشفافية والمعلومات المفروضة على مقدمي الخدمات عبر الإنترنت أو عن بعد أو من خلال الاتصالات الهاتفية، من أجل توفير خدمات المجتمع الرقمي أو المعلوماتي<sup>(١)</sup>. بالإضافة إلى ذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة الأوروبية المتعلقة بحماية حقوق المستهلكين رقم ٨٣ - ٢٠١١ والصادرة في ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، وكذلك اللائحتين الأوربيتين بشأن خدمات المحتوى الرقمي والسوق الرقمي الصادرتين في ٥ يوليو ٢٠٢٢، وقد نص المشرع الأوروبي على أن القواعد الجديدة المتعلقة بتنظيم خدمات وسوق المحتوى الرقمي سوف تدخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٤.

وبناء على ما سبق نستطيع القول بأن المعيار الذي وضعه المشرع الفرنسي في ضوء السياسة التشريعية من أجل اعتبار أن العقد مبرم عن بعد أو عبر الإنترنت، وبالتالي

<sup>١</sup> - Directive 2000/31/CE du 8 Juin 2000, dite commerce électronique, JO, N° L. 178 du 17 Juillet 2000; Dir. 2011/83/UE, 25 Oct. 2011.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

يتم في هذه الحالة تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك المتعلقة بالعقود المبرمة عن بعد أو عبر الوسائل الإلكترونية، معيار عدم الحضور المادي لأطراف العقد المبرم عن بعد، أو أن يتم إبرام التعاقد بين المهني والمستهلك عن طريق استخدام الوسيلة التقنية والتكنولوجية الحديثة المختلفة، ومثال على ذلك استخدام التطبيقات الإلكترونية على الهواتف النقالة الذكية من أجل التسوق وإبرام العقود بطريقة إلكترونية دون أي حضور مادي للمهني أو المورد والمستهلك.

علاوة على ذلك فإن الوصول إلى وضع تعريف واضح ودقيق للمستهلك الإلكتروني يرجع إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي قام بتعريفها المشرع الفرنسي في المادة ١٤ من قانون رقم ٥٧٥ لسنة ٢٠٠٤ بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي، بأن التجارة الإلكترونية هي النشاط الاقتصادي التي يقدم أو يتم تزويد الأشخاص بالسلع أو الخدمات عن بعد أو إلكترونياً، ومثال على ذلك الخدمات الإلكترونية التي يتم تقديمها للمستهلك الإلكتروني لتوفير المعلومات عبر شبكة الإنترنت، أو توفير الاتصالات التجارية وأدوات البحث والوصول واسترجاع البيانات والمعلومات، أو استضافة المعلومات والبيانات وغيرها من الخدمات الإلكترونية الحديثة الأخرى سواء تم ذلك مقابل أجر أو بدون أجر.

إلا أن المشرع الفرنسي يستثني من تطبيق القواعد المتعلقة بالتعاقد عن بعد وخارج المحل مجموعة من التعاقدات، وهي على النحو التالي:

١. العقود المتعلقة بالخدمات الاجتماعية، بما في ذلك الإسكان الاجتماعي ومساعدة الطفل والأسرة، باستثناء الخدمات الشخصية المنصوص عليها في المادة L7231 - 1 من قانون العمل الفرنسي.

٢. العقود المتعلقة بالخدمات الصحية التي يقدمها المهنيون الصحيون للمرضى لتقييم حالتهم الصحية والحفاظ عليها واستعادتها، بما في ذلك وصف الأدوية والأجهزة الطبية وتسليمها وتوريدها.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

٣. العقود المتعلقة بألعاب اليانصيب والرهانات والقمار، والمنصوص عليها في المادة 6- L.320 من قانون الأمن الداخلي والمعاملات المتعلقة بالرهانات والقمار.
٤. العقود المتعلقة بالخدمات المالية.
٥. العقود المتعلقة بتنظيم الاعمال السياحية وفقا لما هو منصوص عليه في المادة 2- L211 من قانون السياحة.
٦. العقود المتعلقة باستخدام المشاركة بالوقت (شير تيم)، وعقود منتجات الإجازات طويلة الأجل، وعقود إعادة البيع والتبادل المنصوص عليها في المواد L.224-69، 70- L.244.
٧. العقود التي يبرمها موظف عام.
٨. العقود المتعلقة بتوريد المواد الغذائية أو المشروبات أو غيرها من السلع المنزلية للاستهلاك الحالي، والتي يتم تسليمها فعلياً بواسطة محترف خلال جولات متكررة ومنتظمة إلى منزل المستهلك أو مكان إقامته أو عمله، أي ما يطلق عليه (الدليفي).
٩. العقود المتعلقة بخدمات نقل الركاب، باستثناء المنصوص عليها في المادة 14- L.221 من قانون حماية المستهلك.
١٠. العقود التي يتم أبرامها بواسطة آلات البيع أو المواقع التجارية الآلية.
١١. العقود التي يتم أبرامها مع مشغلي الاتصالات السلكية واللاسلكية لاستخدام أكشاك الهاتف العامة أو لأغراض الاتصال الفردي عن طريق الهاتف أو الانترنت أو الفاكس، ولاسيما الخدمات والمنتجات ذات القيمة المضافة التي يمكن الوصول إليها عن طريق الهاتف أو الرسائل النصية.
١٢. العقود المتعلقة بإنشاء أو حيازة أو نقل ملكية أو حقوق ملكية، أو تشييد مباني جديدة، أو التحول الرئيسي للمباني القائمة أو تأجير المساكن لأغراض سكنية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وعلى العكس من موقف المشرع الفرنسي السابق توضيحه فقد ضيق المشرع المغربي من الاستثناءات المتعلقة بالعقود المبرمة والتي لا تأخذ حكم التعاقد عن بعد، وهي على النحو التالي:

- أ. العقود المبرمة بواسطة موزعين آليين أو محلات تجارية مجهزة بالآلات.
- ب. العقود مع المتعهدين في مجال الاتصالات لأجل استخدام مخادع هاتفية عمومية.
- ت. العقود لأجل بناء وبيع العقارات أو متعلقة بحقوق أخرى خاصة بالعقارات ماعدا الإيجار.
- ث. عقود بيع المزداد العلني.

أما بالنسبة لتعريف المورد فقد نصت عليه الفقرة الخامسة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري بأنه "كل شخص يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو مهيناً أو حرفياً ويقدم خدمة للمستهلك، أو ينتج سلعة أو يصنعها أو يستردها، أو يصدرها أو يبيعها أو يؤجرها أو يعرضها أو يتداولها أو يوزعها أو يسوقها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعامل أو التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق بما في ذلك الوسائل الإلكترونية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة"<sup>(١)</sup>. ويتضح من ذلك أن المشرع المصري قد توسع في تعريف المورد بحيث يشمل كافة الصور سواء التقليدية منها أو الإلكترونية باستخدام الوسائل التقنية والتكنولوجية الحديثة، وبذلك يكون المشرع المصري قد تلافى الانتقادات السابقة وذلك عن طريق النص في قانون حماية المستهلك الجديد على تعريف أعم وأشمل للمورد من التعريف السابق الذي كان منصوص عليه في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الملغى رقم ٦٧ لسنة

<sup>١</sup> - انظر الفقرة الخامسة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.



٢٠٠٦<sup>(١)</sup>، وذلك اتجاه محمود للمشرع المصري في مسايرة التطور التقني والتكنولوجي الحديث وفي نفس الوقت يساير فيها المشرع المصري السياسة التشريعية المعاصرة في تنظيم الممارسات التجارية الإلكترونية. ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية المعاصرة في الدول المقارنة التي تبنت في تشريعها حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني أو للمستهلك عن بعد مثل المشرع الفرنسي والمصري والمغربي، قامت على أساس تطوير هذه التشريعات من أجل توفير حماية قانونية بشقيها الجنائية والمدنية للدفاع عن مصالح وحقوق المستهلك الإلكتروني بشكل عام في كافة مراحل إجراءات إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد من جهة، ووقت إعداد العقد من خلال حماية إرادته بالموافقة وكذلك توقيعه الإلكتروني وحقه في إمكانية إعادة النظر في قراره بعد إبرام التعاقد، وفي نفس الوقت ضمان التوازن في المصالح بين المستهلك والمورد و المهني عن حماية الممارسات التجارية المشروعة بين المهنيين أو الموردين بما يضمن قواعد المنافسة العادلة والمشروعة.

<sup>١</sup> - فقد تم تعريفه في اللائحة التنفيذية الصادرة بقرار وزير التجارة والصناعة المصري رقم ٨٨٦ لسنة ٢٠٠٦، المتعلقة بالقانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه هو "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقوم بتقديم خدمة أو إنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتجات أو التعامل عليها وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق بما في ذلك الوسائل الإلكترونية وغيرها من وسائل التقنية الحديثة" أنظر اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ والصادرة بقرار وزير التجارة والصناعة رقم ٨٨٦ لسنة ٢٠٠٦. انظر كذلك محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

### الفرع الثاني. التطور التاريخي للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

سوف نستعرض في البداية موقف الشريعة الإسلامية الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، ثم نتناول بعد ذلك تطور السياسة التشريعية العربية في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، كذلك تطور السياسة التشريعية الغربية في حماية المستهلك الإلكتروني.

أولاً. موقف الشريعة الإسلامية من الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني:

نستعرض في البداية موقف الشريعة الإسلامية من التطور التاريخي للحماية الجنائية للمستهلك، ففي التاريخ الإسلامي عرف مبدأ حماية المستهلك عن طريق تحريم الغش التجاري بكافة صورة في الأسواق، وكذلك تحريم كتمان التاجر لعيوب السلع المباعة على المستهلك سواء كان إبرام التعاقد قد تم بالطرق التقليدية أو بالطرق الإلكترونية، فعن الرسول صلي الله عليه وسلم قوله (فمن غش فليس مني) (١)، وذلك مصدقا لقول الله تعالى (يا أيها الذين ءامنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم) (٢). كما حرمت الشريعة الإسلامية التجاوزات والعقود التي قد تؤدي للممارسات التجارية غير عادلة، وذلك لقول رسول الله صلي الله عليه وسلم (لا يبيع بعضكم على بيع بعض)، وكذلك حرمت الشريعة الإسلامية إبرام العقود غير الواضحة النتائج (كبيع الثمر على الشجر قبل أن يبدو صلاحه). علاوة على ذلك فقد اعتمدت

١ - فعن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلي الله عليه وسلم مر على صبرة الطعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بلاءً فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال " أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس من غش فليس مني". أخرجه مسلم في صحيحه: كتاب رقم ٥١، باب رقم ٤٣، رقم الحديث ٢٨٤: ٥٦/١. وأخرجه ابن ماجه في سنته: كتاب رقم ١٢، باب رقم ٣٦، حديث رقم ٢٢٢٤ و٢٢٢٥، ٧٤٩/٢، وأخرجه الترمذي في سنته: كتاب رقم ١٢، أبواب البيوع، رقمه ١٣١٥، ٥٩٨/٣.

٢ - القرآن الكريم، سورة النساء، الآية رقم ٢٩.

الشريعة الإسلامية مبادئ حديثة للممارسات التجارية المشروعة منها إزالة الجهالة المفضية للتنازع من شروط العقد أو صفة البضاعة، كما عرفت حماية المستهلك على النطاق العملي الرسمي والشعبي بالحسبة، ووفق مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وكذلك حماية المستهلك في ضوء قاعدة لا ضرر ولا ضرار، وتمتد هذه القواعد لتشمل بالحماية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

ثانياً. تطور موقف الدول العربية في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني: لقد بدأت الدول العربية منذ عهد قريب في الاعتماد على الهيئات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني والأهلي من أجل توفير الحماية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، بحيث أصبح هناك العديد من الهيئات والمؤسسات التي تعمل على توفير الحماية للمستهلك في معظم البلاد العربية كدول الخليج والشرق الأوسط مثال على ذلك في مصر وسوريا والأردن ولبنان وقطر والأمارات وغيرها. وقد نشأت في مصر بعض الأنشطة الأهلية التي ترتبط بحماية المستهلك ومواجهة الغلاء والاستغلال والاحتيال، ومن أشهرها منتدى المستهلك المصري ويحرره المستهلكون بأنفسهم ويحاولون من خلاله تنشيط حركة مدنية منظمة وموحدة لحماية المستهلك المصري، وكذلك العمل على إحياء حركة تعاونية طبقاً للمعايير العالمية لتعزيز الرقابة الشعبية على الأسواق، عن طريق شهادة جودة تمنحها منظمات وجمعيات حماية المستهلك للسلع والخدمات التي تلتزم بالجودة المناسبة والسعر العادل. علاوة على ذلك فقد تم انشاء جهاز لحماية المستهلك المصري للقيام بدور المدافع عن حقوق المستهلكين عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً. وقد أصدر المشرع المصري مجموعة من القوانين لحماية المستهلك وعمل على تحديث التشريعات التي تتعلق بحماية المستهلك، وكان آخرها القانون رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ بشأن حماية المستهلك والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، وكذلك سعت أغلب الدول العربية على

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

تحديث تشريعاتها من أجل مواكبة التطور التقني والتكنولوجية للوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة المختلفة المستخدمة في العصر الحالي.

ثالثا. تطور موقف الدول الغربية في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني:

مع بدايات القرن التاسع عشر تشكلت النواة الأولى لمجموعة مستهلكي نيويورك، وقد انتشرت حركة حقوق المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية بصورة سريعة خلال النصف الأول من القرن العشرين، ثم انتقل بعد ذلك الاهتمام بحقوق المستهلك إلى القارة الأوروبية بعد الحرب العالمية الثانية، وبناء على تلك الجهود الدولية فقد تم إنشاء الاتحاد الدولي لجمعيات حقوق المستهلك في عام ١٩٦٠، وفي عام ١٩٦٢ أعلن الرئيس الأمريكي الأسبق جون كيندي المبادئ الأربعة لحماية المستهلك.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي من حماية المستهلك الإلكتروني، فقد أصدر المشرع الفرنسي مدونة حماية المستهلك رقم ٩٤٩ - ٩٣ في ٢٦ يوليو ١٩٩٣ وهي تتكون من خمس أبواب تتعلق بإعلام المستهلك وحمايته وتنظيم جمعيات المستهلكين وتطابق وأمان المنتجات والخدمات وحماية المستهلك الإلكتروني في مجال التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد. ولكن المشرع الفرنسي قبل إصدار هذا القانون كان قد وضع ترسانة هائلة من التشريعات والنظم الخاصة بحماية المستهلك وقد تمخض عن تلك القوانين نظام قانوني قائم بذاته لا يتردد البعض عن تسميته بالنظرية القانونية لحماية المستهلك أو مدونة حماية المستهلك، ثم كانت التعديلات الأخيرة للمشرع الفرنسي على مدونة حماية المستهلك بالقانون الصادر في ١٧ يولييه ٢٠٢١ والتي دخلت حيز النفاذ في ٢٣ أغسطس ٢٠٢١، بالإضافة إلى التعديلات الأخيرة الصادرة في عام ٢٠٢٢، علاوة على ذلك فقد نص المشرع الفرنسي على حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني عن طريق قانون حماية البيانات الشخصية، كذلك نص على حماية المستهلك الإلكتروني من الاحتيال الإلكتروني، ومن التحرش والمضايقات الإلكترونية، كذلك نص على حماية المدفوعات والتعاملات المالية

الإلكترونية للمستهلك، كل ذلك من خلال مجموعة من القوانين الخاصة التي تنظم هذه الممارسات الإلكترونية لتوفير حماية شاملة وكاملة للمستهلكين عبر التطبيقات الإلكترونية والمواقع التسويقية وعبر شبكات الإنترنت.

أما بالنسبة لموقف المشرع الأوروبي في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، باستقراء القوانين واللوائح والتوجيهات والتوصيات الأوروبية نجد أن المشرع الأوروبي قد أصدر العديد من القوانين واللوائح والتوجيهات والتوصيات التي تفرض على الدول الأعضاء توفير الحماية والتدابير للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بحيث لا تقل عن مستوى معين من الحماية القانونية، حيث يهدف المشرع الأوروبي من تدابير حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً إلى حماية حق الإنسان في الصحة والسلامة والحق في الإعلام والتبصير، بالإضافة إلى حماية المصالح الاقتصادية والقانونية للمستهلكين، بحيث تشمل كافة المعاملات المادية والتجارية والإلكترونية، وتشمل كذلك السياسة التشريعية الأوروبية على تطبيق قواعد خاصة لحماية المستهلكين من بعض المنتجات مثل الأدوية، والمنتجات التي تشمل على مكونات معدله وراثياً ومنتجات التبغ ومستحضرات التجميل ولعب الأطفال وألعاب المفرقات، وأهمها القرارات التوجيهية بشأن مكافحة الممارسات التجارية للمنافسة غير المشروعة Unfair Commercial Practices Directive والقرارات التوجيهية بشأن مكافحة الشروط التعاقدية غير المشروعة Unfair Contract Terms 93/13/EC وللتجارة الإلكترونية Electronic Commerce، بالإضافة إلى ذلك فقد أنشئ الاتحاد الأوروبي منصب تحت مسمى المفوض الأوروبي لحماية المستهلك من أجل العمل على حماية مصالح المستهلك على مستوى دول الاتحاد الأوروبي. وبناء على ما سبق فقد أعتمد المشرع الألماني قوانين وطنية لحماية المستهلك في ضوء التوجيهات الأوروبية فضم بعضها إلى مدونة القانون المدني

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الألماني والبعض الآخر في القانون الجنائي الألماني، وكذلك نص المشرع الفرنسي على مدونة لحماية المستهلك تشمل على قواعد لحماية المستهلك الإلكتروني. وعلاوة على ما سبق فقد نص المشرع الأوروبي على مجموعة من القواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، أوجب من خلالها على الموردين أو المهنيين بأن تكون المنتجات والخدمات التي يتم تسويقها للمستهلكين تتمتع بالأمن والسلامة العامة وذلك وفقاً للقواعد المنصوص عليها في توجيه الأوروبي رقم ٢٠٠١/٩٥ EC الصادر في عام ٢٠٠١ وتعديلاته اللاحقة. بالإضافة إلى ذلك فقد نص المشرع الأوروبي على تدابير لتجنب المخاطر الصحية ومراقبة سلامة المنتجات وإمكانية تتبعها، وذلك في حالة ما إذا كان المنتج أو الخدمة تشكل تهديداً خطيراً وتتطلب اتخاذ إجراء سريع لوقف هذا التهديد أو الخطر. وفي هذه الحالة يجب على الدولة المعنية العضو في الاتحاد الأوروبي إبلاغ المفوضية الأوروبية لحماية المستهلك على الفور عبر نظام RAPEX<sup>(١)</sup>، بالانتهاكات من أجل اتخاذ التدابير والإجراءات لحماية المستهلك.

كذلك فقد نص المشرع الأوروبي على مجموعة قواعد خاصة لحماية المستهلك تتعلق بسلامة وأمن المستهلك للمنتجات المتعلقة بمواد مستحضرات التجميل وألعاب الأطفال والألعاب المفرقعات، حيث تضمنت اللائحة الأوروبية رقم ٢٠٠٩/١٢٢٣ والصادرة في عام ٢٠٠٩ بشأن سلامة مستحضرات التجميل على قواعد خاصة لحماية المستهلك من خلال إلزام المهنيين والموردين بتوفير قوائم بكافة المكونات والبيانات والاسم

<sup>١</sup> - النظام الأوروبي Rapex عبارة عن نظام للتبادل السريع للمعلومات والبيانات بين الدول الأعضاء والمفوضية الأوروبية لحماية المستهلك من أجل اتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة لحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

العلمي لمكونات هذه المنتجات<sup>(١)</sup>. بالإضافة إلى ذلك فقد نصت التوجيهات الأوروبية المتعلقة بمعايير السلامة المطبقة على ألعاب الأطفال وخاصة المفرقات التي يتم استخدامها استخدام مدني والمنتجات المماثلة، وذلك بموجب التوجيه الأوربي رقم ٩٣/١٥ والتوجيه الأوربي رقم ٢٠٠٨/٤٣ والذي دخل حيز النفاذ اعتباراً من ١١ يوليو ٢٠١٣، ثم صدر بعد ذلك التوجيه الأوربي المتعلق بألعاب المفرقات للاستخدامات المدنية وفقاً للقرار EC ٢٠٠٤/٣٨٨، والقرار EC ٢٠٠٤/٥٧، وتم تحديد متطلبات السلامة لألعاب الأطفال في التوجيه الأوربي رقم ٢٠٠٩/٤٨، وكذلك التوجيه الأوربي الخاص بمواد الألعاب النارية رقم ٢٠١٣/٢٩ ثم التوجيه رقم ٢٠١٤/٢٨، ثم التوجيه الأوربي رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩ والصادرة في ٢٧ نوفمبر ٢٠١٩، وتقوم اللجنة الأوروبية لتوحيد القياسي بمراجعة وتطوير المعايير المعمول بها لحماية المستهلك في ضوء المتغيرات والتطورات التكنولوجية الحديثة.

وفضلاً عما سبق فقد استحدثت المشرع الأوربي أنظمة لمراقبة وتبادل المعلومات من أجل حماية المستهلك، حيث تم إنشاء برنامج Ehlass كنظام أوربي لرصد الحوادث المنزلية وأثناء الأنشطة الترفيهية وكذلك الحوادث الأخرى من نفس النوع وذلك بموجب القرار رقم ٩٣/٥٨٠. علاوة على ذلك تم إنشاء نظام لتبادل المعلومات المجتمعية لبعض المنتجات التي قد تعرض صحة أو سلامة المستهلكين للخطر، ويستثني من ذلك الأدوية والمنتجات للاستخدام التجاري. ويأتي ذلك في ضوء اللائحة الأوروبية لحماية المستهلك والتي تنص على حماية حقوق المستهلك الإلكتروني بما في ذلك الحق في العدول والحق في الحصول على المعلومات عن سلع والخدمات والحق في الحصول على التعويض عن الأضرار، علاوة على ذلك فقد أصدر المشرع الأوربي

<sup>١</sup> - أنظر اللائحة الأوروبية رقم ١٢٢٣/٢٠٠٩ والصادرة في عام ٢٠٠٩ بشأن سلامة مستحضرات التجميل على قواعد خاصة لحماية المستهلك.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

اللائحة الأوروبية لحماية البيانات الشخصية في عام ٢٠١٦ والتي دخلت حيز التنفيذ في عام ٢٠١٨، والتي تتضمن قواعد ملزمة لحماية جمع ومعالجة ونقل وتخزين البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني<sup>(١)</sup>، بحيث يحظر استخدام هذه البيانات الشخصية بدون موافقة صريحة من المستهلك الإلكتروني. كذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة الأوروبية بشأن مكافحة الاحتيال الإلكتروني بحيث يتضمن تشديد العقوبة لحماية المستهلك الإلكتروني من كافة صور الاحتيال الإلكتروني والتزوير عبر الإنترنت.

وفي النهاية نستخلص مما سبق أن السياسة التشريعية الأوروبية قد قامت على حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً من خلال مجموعة من التدابير والقواعد العامة والخاصة، بالإضافة إلى حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك عن طريق توفير خدمات مجتمع المعلومات والبيانات والتجارة الإلكترونية والمدفوعات الإلكترونية العابرة للحدود. وتأسيساً على ما سبق فإن ونظراً لأن التعاقدات الإلكترونية تتم في الغالب على نطاق المستوى الدولي والعاور للحدود، لذلك وجب العمل على وضع الوسائل والقواعد القانونية المناسبة من أجل توفير الحماية الدولية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في ضوء السياسة التشريعية المعاصرة، وبناءً على ذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي توجيهين في هذا الشأن، وهما على النحو التالي:

<sup>١</sup> - اللائحة الأوروبية لحماية البيانات الشخصية GDPR رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦ والصادرة بتاريخه ٢٧ أبريل ٢٠١٦، والتي دخلت حي التنفيذ في ٢٥ مايو ٢٠١٨، حيث تم بموجبها إلغاء التوجيه الأوروبي رقم ٤٦ لسنة ١٩٩٥. وكذلك التوجيه الأوروبي رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩ الصادر عن البرلمان الأوروبي في ٢٧ نوفمبر ٢٠١٩ والمعدل لتوجيهات الأوروبية رقم ١٣ لسنة ١٩٩٣، وتحديث التوجيه الأوروبي رقم ٨٣ لسنة ٢٠١١ والتوجيه الأوروبي رقم ٢٩ لسنة ٢٠٠٥، وكذلك التوجيه الأوروبي رقم ٦ لسنة ١٩٩٨ والتي تتعلق بحماية المستهلك في الاتحاد الأوروبي.



## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

التوجيه الأول. نص فيه المشرع الأوروبي على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك يجب العمل من خلال المؤتمرات الدولية على تنظيم القواعد المتعلقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بالمعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم خارج دول الاتحاد الأوروبي.

**التوجيه الثاني.** يتعلق بقواعد الاختصاص للمحكمة الأفضل للمستهلك، فقد أصدر المشرع الأوروبي التوجيه الثاني بشأن القواعد التي تحدد ما هي المحكمة الأفضل للمستهلك وبصفة خاصة في ظل معاهدة روما الصادرة في ١٩ يوليو ١٩٨٠، علاوة على ذلك فقد صدر التوجيه الأوروبي رقم ٩٣/١٣ الصادر في ٥ أبريل ١٩٩٣ بشأن حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي تفرض عليه من جانب البائع المحترف كالشرط الذي يعفي البائع من ضمان العيوب الخفية، كذلك فقد صدر التوجيه الأوروبي رقم ١٤٤/٩٩ الصادر في ٢٥ مايو ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك في عمليات البيع وضمانات الأموال الاستهلاكية، ثم صدر بعد التوجيه الأوروبي رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩ لتحديث كافة التوجيهات السابقة المتعلقة بحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في الاتحاد الأوروبي.

وبناء على ما سبق وفي ضوء تطوير معايير وخصائص الإنترنت من أجل توفير بيئة ملائمة للمستهلك الإلكتروني، فقد ظهرت بعض المشاكل التي تتعلق بشبكات الإنترنت حول كيفية بناء مجموعة من البروتوكولات التي تستطيع إدارة الاتصالات ما بين أي جهازين أو أكثر والتي كل جهاز فيها يستخدم أنظمة مختلفة. ولكي يزيد الأمر تعقيداً فإن كل نظام متصل مع بعضه البعض لا يعرف حرفاً عن بقية الأنظمة. وبالتالي ثارت إشكالية حول مدى إمكانية معرفة أين يقع النظام الآخر أو أي البرمجيات التي تستخدم فيها أو ماهية المنصة الصلبة المستخدمة في ظل الصعوبات التكنولوجية المستخدمة من أجل التخفي. فالبروتوكول هو مجموعة من القوانين التي تحدد وتفصل كيف لحاسوبين آليين أن يتصلا ببعضهما البعض عبر

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

شبكة إنترنت ما. أما أهم البروتوكولات التجارية والمتعلقة بأمن الشبكة من أجل حماية المستهلك الإلكتروني، فهي على النحو التالي:

أ. بروتوكول (HyperText Transfer Protocol) HTTP الآمن وهو بروتوكول نقل تشعبي يسهل في عمليات القيام بالتحويلات الآمنة بين المستهلك والخادم باستخدام نموذج إدخال بيانات، ويمكن للمستهلك النقر على زر التقدم الآمن في هذه المواقع التسويقية الإلكترونية باعتبار مواقع مؤمن من الاختراقات والهجمات الإلكترونية.

ب. نظام الدفع الافتراضي First Virtual Holdings أنشئ هذا النظام من أجل الدفع الافتراضي ليقدم الربط بين البنوك والشركات التي تصدر بطاقات الائتمان والشركات التي تقوم بأعمالها عبر الإنترنت والمستهلكين الإلكترونيين، من أجل أن يتحقق هذا النظام من صحة التحويلات المالية ويتضمن أنظمة مراقبة لتقصي المشاكل وفعالية الأمن المعلوماتي لحماية أمن البيانات والمعلومات الشخصية المالية للمهني والمستهلك الإلكتروني.

ت. بروتوكول Net Cash الأموال الرقمية، وهو نظام يعتمد على القسائم Coupons أو الأموال الافتراضية التي يجري التعامل بها عبر التطبيقات الإلكترونية والمواقع الإلكترونية ويصدر بنك Net Cash هذه القسائم ويحولها مقابل عمولة ٢% ويتم بواسطة هذا النظام تحويل الدفعات الصغيرة لأقل من ١٠٠ دولار.

ث. بروتوكول Net bill (الفاتورة الإلكترونية): وهو نظام يسمح للمستهلك الإلكتروني القيام بإجراء الدفعات الإلكترونية عبر الإنترنت للمشتريات من خلال نظام تقسيط للمبالغ المالية على دفعات عبر الإنترنت.

ج. بروتوكول Secure Socket Layers (SSL) وهو بروتوكول يحول بيانات السداد والمعلومات الحساسة الشخصية الأخرى بأمان بين التجار والمستهلكين إلا أن

SSL لا يتحقق من أن المستهلك هل هو صاحب السداد الذي يمتلك بطاقة السداد أم لا.

ح. بروتوكول SET بروتوكول الصفقة التجارية الإلكترونية الآمنة: وهو بروتوكول أمن مصمم بالاشتراك بين ماستر كارد وفيزا بمساعد ميكروسوفت وشركات أخرى والغرض منه توفير الأمن لمدفوعات البطاقة الإلكترونية عند عمليات الدفع عبر الإنترنت من خلال مواقع التجار والبنوك. وتطبيقا على ذلك تذهب فيزا وماستركارد بأن من موصفات SET استخدامه بيانات خفية أساسية عامة وشهادات رقمية لضمان صلاحية كل من المستهلكين والتجار وبصفة خاصة فإنه يقدم السرية وتكامل البيانات وتوثيق المستخدم والتاجر وعدم نسخ بيانات المستهلك.

بالإضافة إلى ما سبق فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة الاوربية بشأن خدمات المحتوى الرقمي في ٥ يوليو ٢٠٢٢، والتي سوف تدخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٤، من أجل تنظيم عمل المنصات عبر الإنترنت والتي تقدم محتوى رقمي لحماية مصالح المستهلك وتوفير بيئة رقمية آمنة، علاوة على ذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة الأوروبية المتعلقة بالسوق الرقمي في ٥ يوليو ٢٠٢٢ والتي سوف تدخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٤.

**المطلب الثاني. موقف السياسة التشريعية المعاصرة من الحماية الجنائية للمستهلك**

### **الإلكتروني**

مما لا شك فيه أن المستهلك الإلكتروني يشمل جميع الأشخاص الفاعلين اقتصاديين والذين يسعون إلى اشباع حاجاتهم عن طريق الحصول على السلع والخدمات عبر الانترنت أو الهواتف النقالة أو غيرها من الوسائل التكنولوجية المختلفة لأغراض خاصة أو شخصية. فالتسوق عبر آليات التجارة الإلكترونية مزيا عديدة بحيث يسمح للمستهلك الإلكتروني بإمكانية التواصل مع الموردين بطريقة سهلة وميسرة غالبا ما

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

كان يتعذر الوصول إليهم في عصر ما قبل التسويق الإلكتروني<sup>(١)</sup>، مما يزيد من القدرة على الاختيار وتزيد من قواعد المنافسة التجارية، مما يمكن المستهلك الإلكتروني من إبرام التعاقد والاختيار المستتير المتبصر، إلا أنه وبالرغم من مزايا التجارة الإلكترونية إلا أنها تجلب معها مخاطر قانونية جيدة غير معروفة للتجارة التقليدية<sup>(٢)</sup>، وهنا يأتي دور السياسة الجنائية التشريعية من مواجهة هذه المخاطر، وباستقراء التشريعات المقارنة، نستطيع القول بأنه السياسة الجنائية التشريعية المعاصرة في التعامل مع حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً قد انقسمت إلى الاتجاهين وذلك على النحو التالي:

الاتجاه الأول من السياسة التشريعية. الاتجاه الحديث من السياسة التشريعية المعاصرة في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني يتعلق باتباع نهج التنظيم الذاتي. فقد ذهب هذا الاتجاه إلى اتباع نهج التنظيم الذاتي لقواعد حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، ويرجع ذلك إلى أن الشركات التجارية الإلكترونية والتي تعمل في مجال المعلومات والبيانات تفضل الأخذ بالنهج التنظيم الذاتي لقواعد حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، ومثال على ذلك المشرع الأمريكي حيث يعتمد هذا النهج على القواعد التي يتم اعتمادها من خلال منظمات

<sup>١</sup> - V. BOEHME-NESSLER, « Europäisches Internetrecht », Europäisches Wirtschafts- und Steuerrecht (EWS) 2001, p.149 (150), se référant aussi à la politique américaine. Sur les avantages d'Internet en général, v. R.E. LITAN, « Law and Policy in the Age of the Internet », Duke Law Journal 50 (2001), p. 1045 (1047 et s.).

<sup>٢</sup> - A. L. BOMSE, «The Dependence of Cyberspace» , Duke Law Journal 50, 2001, p. 1717 (1735 et s.). Résolution du Conseil du 28 juin 1999 relative à la politique des consommateurs de la Communauté 1999-2001, JOCE n°C 206 du 21 juillet 1999, p.1 (considérant n°11).

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

الاعمال والمستهلكين وكذلك على الأدوات والوسائل التي طورتها قوى السوق الحرة من شركات المعلومات والبيانات، ويتميز هذا الاتجاه على أنه لا يعتمد على قواعد حماية صارمة ينص عليها المشرع<sup>(١)</sup>، بل على قواعد مرنة قادرة على التعامل مع العقبات والصعوبات التي يفرضها التنظيم التقليدي على التجارة الإلكترونية العابرة للحدود الوطنية والتي تتطور بطريقة سريعة ومستمرة وفقاً للتقنيات والتكنولوجيات الحديثة المختلفة.

وتأسيساً على ذلك فقد أخذ المشرع الأمريكي بهذا الاتجاه، ففي البداية كان إعلان الرئيس الأمريكي الأسبق جون كنيدي عن إعلان حقوق المستهلك والصادر في ١٥ مارس ١٩٦٢، ثم بعد ذلك نصت وثيقة الإطار للتجارة الإلكترونية العالمية الصادرة

---

<sup>١</sup> - adopté par le « National Conference of Commissioners of Uniform State Law (NCCUSL) » ; le texte de l'UETA se trouve sur le site : <http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/fnat99/1990s/ueta99.htm>. Pour des informations supplémentaires, v. le site : <http://www.uetaonline.com> ; v. H.D. Gabriel, « The New United States Uniform Electronic Transactions Act : Substantive Provisions, Drafting History and Comparison to the UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce », Rev. dr. unif. 2000, p. 651. De même, en 1999, le NCCUSL a adopté le « Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA) » qui s'applique uniquement aux transactions sur la prestation de données électroniques (« Computer Informations ») ; v. R.T. NIMMER, « UCITA : A Commercial Contract Code », The Computer Lawyer, vol. 17, n°5, 2000, p. 3. Le texte se trouve sur le site : <http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/ucita/ucita01.htm>. Jusqu'au 8 octobre 2001, 7 États fédérés et le District de Columbia avaient adopté l'UCITA dans leur législation.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

في ١ يوليو ١٩٩٧ على تبني المشرع الأمريكي منح مزيد من الحرية للفاعلين الاقتصاديين، وهذا ما يعتمد عليه الاتجاه التنظيم الذاتي، ويرجع مبرر أنصار هذا الاتجاه إلى أن التنظيم التشريعي التقليدي الصارم من قبل المشرع الوطني من شأنه أن يشكل عائق أمام تطور التجارة الإلكترونية العالمية. علاوة على ذلك فقد صدرت اللائحة الجديدة لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في يناير ٢٠٢١ والتي تهدف إلى تعزيز الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، بما في ذلك حماية البيانات الشخصية والحد من النصب والاحتيال عبر الإنترنت<sup>(١)</sup>. ويتضح مما سبق أن نهج المشرع الأمريكي ليس تبني هذه السياسة في التشريع الوطني فقط، ولكن يشكل هذا النهج أساسا للسياسة الأمريكية الاقتصادية على المستوى الدولي.

ولكن ليس معني ذلك أن المشرع الأمريكي قد تخلى بصورة نهائية عن التنظيم التشريعي لحماية المستهلك، خاصة في مرحلة التعاقد وكذلك في قانون التجارة الأمريكي، بل نص المشرع الأمريكي على وضع قانون للتجارة الإلكترونية الأمريكي الفيدرالي وفقا لمبادئ قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية، ونص فيه على أن الروابط التعاقدية عبر الإنترنت يجب أن تخضع لمبدأ استقلالية الأطراف، وذلك على خلاف النهج المتبع من قبل المشرع الأوربي. ويرجع ذلك إلى أن المشرع الأمريكي يتبع سياسة تشريعية تعتمد على إعطاء استقلالية أكبر للفرد في قدرته على تأكيد مصالحه وإمكانيات التنظيم الذاتي في نفس الوقت، علاوة على ذلك فإن

---

<sup>١</sup> - V. Boehme - Nessler, *Europaisches internetrecht, Europaisches wirtschafts - und steuerrcht "EWS"*. 2001, p. 149 - 150; Du point de vue de la théorie économique, on pourrait dire qu'internet réduit les imperfections du marché par une plus grande transparence; ch.A.L.Bomse, *The dependence of cyberspace*, *Duke Law Journal*, 50, 2001, pp. 1724, 1726 ets.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

السياسة التشريعية الأمريكية حذره من التنظيم القانوني التقليدي الصارم للإنترنت من خلال القوانين الوطنية، وذلك على عكس توجه المشرع الأوربي الذي يسعى إلى وضع تنظيم قانوني صارم لكافة الممارسات على شبكة الإنترنت وغيرها من التطبيقات والخدمات للمحتوى الرقمي.

وتأسيساً على ما سبق نستطيع القول إن الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية والمنصات الإلكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي وخدمات المحتوى الرقمي والتسويق الإلكتروني تفضل هذا الاتجاه الذي يأخذ به المشرع الأمريكي من حيث تطبيق التنظيم الذاتي للممارسات التجارية الإلكترونية، والتي يتضمن مجموعة من المبادئ التالية<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بعد وضع قواعد قانونية تقليدية في التعامل مع آليات التجارة الإلكترونية، وبالتالي امتناع الدول عن وضع القوانين واللوائح التشريعية التي من شأنها أن تعرقل الممارسات التجارية الإلكترونية.
٢. وضع الوسائل والأدوات التنظيمية البديلة من خلال اقتراح أدوات التنظيم الذاتي التي يمكن من خلالها أن تحل محل التنظيم التشريعي التقليدي للممارسات التجارية الإلكترونية.
٣. الاعتماد على توفير آليات لحماية ثقة المستهلك في تطوير الممارسات التجارية الإلكترونية من خلال ما يلي:

---

<sup>١</sup> - Josef Drexl, Le commerce électronique et la protection des consommateurs, Mondialisation et société de l'information, Revue internationale de droit économique 2002/2-3 (t. XVI), Paris, pp. 413 - 416. Paris Recommandations on Consumer Confidence, du 13 septembre 1999, site : [www.consumerconfidence.gbde.org](http://www.consumerconfidence.gbde.org), V., 1 Mars 2023.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أ. حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني من خلال آليات التنظيم الذاتي لقواعد حماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك المستخدمة أثناء المعاملات التجارية الإلكترونية.

ب. تسوية المنازعات عبر الوسائل البديلة لنظر الدعوى خارج المحكمة، من أجل توفير الوقت والمال وتحقيق مبدأ العدالة الناجزة.

ت. توفير علامات تدعم ثقة المستهلك في أدوات التجارة الإلكترونية، مثال على ذلك إعطاء المهنيين أو الموردين الملزمين بقواعد حماية المستهلك شهادة معتمدة من جهاز حماية المستهلك يفيد أن التاجر أو المهني صديق للمستهلك مما يدعم ثقته في المعاملات التجارية الإلكترونية.

الاتجاه الثاني من السياسة التشريعية. الاتجاه التقليدي من السياسة التشريعية في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني. فقد ذهب هذا الاتجاه إلى اتباع نهج التنظيم التشريعي التقليدي لحماية المستهلك الإلكتروني، ويأخذ بهذا الاتجاه المشرع الأوروبي حيث يتبع تطبيق القواعد التقليدية لحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً من خلال التشريعات واللوائح الصادرة عن البرلمان الأوروبي، وقد استند المشرع الأوروبي في سياسته التشريعية لحماية المستهلك الإلكتروني على ركزتين أساسيتين هما<sup>(١)</sup>:

١. حماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً والذي يجد نفسه في وضع غير موثوق، حيث لا يستطيع تأكيد مصالحه بشكل فعال، باعتباره الطرف

---

<sup>١</sup> - Recommandation du Conseil relative aux lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique, adoptée le 9 décembre 1999, site: [www.oecd.org/dsti/sti/it/consumer/prod/Guidelines\\_final\\_fr.pdf](http://www.oecd.org/dsti/sti/it/consumer/prod/Guidelines_final_fr.pdf), V, Le 5 mars 2023.



الضعيف في العلاقة التعاقدية، والذي يحتاج من المشرع التدخل من أجل حماية مصالحه.

٢. تشجيع المستهلك على الشراء عن بعد وعبر الإنترنت، مع ضمان مستوى معين من الحماية له في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي، وذلك عن طريق وضع القواعد القانونية والآليات والتدابير الوقائية التي تضمن أن تكون إرادة المستهلك التعاقدية عبر الإنترنت حرة ومستتيرة، وكذلك تضمن حقه في العدول عن السلع محل التعاقد وغيرها من الحقوق المنصوص عليها في القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني.

وعلى الرغم من أهمية هذا الاتجاه الذي انتهجه المشرع الأوروبي ولما يفرضه من قواعد قانونية تقليدية صارمة لحماية المجتمع من قبل أي مقدم خدمة أو مورد أو مهني يرغب في عرض منتجاته على المستهلك الأوروبي، إلا أن هذا الاتجاه من المشرع الأوروبي محل انتقاد لما يمثله من عائق أمام التجارة الإلكترونية العابرة للحدود الوطنية مع دول خارج الاتحاد الأوروبي وبالتالي يتعارض مع مبدأ المرونة والملائمة التي يجب أن يتميز بها التشريع من أجل أن يتوافق مع متغيرات العصر الحديث المتلاحقة والسريعة<sup>(١)</sup>. وقد سار على نفس نهج المشرع الأوروبي كل من المشرع الفرنسي، والمصري، والقطري والمغربي وأغلب التشريعات المقارنة، وهذا ما سوف نستعرضه بالتفصيل في المبحث الثاني. بحيث تتفق هذه التشريعات على وضع تعريف للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية بأنه **نلك الشخص الذي يبرم**

<sup>١</sup> - C. HULTMARK RAMBERG, «The E-Commerce Directive and Formation of Contract in a Comparative Perspective», European Law Review 26 (2001), p.429 (445 et suiv.), critiquant l'approche européenne surtout pour ne pas clarifier les conséquences juridiques de l'infraction de l'obligation par le prestataire de services (p. 448).

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من التصرفات والمعاملات التجارية من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها. وبالتالي توفير الحماية القانونية بشقيها الجنائية والمدنية للمستهلك الإلكتروني في هذه التشريعات، وذلك سواء كان في المرحلة السابق على إبرام العقد إلكترونياً أو عن بعد أو أثناء إبرام التعاقد، أو في المرحلة التالية لإبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد من خلال الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من الوسائل الإلكترونية والتكنولوجية المختلفة الأخرى.

وقد اعتمد المشرع في الاتجاه التقليدي للسياسة التشريعية في حماية المستهلك الإلكتروني على النهج التقليدي القائم على آليات السوق الداخلية الوطنية وعلى قواعد قانونية صارمة من مصدرين هما على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

المصدر الأول. السياسة التقليدية الكلاسيكية للمجتمع والتي تحدد المواقف التي لا يكفي فيها تفاعل قوى السوق الحرة من حيث القانون الخاص، وحرية التعاقد، لضمان قدرة المستهلك على الدفاع على مصالحه، وكذلك القانون الجنائي لتجريم كافة صور الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة.

<sup>١</sup> - CF. CJCE, Avis du 24 Janvier 1991, C -339/89, Alsthom Atlantique SA, V. Compagnie de construction mécanique Sulzer SA, Rec. 1991, p. 1 - 107, 124 N°15. Dans cette décision, la Cour a jugé que la règle d'une responsabilité sans faute du vendeur pour les produits défectueux ne constitue pas une mesure équivalente selon l'art. 28 CE, puisque la responsabilité peut être exclue par contrat.

المصدر الثاني. يتعلق بتقييم سياسة المجتمع في سياق التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي، بهدف الحفاظ على السوق الداخلي، عن طريق القواعد التعاقدية ذات الطبيعة الصارمة، المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك الوطني، وبالتالي يستخدم المجتمع سلطته التشريعية لحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية.

ويتضح مما سبق أن هناك مسارين لحماية المستهلك الإلكتروني، المسار الأول المسار أو البعد الوطني الداخلي لحماية المستهلك الإلكتروني، أما المسار الثاني المسار أو البعد الدولي الخارجي لحماية المستهلك الإلكتروني، وهما على النحو التالي:

أولاً. المسار الأول. المسار الوطني الداخلي لحماية المستهلك الإلكتروني، ويعتمد هذا المسار التقليدي على القواعد التعاقدية ذات الطبيعة الصارمة لحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية مثال على ذلك المشرع الفرنسي والمصري والقطري والمغربي، وذلك على عكس الاتجاه الأول من السياسة التشريعية الحديث الذي يتبنى التنظيم الذاتي والذي يعتمد على قواعد تعاقدية ليست صارمة مثال على ذلك التشريع الأمريكي.

ثانياً. المسار الثاني. المسار الخارجي لحماية المستهلك الإلكتروني، ففي ظل القواعد الدولية المنظمة للتجارة الدولية الإلكترونية، ولأهمية التعاون الدولي تم وضع قواعد تجارية دولية مشتركة من أجل حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية وكذلك تنظيم الممارسات التجارية الإلكترونية العابرة للحدود الوطنية.

وبناء على ذلك يثور التساؤل حول القانون الواجب التطبيق لحماية المستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية العابرة للحدود الوطنية، فمما لا شك فيه أن العقود الإلكترونية في هذه الحالة تعتبر عقوداً دولية عابرة للحدود الوطنية، ولا تدخل ضمن حدود دولة معينة، وتكون هذه العقود أما تجارية، أو مدنية، أو مختلطة وفق

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

لطبيعة كل عقد والعلاقة التي تربط أطراف العقد. وبالتالي يجب في انعقاد العقد الإلكتروني أن يكون الإيجاب واضحاً مبيناً فيه العناصر الأساسية كافة حتى يكون المستهلك على بينة من أمره، لهذا حرص المشرع على توفير القدر الكافي من الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية، بسبب جهل كل طرف بما يتعامل معه فالصورة المعروضة على شاشة الكمبيوتر يجب أن تعكس الوضع الحقيقي للمنتجات المعروضة دون غموض، أو نقص، ويجب أن يكون القبول الإلكتروني واضحاً، وصريحاً، ولا يعد في هذه الحالة السكوت قبولاً في التعاقد الإلكتروني.

وانطلاقاً مما سبقا نستطيع القول بأن القانون الواجب تطبيق على العقد الإلكتروني هو قانون الإرادة، أي القانون الذي اختارته الأطراف. وفي حال عدم وجود اتفاق بين الأطراف حول القانون الواجب التطبيق، يلجأ القاضي إلى استخلاص الإرادة الضمنية لهم عن طريق القرائن، وعليه في هذه الحالة أن يستعرض القوانين المتزاحمة لحل النزاع؛ للوصول إلى القانون الأكثر ارتباطاً بالعقد، كمكان إبرامه أو الجنسية المشتركة للمتعاقدين. وبما أن الكتابة بحاجة إلى توقيع أطرافها للدلالة على موافقتهم على مضمونها، فإن التوقيع على المحررات الإلكترونية ذو أشكال عدة، ترجع إلى طبيعته، وكونه يتم عبر وسائل إلكترونية، ومن هذه الأشكال التوقيعات البيومترية، والرقمية، والتوقيع بالقلم الإلكتروني، وغير ذلك. ومنح الحجية للتوقيع الإلكتروني ذو ارتباط وثيق بدرجة الأمان المتوفرة فيه بين ذوي الشأن؛ لهذا سعي كثير من التشريعات إلى فرض شروط معينة على التوقيع الإلكتروني، لمنحه الحجية في الإثبات وكان هناك تقارب بين هذه القوانين في شروطها، وذلك في ضوء سعي المشرع لحماية المستهلك الإلكتروني سواء من خلال استخدام التوقيع الإلكتروني في إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، أو في حالة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني من أجل تسديد الثمن للسلع أو الخدمات محل التعاقد الإلكتروني عبر الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من التطبيقات والوسائل الإلكترونية والتكنولوجية الأخرى.

وحيث أن حماية المستهلك ليست بالفكرة الحديثة على التشريعات الوضعية بل هناك كثير من التشريعات المختلفة التي اهتمت بتوعية المستهلك وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود بهدف حمايته في مواجهة المهني أو المورد، كما أنشئت أيضا جمعيات تهدف إلى حماية المستهلك وهي جمعيات مدنية لا تهدف إلى تحقيق الربح وتتبع في دفاعها عن المستهلكين عدة طرق ومن أهمها التوعية والدعاية المضادة contre - publicité والامتناع عن الشراء Grève des Achats والامتناع عن الدفع Grève des paiement. وهناك العديد من الدول التي بادرت بإصدار قانون خاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية وضمنه نصوص خاصة بحماية المستهلك الإلكتروني، مثال على ذلك المشرع القطري بإصداره قانون الخاص بالمعاملات الإلكترونية والتجارية رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠، حيث تضمن مجموعة من القواعد القانونية التي تحمي المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية والتجارية الإلكترونية. وبناء على ما سبق فقد ذهب مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، إلى وضع مجموعة من المبادئ التوجيهية التي تحدد من الممارسات التجارية غير السليمة فيما يتعلق بالأنشطة التجارية الإلكترونية وذلك من أجل حماية المستهلك الإلكتروني، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

أولا. التزام المؤسسات التجارية بمبدأ المعاملة العادلة والمنصفة، فيجب أن تلتزم المؤسسات التجارية في كافة معاملاتها مع المستهلك الإلكتروني بالمعاملة العادلة والنزيهة، علاوة على ذلك يجب تجنب الممارسات التجارية التي تضر بالمستهلكين خاصة المستهلكين الضعفاء والمحرومين أي الذين يكونوا في وضع ضعيف.

<sup>١</sup> - أنظر مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، ٢٠١٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ثانياً. التزام المؤسسات التجارية بالسلوك التجاري القانوني غير المخل بالأخلاق أو المنطوي على تمييز أو الغش والخداع، مثال على ذلك الأساليب التسويقية المسيئة أو وسائل تحصيل الديون المتعسفة، أو غير ذلك من الأساليب الغش والخداع التي تشكل مخاطر على حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

ثالثاً. التزام المؤسسات التجارية بمبدأ الإفصاح والشفافية، فيجب على المؤسسات التجارية أن تقدم كافة المعلومات والبيانات كاملة ودقيقة وغير مضللة للمستهلكين، وكذلك خدماتها وأحكامها وشروطها والتمن أو السعر بحيث يشمل كافة الرسوم والتكاليف النهائية، من أجل أن يتمكن المستهلك من اتخاذ قراراته بطريقة مستنيرة وحرّة دون أي لبس أو غموض. وذلك أيّاً ما كانت الوسائل التكنولوجية المستخدمة في عملية التعاقد الإلكتروني سواء تم ذلك عبر الإنترنت أو من خلال التطبيقات الإلكتروني أو عن بعد.

رابعاً. ضرورة التزام المؤسسات التجارية بوضع البرامج التثقيفية والتوعوية، فيجب على المؤسسات التجارية بوضع البرامج والآليات التي تساعد المستهلك الإلكتروني على اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لفهم المخاطر المصاحبة لعملية إبرام التعاقد الإلكتروني بما يشمل المخاطر المالية، والمخاطر التي تهدد اتخاذه لقراراته بطريقة حرّة ومستنيرة، بالإضافة إلى ضمان حصوله على المشورة والمساعدة من جهات تملك المقدرة الفنية، ويجوز أن يقوم بذلك طرف ثالث مستقل عند الضرورة.

خامساً. التزام المؤسسات التجارية بحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، فينبغي على المؤسسات التجارية الالتزام بضمان حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، ويتم ذلك من خلال الجمع بين الملائمة من آليات المراقبة والأمن والشفافية والموافقة المتصلة بجمع بياناتهم الشخصية واستخدامها، لذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة الأوروبية لحماية البيانات الشخصية وكذلك أصدر كل من المشرع الفرنسي والمشرع المصري والقطري والمغربي

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

والأمريكي تشريعات لحماية البيانات الشخصية ونصت فيها على حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

سادسا. ضرورة التزام المؤسسات التجارية بوضع آليات لمعالجة شكاوى المستهلكين الإلكترونيين وتسوية منازعاتهم، بحيث تتسم هذه الآلية بالعدالة والشفافية وسرعة إنجازها بطريقة عاجلة غير مكلفة وسهلة المنال وفعاله لحل منازعات المستهلك الإلكتروني دون تحميله تكاليف أو أي أعباء مالية مستترة لا داعي لها، كل ذلك في ضوء المعايير المحلية والدولية المتعلقة بكيفية معالجة الشكاوى وتسوية المنازعات بالطرق القانونية والطرق البديلة لفض المنازعات والمرتبطة برضاء المستهلك.

وتأسيساً على ذلك فسوف نستعرض في المبحث الثاني انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الأحكام العامة لحماية المستهلك الإلكتروني وذلك من خلال تناول الاتجاه الثاني التقليدي للسياسة التشريعية المقارنة والتي تنص على توفير الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني سواء في المرحلة السابقة على إبرام التعاقد الإلكتروني أو عن بعد أو أثناء التعاقد، أو في المرحلة التالية لإبرام التعاقد الإلكتروني أو عن بعد من خلال القوانين واللوائح والقرارات.

### المبحث الثاني. انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الأحكام

#### العامة للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

مما لا شك فيه أن حرية ممارسة النشاط الاقتصادي مكفولة للجمع، في ظل نظام العولمة والسياسات الاقتصادية الرأسمالية التي تعتمد على الأسواق المفتوحة والأنظمة الإلكترونية والذكاء الاصطناعي وتحليل المعلومات والبيانات وإنترنت الأشياء وغيرها من الوسائل التكنولوجية المختلفة، إلا أنها في الحقيقة هذه الأسواق الإلكترونية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أصبحت مجالاً رحباً لخداع وتضليل واستغلال المستهلكين من خلال بيع المنتجات دون توفير البيانات والمعلومات الجوهرية لها أو تضمين عقود البيع للسلع والخدمات بنود مجحفة بالمستهلك استغلالاً لجهل المستهلكين بالحقوق والضمانات المنصوص عليها في قوانين حماية المستهلك، ومن هنا وجب على المشرع الوطني والدولي التدخل بوضع القواعد القانونية الوطنية والدولية من أجل حماية حقوق ومصالح المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

وسوف نستعرض المبحث انعكاسات السياسة التشريعية على الأحكام العامة للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من خلال المطلب الأول الأحكام العامة لحماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الدولي، وبعد ذلك نتناول الأحكام العامة لحماية المستهلك الإلكتروني على المستوى الوطني من خلال توضيح التزامات المهني أو المورد فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني ففي المطلب الثاني نتناول بالتوضيح لالتزام المورد والمهني بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني، أما في المطلب الثالث نستعرض للحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في العدول. وفي المطلب الرابع سوف نستعرض التزامات المورد أو المهني بحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

### المطلب الأول. انعكاسات السياسة التشريعية الدولية على الأحكام العامة

#### لحماية المستهلك الإلكتروني

بادئ ذي بدء نستعرض موقف الأمم المتحدة من حماية المستهلك الإلكتروني من خلال الحقوق المنصوص عليها في المبادئ التوجيهية لحماية حقوق المستهلك المعتمدة من الجمعية العامة للأمم المتحدة بالقرار رقم ٢٤٨/٣٩ والصادرة في ١٦ أبريل ١٩٨٥، والتي تم توسيع نطاقها في ٢٦ يولييه ١٩٩٩ من خلال قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي رقم ٧ لسنة ١٩٩٩، ثم بعد ذلك تم تنقيحها وتحديثها في ٢٢



ديسمبر ٢٠١٥ واعتمدها بواسطة قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم ١٨٦/٧٠ والذي يحظر من خلاله على أي شخص إبرام أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه المساس أو الإخلال بالحقوق المستهلك الأساسية وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. عدم الإخلال أو المساس بالحق في الصحة والسلامة عند الاستعمال العادي للمستهلك للمنتجات التي تم التعاقد عليها. تطبيقاً لذلك فقد أقرت التشريعات الوطنية هذا التوجيه من المشرع الدولي، ومنها المشرع المصري الذي أقر تجريم عدم التزام المورد بقواعد الصحة والسلامة ومعايير الجودة وضماتها للمستهلك في منتجاته، سواء كان ذلك بمخالفة للمواصفات القياسية المصرية أو للمواصفات الدولية المعتمدة في مصر وفي حالة عدم وجودها، باعتباره جنحة وفقاً للمواد ١، ٣، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، وسار على نفس النهج المشرع القطري والمشرع المغربي وكافة التشريعات العربية والاجنبية.

٢. عدم الإخلال أو المساس بالحق في الحصول على جمع المعلومات والبيانات الصحيحة عن الخدمات أو المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إلى المستهلك. وانطلاقاً من ذلك فقد نصت التشريعات الوطنية ومنها المشرع المصري على أنه يجب على المورد أو المهني الالتزام بإعلام المستهلك بجميع البيانات والمعلومات الجوهرية عن المنتجات، وبالأخص مصدر المنتج وثنه وصفاته وخصائصه الأساسية في أونها أي في الوقت المناسب والمعقول، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري وذلك بحسب طبيعة المنتج، وفي حالة مخالفة هذا الالتزام يسأل المورد أو المهني عن جريمة

<sup>١</sup> - الأمم المتحدة، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، نيويورك وجنيف، ٢٠١٦، ص ٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

جناحة لمخالفة المواد ١، ٤، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري<sup>(١)</sup>. وكذلك نص المشرع المغربي في المواد ٣، ١٧٣، ١٧٧ من القانون رقم ٠٨-٣١ بشأن تحديد تدابير لحماية المستهلك على تجريم سلوك المورد في حالة مخالفته لقواعد الالتزام العام بالإعلام، أو عدم توفير المعلومات الضرورية كتابة للمستهلك في الوقت المناسب، وذلك في ضوء حماية المشرع المغربي لحق المستهلك في الإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات الأساسية للسلع أو الخدمات محل التعاقد، وقد سار المشرع القطري على نفس نهج المشرع المصري والمشرع المغربي<sup>(٢)</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق يلتزم المورد أو المهني بتدوين جميع الإعلانات والبيانات والمعلومات والمستندات والفواتير والإيصالات والعقود بما في ذلك المحررات والمستندات الإلكترونية وغير ذلك مما يصدر عن المورد في تعاملاته مع المستهلك، باللغة العربية وبخط واضح مما يمكن بسهولة قراءتها، علاوة على ما سبق يلتزم المورد أو المهني بأن يضع على المنتجات المعلومات والبيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وبالأخص عنوانه وطرق الاتصال به، ومعلومات وبيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه، وعلامته التجارية إن وجدت، ويجوز أن تكون تلك المعلومات والبيانات مدونة بلغتين أو أكثر على أن تكون إحداها باللغة العربية. وفي حالة مخالفة

<sup>١</sup> - أنظر المواد ١، ٤، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٣٧ (تابع)، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المواد ٣، ١٧٣، ١٧٧ من القانون رقم ٠٨-٣١ بشأن تحديد تدابير لحماية المستهلك المغربي لسنة ٢٠١١.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

المورد لهذا الالتزامات تقيد الواقعة على أنها جنحة لمخالفته المواد ١، ٥، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨<sup>(١)</sup>.

٣. عدم الإخلال أو المساس بحق المستهلك في الاختيار الحر والمستتير للمنتجات التي يجب أن يتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات والسعر العادل التنافسي الذي تحدده آليات السوق من العرض والطلب. وفي ضوء ذلك تناولت التشريعات الوطنية هذا الالتزام ومنها المشرع المصري والذي نص في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ على أن يلتزم المورد أو المهني بالإعلان عن أسعار السلع والخدمات التي يعرضها أو يقدمها، بشكل واضح، ويجب أن يتضمن السعر ما يفرضه القانون من ضرائب أو أي فرائض أو رسوم أخرى، علاوة على ذلك فقد وضعت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري ضوابط لهذا الالتزام بحيث يكون الإعلام بكافة الوسائل الممكنة والتي يكون من السهل على المستهلك الاطلاع عليها<sup>(٢)</sup>، والتي تضمن له التبصير وإبرام التعاقد المستتير دون أي غلط أو لبس.

٤. عدم المساس بالحق في الحفاظ على الكرامة الشخصية للمستهلك واحترام العادات والتقاليد السائد في المجتمع المتعلقة بحماية كرامة شخصية المستهلك، وقد نصت التشريعات المقارنة سواء العربية أو الأجنبية على حماية حق المستهلك في الكرامة الشخصية فجرمت الإعلان عن بعض المنتجات مثل الخمر والمسكرات

<sup>١</sup> - أنظر المواد ١، ٥، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة الرابعة من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨. وكذلك المادة الثالثة من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري والصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩، والمنشورة في الجريدة الرسمية العدد ١٣ مكرر (أ) في الأول أبريل ٢٠١٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والعاب القمار وغيرها من المنتجات التي تتعارض مع عادات وتقاليد المجتمع السائدة.

٥. الالتزام بحق المستهلك في المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان التي تتعلق بحماية المستهلك، مثال على ذلك جهاز حماية المستهلك وجمعيات المجتمع المدني والأهلية لحماية المستهلك، وبناء على ذلك فقد نصت التشريعات المقارنة على إنشاء لجنة أو جهاز ليسهر على حماية حقوق المستهلكين. وتطبيقا على فقد نص المشرع المصري في الباب الثالث من قانون حماية المستهلك على اختصاصات جهاز حماية المستهلك باعتباره الجهاز المنوط به السهر على حماية المستهلك وصون مصالحه<sup>(١)</sup>، بالإضافة إلى ذلك فقد نص المشرع المصري في الباب الرابع من قانون حماية المستهلك على دور واختصاصات الجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك في توفير الحماية له بالتعاون مع جهاز حماية المستهلك<sup>(٢)</sup>.

٦. الالتزام بحق المستهلك في التقاضي عن طريق رفع الدعاوي القضائية عن كل من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك أو الإضرار بها أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسره تحقق العدالة الناجزة كذلك توفير سبل المساعدة القانونية والقضائية لغير القادرين من المستهلكين من أجل التمكين من الحق في التقاضي للمستهلكين، وقد سارت التشريعات الوطنية على ذلك التوجه فنصت على ضرورة توفير المشورة والمساعدة القانونية للمستهلك عموما والمستهلك الإلكتروني خصوصا باعتباره الطرف الضعيف في هذه الممارسات التجارية الإلكترونية.

<sup>١</sup> - أنظر الباب الثالث المواد من ٤٢ إلى ٦١ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر الباب الرابع المادة ٦٢ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

٧. علاوة على ما سبق الالتزام بحق المستهلك في الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله والناجمة عن شراءه للمنتجات أو استخدامها أو تلقي الخدمات، باعتبار ذلك يمثل الشق المدني لحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني دون أن يمنع ذلك من تطبيق الجزاء الجنائي لجرائم الناجمة عن الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة والمنصوص عليها في التشريعات الوطنية.

وتطبيقاً على ما سبق فقد نص المشرع المصري في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ على مجموعة من الضوابط التي يجب أن يلتزم بها المورد أو المهني من أجل حماية المستهلك الإلكتروني أو المستهلك عن بعد، واعتبار الاخلال بهذه الالتزامات مخالفة تشكل جريمة من الجرائم التالية<sup>(١)</sup>:

١. حالة إذا لم يقوم المورد الذي اتم التعاقد عن بعد بإتاحة تصحيح الطلب أو تعديله للمستهلك خلال سبعة أيام عمل من تاريخ القبول، وذلك ما لم يتفق الطرفان على مدة أطول.

٢. في حالة إذا لم يرسل المورد إلى المستهلك إخطاراً كتابياً فور التعاقد يتضمن بيانات العرض المشار إليه، وكافة شروط التعاقد التي يتضمن العقد المبرم عن بعد. ويجوز إرسال هذه البيانات والشروط وفقاً للضوابط التالية:

أ. يجوز إرسال هذا الإخطار للمستهلك بالبريد الإلكتروني أو بأي وسيط إلكتروني آخر قابل للحفظ والتخزين، ولا يجوز أن يشتمل الإخطار على بيانات مغايرة لتلك التي تضمنها عرض المورد.

<sup>١</sup> - أنظر المواد ١، ٣٧، ٣٨، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

- ب. أما بخصوص بيانات العرض والتي يجب أن يمد المورد بها المستهلك عن بعد وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:
- i. بيانات المورد، وتشمل الاسم والعنوان ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني إن وجد، بالإضافة إلى رقم السجل التجاري والبطاقة الضريبية، وما إذا كان المورد منتمياً لمهنة منظمة قانوناً، وصفته المهنية واسم الهيئة أو التنظيم المهني المسجل أو المقيد فيه، بالإضافة إلى أي معلومات تتيح التعرف على المصنع أو المستورد بحسب الأحوال.
  - ii. بيانات المنتج محل العرض، بما فيها مصدره وصفاته وخصائصه الجوهرية، وكيفية استعماله، والمخاطر التي قد تنتج عن هذا الاستعمال إن وجدت.
  - iii. ثمن المنتج وجميع المبالغ التي قد تضاف إلى الثمن، وعلى الأخص الرسوم والضرائب ومصاريف الشحن.
  - iv. مدة العرض، ومدة العرض الذي يتناول خدمات تقدم بشكل دوري.
  - v. الضمان الذي يقدمه المورد، والخدمات التي يقدمها بعد التعاقد إن وجدت.
  - vi. تاريخ التسليم ومكانه، والمصاريف المستحقة عند التسليم.
  - vii. أحكام الرجوع في العقد، وخاصة المدة التي يجوز خلالها للمستهلك الرجوع فيه.
  - viii. بيانات مركز الصيانة وأسلوب إجراء الصيانة للسلع التي حددها هذا القانون.
  - ix. بيانات التعاقد التي سترسل إلى المستهلك في حالة إتمام عملية التعاقد.
  - x. وأي بيانات أخرى تكفل حقوق المستهلك وتحددها اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.
- ونستخلص مما سبق أن التزامات المهني أو المورد فيما يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني تتعدد وذلك على النحو التالي:

<sup>١</sup> - انظر المادة ٣٧ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

أولاً. الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني.  
ثانياً. التزام المهني أو المورد بضوابط الإعلانات التجارية من عدم التضليل أو الغش أو الخداع، وفي حق المستهلك الإلكتروني في الإعلان عن سعر السلعة المباعة بما يشمل كافة الرسوم والمصاريف الأخرى.

ثانياً. الالتزام بالحق في العدول عن السلع والبضائع للمستهلك الإلكتروني  
ثالثاً. الالتزام بحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.  
رابعاً. حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلانات التسويقية غير المرغوبة.  
خامساً. الالتزام بخدمات ما وراء البيع من أجل حماية المستهلك الإلكتروني.  
المطلب الثاني. انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية لحق

#### المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير

مما لا شك فيه أن المهني أو المورد هو أكثر الأشخاص معرفة بخصائص السلع والخدمات التي يقوم بعرضها للبيع أو الاستخدام، وبالتالي وفي ضوء حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير بالمعلومات والبيانات عن السلع والخدمات قبل إبرام التعاقد<sup>(١)</sup>، يلتزم المورد أو المهني بإمداد المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المطلوبة عن السلع والخدمات على نحو يمكنه من الاختيار الواعي والمدرك وإبرام العقد عن بعد بناء على الرضاء الحر المستنير، خاصة في ظل ظروف التعاقد عن بعد للمستهلك الإلكتروني والتي يترتب عليها عدم استطاعته القيام بالمعاينة والفحص المادي للسلع والبضائع على غرار المستهلك العادي، وبالتالي تظهر أهمية التزام المهني أو المورد بالإعلام أو التبصير المستنير للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد الإلكتروني أو عن بعد.

<sup>١</sup> - د. جاسم ناصر عبد العزيز المليغي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة حلوان، جمهورية مصر العربية، ٢٠١١، ص ٨٦ - ٨٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وتطبيقاً على أهمية التواصل بين المستهلك والمورد أو المهني في قضية كيك في عام ١٩٩٣ حيث اعترفت محكمة العدل الأوروبية CJCE صراحة لأول مرة بحق المستهلك في الوصول إلى المعلومات التي يقدمها التاجر أو المورد في دولة عضو أخرى<sup>(١)</sup>، وذلك على عكس النهج التطبيقي المتعارف عليه سابقاً لقانون إعلان لوكسمبورج، وبالتالي أصبح وفقاً لهذه السابقة القضائية الأوروبية من حق المورد أو المهني الاتصال بالمستهلكين في الدول الأعضاء الأخرى عبر الإنترنت أيضاً - وكذلك في المقابل حق المستهلكين في الوصول إلى المورد أو المهني أي بلد المنشأ المهني أو المورد<sup>(٢)</sup> وذلك تطبيقاً للحق في التبصير والإعلام.

وبناء على ذلك نستنتج مما سبق ضرورة الاعتراف بحق المهني والمستهلك في التواصل مع الطرف الآخر بطريقة عابرة للحدود الوطنية مع احترام حق المورد أو المهني في التأسيس وفقاً لقانون بلد المنشأ. وكذلك احترام مبدأ التناسب في جميع الأحوال، وتعتبر هذه القضية هي بداية التأسيس بعد ذلك للميثاق الأساسي للتجارة الإلكترونية وفقاً للتوجيه الأوروبي بشأن الاتصالات التجارية الصادر في عام ١٩٩٦، ثم التوجيه الأوروبي الخاص بالتجارة الإلكترونية الصادر في عام ٢٠٠٠. وكذلك التوجيه الأوروبي لحق المؤلف في مجتمع المعلومات الصادر في مايو ٢٠٠١، والتوجيه الأوروبي بشأن التوقيع الإلكتروني الصادر في عام ١٩٩٩، وكذلك القانون الأوروبي لحماية المستهلك من خلال وضع سياسة أوروبية موحدة بشأن تعزيز ممارسات التجارة الإلكترونية من خلال تبني قانون جديد للإنترنت يهتم بحماية المستهلك الإلكتروني يتم فيه الاعتماد على التوجيه الأوروبي بشأن العقود عن بعد والتي لا

<sup>١</sup> - CJCE, Avis du 24 Novembre 1993, n°267 et 268/91, Keck et Mithouard, Rec, 1993, p. I - 6097.

<sup>٢</sup> - CJCE, Avis du 7 Mars 1990, n°382/88, GB - Inno - BM contre confédération du commerce Luxembourgeois, Rec., 1990, p. I - 667.



يقتصر نطاقها على العقد الإلكتروني فقط، بل ينطبق على كل تكنولوجيا جديدة يمكن من خلالها إبرام العقد عن بعد. علاوة على ذلك يمنح التوجيه الأوربي للمستهلك الإلكتروني مجموعة من الحقوق، ومنها الحق في التبصير والحصول على المعلومات من أجل التحقق من جودة السلع أو الخدمات المباعة قبل اتخاذه لقرار النهائي بإبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد من خلال الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من الوسائل التكنولوجية الأخرى.

وينقسم التزام المورد أو المهني بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني إلى الالتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني قبل التعاقد والالتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد، وهناك فرق بينهما فيقصد بالإعلام للمستهلك الإلكتروني بالمعلومات قبل التعاقد بانه التزام المهني أو المورد بأن يقدم للمستهلك الإلكتروني كافة المعلومات والبيانات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يتم التعاقد عليها عن بعد قبل إبرام العقد بكافة وسائل الاتصال الممكنة، من أجل تحقيق الرضاء المستنير والحر للمستهلك الإلكتروني بكافة تفاصيل هذا التعاقد قبل إبرام التعاقد على السلع أو الخدمات محل العقد<sup>(١)</sup>. وبالتالي فهو التزام ينشأ بمناسبة عقد من العقود الاستهلاكية تكون غايته حسن نية تنفيذ العقد، أما الالتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني بعد التعاقد فيجد أساسه في العقد الاستهلاكي ذاته، فيعتبر التزام تعاقدية هدفه تنفيذ العقد الاستهلاكي. وبناء على ذلك سوف نتناول بالدراسة لانعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على التزام المهني أو المورد بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني من خلال فرعين، في الفرع الأول نستعرض التزام المهني بإعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات قبل

<sup>١</sup> - د. عبد الله ذيب عبد الله، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ٢٠٠٩، ص ٤٨ - ٤٩، وكذلك د. عبد الحليم بوقرين، ا. مبارك صادق، نحو حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي الاغواط، العدد ١، الجزائر، ٢٠١٧، ص ٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التعاقد والحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ضوء هذا الالتزام. ثم نوضح في الفرع الثاني الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ضوء التزام المهني بإعلامه بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل العقد الاستهلاكي.

### الفرع الأول. الحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

#### بالمعلومات والبيانات قبل التعاقد

ففي واقع الأمر أن التزام المهني أو المورد بالإعلام والتبصر للمستهلك بالمعلومات والبيانات قبل التعاقد يتلائم مع العقود الفورية التي تستهدف نقل الملكية، وبالتالي تقتضي هذه النوعية من العقود من المهني أو المورد المتعاقد أن يعلم ويبصر المستهلك بالمعلومات والبيانات التي يعلمها بسبب خبرته المهنية،<sup>(١)</sup> من أجل أن يتخذ المستهلك القرار الصحيح والمستتير بإبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، خاصة في ظل الصعوبات التي يواجهها المستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية والتي يختلف فيها طرق عرض السلع والخدمات عن مجال التجارة التقليدية والتي يتمتع فيها المستهلك بحرية المعاينة والفحص للسلع وتجربتها، على عكس عرض السلع والبضائع في مجال التجارة الإلكترونية التي يصعب فيها على المستهلك الإلكتروني معاينة وفحص البضائع محل العقد الاستهلاكي. وبناء على ذلك فقد اتجهت السياسة التشريعية المعاصرة إلى إلزام المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل العقد الاستهلاكي، وكذلك كيفية إتمام عملية إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد وكافة الإجراءات المتعلقة بطريقة الاستلام ووسائل الدفع وما إذا كانت قبل

<sup>١</sup> - د. سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، الطبعة الأولى، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٧٨.

الاستلام للمنتجات أو عند الاستلام، علاوة على تحديد الشروط الخاصة بالشيء المتعاقد عليه والمسئولية العقدية الناشئة عن هذه العقود الاستهلاكية. وتأسيساً على ما سبق فقد نظم المشرع الفرنسي الحق في الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني في ضوء الالتزام العام بالإعلام قبل التعاقد للمستهلك والمنصوص عليها في مدونة حماية المستهلك الفرنسية، وينقسم هذا الالتزام إلى قسمين:

القسم الأول. يتعلق بالالتزامات العامة في حماية حق المستهلك في العموم في الإعلام قبل التعاقد من قبل المورد أو المهني، وبالتبعية يتضمن هذا الالتزام للمورد أو المهني الالتزام بالإعلام للمستهلك الإلكتروني، ويشمل هذا الالتزام إبلاغ المستهلك بطريقة واضحة ومفهومة بالمعلومات والبيانات التالية<sup>(١)</sup>:

١. المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل التعاقد، مع الأخذ في الاعتبار حساب وسيلة الاتصال المستخدمة لإبلاغ المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل التعاقد.
٢. المعلومات والبيانات المتعلقة بسعر السلعة أو الخدمة، وفقاً لما منصوص عليه في المادتين 1-112، L، و 4-122، L، من مدونة حماية المستهلك الفرنسية والمعدلتين بموجب القانون الصادر في ١٠ فبراير ٢٠٢٠ وذلك وفقاً للضوابط التالية:

أ. حيث يلتزم المهني أو المورد للسلع أو الخدمات بإبلاغ المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بالأسعار والشروط الخاصة لبيع المنتجات أو الخدمات وتنفيذها، عن طريق وضع العلامات أو الملصقات أو عن طريق النشر

<sup>١</sup> - أنظر الفقرة الأولى من المادة 5 - 221، L، والمادتين 1-111 و 2 - 111 من مدونة حماية المستهلك الفرنسي، والمعدلة بموجب القانون رقم ١٠٥ لسنة ٢٠٢٠ والصادر في ١٠ فبراير ٢٠٢٠، المادة ٢٨ منه.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أو بأي عملية أخرى مناسبة، وذلك وفقاً للإجراءات التي تحددها المراسيم الصادرة عن الوزير المسؤول عن الاقتصاد بعد التشاور مع المجلس الوطني الفرنسي لحماية المستهلك.

ب. وفي حالة وجود عقد مفتوح أو عقد مع الاشتراك، يلزم المهني أو المورد بإعلام المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بالسعر الإجمالي والذي يشمل كافة التكاليف والرسوم المتعلقة بكل فاتورة، وعندما يتم إصدار فاتورة لهذه العقود بالسعر الثابت، فإن السعر الإجمالي يشمل إجمالي التكاليف الشهرية والرسوم الإضافية وكافة المصاريف التي يلتزم بها المستهلك، وفي حالة استحالة حسب السعر مقدماً نظراً لطبيعة الخدمة المقدمة أو السلعة المباعة ففي هذه الحالة الزام المشرع الفرنسي المورد أو المهني بأن يقوم بإبلاغ المستهلك عن طريق حساب السعر لكل فاتورة في أقرب وقت ممكن ومعقول بحسب الظروف والعرف التجاري.

ت. في حالة عدم التنفيذ الفوري للعقد، ففي هذه الحالة يلتزم المورد أو المهني بإعلام المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بالتاريخ أو الموعد النهائي الذي يتعهد فيه المورد أو المهني بتسليم البضائع أو أداء الخدمة محل التعاقد.

٣. المعلومات المتعلقة بهويه المهني أو المورد وتفاصيل الاتصال به عبر البريد والهاتف والبريد الإلكتروني وأنشطته، طالما أنها لا تظهر في سياق العرض للسلع أو الخدمات. حيث يلتزم المورد أو المهني بإعلام المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بكافة المعلومات والبيانات التي تتعلق بتحديد هويته وتفاصيل الاتصال به سواء عبر طرق الاتصال التقليدية المتعارف عليها مثل الهاتف والعنوان، أو عبر طرق الاتصال الحديثة والإلكترونية مثل البريد الإلكتروني وسائل وتطبيقات التراسل الإلكتروني مثل الواتساب أو الانستجرام أو غيرها من وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة المختلفة.

٤. وكذلك أن أمكن، المعلومات المتعلقة بالضمان القانوني للسلع أو الخدمات محل التعاقد، ووظائف المحتوى الرقمي، وعند الاقتضاء، قابلية التشغيل البيئي، ووجود أي قيود على تثبيت البرنامج، ووجود الضمانات وشروط تنفيذها وغيرها من الشروط التعاقدية.

٥. مدى إمكانية لجوء المورد أو المهني إلى وسيط أو طرف ثالث مستقل في تنفيذ التزاماته المتعلقة بإبرام التعاقد، وذلك وفقاً للقواعد المنصوص عليها في الكتاب السادس من الباب الأول من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، حيث تحدد القائمة والمحتوى الدقيق لهذه المعلومات بقرار من مجلس الدولة الفرنسي.

٦. بالإضافة إلى ذلك يقوم المورد أو المهني قبل إبرام عقد تقديم الخدمات أو السلع محل التعاقد، وفي حالة عدم وجود عقد مكتوب، بإتاحة المعلومات الإضافية التي تتعلق بتفاصيل الاتصال به للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً أو يتواصل معه بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة بالمعلومات الإضافية التي تتعلق بشروط تقديم الخدمة الخاص به، والشروط التعاقدية الأخرى، والتي يتم تحديدها بموجب مرسوم من مجلس الدولة الفرنسي.

القسم الثاني. وتتعلق بالقواعد الإضافية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني في الحق في الإعلام قبل إبرام التعاقد، وهي مجموعة من الالتزامات التي تقع على عاتق المورد أو مهني والتي تتعلق بإعلام المستهلك الإلكتروني بها قبل إبرام التعاقد وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

<sup>١</sup> - أنظر الفقرات الثانية والثالثة والرابعة والخامسة والسادسة من المادة 3- L221 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية والمستحدثة بموجب القانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦ والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

١. في حالة وجود الحق بالعدول، حيث يتم تحديد الشروط والمدة الزمنية وطرق ممارسة المستهلك الإلكتروني لحقه في العدول عن إبرام التعاقد للسلع أو الخدمات، بالإضافة إلى تحديد نموذج لطلب العدول وشروط تقديمه والمعلومات التي يتضمنها مرسوم مجلس الدولة الفرنسي.
٢. وحيثما ينطبق ذلك مدى تحمل المورد أو المهني لمصاريف إعادة إرسال المنتجات في حالة العدول، ففي واقع الأمر أن المستهلك يتحمل تكاليف إعادة البضائع في حالة العدول عن التعاقد، أما بالنسبة للعقود عن بعد، فيتحمل المستهلك الإلكتروني تكلفة إعادة البضائع عندما لا يكون من الممكن إعادة إرجاع هذه السلع عن طريق البريد نظراً لطبيعتها الخاصة.
٣. الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات المتعلقة بدفع التكاليف والرسوم المالية عندما يمارس حقه في العدول عن إبرام عقد من عقود توفير الخدمات وتوزيع المياه والغاز أو الكهرباء والاشتراك في شبكة تدفئة المنطقة التي تطلب صراحة تنفيذها من قبل نهاية فترة العدول، حيث يتم احتساب هذه التكاليف وفقاً للشروط المنصوص عليها في المادة L.221-25 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية.
٤. عند الاقتضاء المعلومات التي تفيد بأن المستهلك لا يستفيد من الحق في العدول، فيجب على المورد أو المهني أن يعلم المستهلك الإلكتروني بالظروف التي يفقد فيها حقه في العدول، وفي هذه الحالة لا يمكن للمستهلك أن يمارس حق العدول المنصوص عليه في المادة L.221-28 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية.
٥. المعلومات المتعلقة بتفاصيل الاتصال بالمهني أو المورد من حيث التكاليف وقواعد الممارسة المهنية لها، حيثما ينطبق ذلك على تكاليف استخدام تقنية الاتصال عن بعد، ووجود قواعد السلوك والممارسة الجيدة للمهني، وحيثما يتطبق ذلك على الودائع والضمانات، وشروط الإنهاء، وطرق تسوية المنازعات والشروط

التعاقدية الأخرى التي يتم تحديد قائمتها ومحتوياتها بمرسوم من مجلس الدولة الفرنسي، ومثال على ذلك فإن المعلومات المتعلقة بالهوية وتفاصيل الاتصال البريدية والهاتفية والبريد الإلكتروني للمهني أو المورد والمنصوص عليها في حالة المزاد العلني على النحو المحدد في الفقرة الأولى من المادة 3-321.L من قانون التجاري الفرنسي والتي تنص على أن في حالة المزاد العلني عن بعد بالوسائل الإلكترونية، يقوم مزود الخدمة الذي يزود البائع بالبنية التحتية لتنظيم وتنفيذ صفقة وساطة المزاد بإعلان الجمهور إلكترونياً بشكل واضح وقاطع عن طبيعة الخدمة المقدمة، كذلك يقوم بإبلاغ البائع والمشتري باللوائح المتعلقة بحركة السلع الثقافية والمنصوص عليها في مدونة حماية المستهلك، وذلك من أجل مكافحة حالات الاحتيال في المعاملات المتعلقة بالمزادات للأعمال الفنية والمقتنيات، وعندما تتعلق صفقة الوساطة بالمزاد الإلكتروني لهذه السلع. وتكون العقوبة في مخالفة أحكام هذه المادة بالغرامة المالية التي قد تصل مقدارها ضعف سعر البضائع المعروضة للبيع والحد الأدنى للغرامة ١٥٠٠٠ يورو بالنسبة للشخص الطبيعي و٧٥٠٠٠ يورو بالنسبة للشخص الاعتباري.

ويترتب على ذلك في حالة إذا لم يمثل المورد أو المهني بالتزامه المتعلقة بالإعلام والتبصير بالمعلومات المتعلقة بالتكاليف الإضافية المنصوص عليها سابقاً، عدم التزام المستهلك بدفع الرسوم والتكاليف المالية الناشئة لاستعمال حقه في العود للسلع أو البضائع. كذلك في الحالة المنصوص عليها في المادة 3-112.L من مدونة حماية المستهلك الفرنسية أنه عندما يتم حساب السعر مسبقاً بشكل معقول نظراً لطبيعة السلعة أو الخدمة، يقدم المورد أو المهني طريقة حساب السعر، وأن أمكن جميع التكاليف الإضافية للنقل أو التسليم أو البريد وجميع الرسوم الأخرى الممكنة، ويذكر المورد أو المهني أنها قد تكون مستحقة الدفع، عندما لا يمكن حساب التكاليف

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الإضافية بشكل معقول مسبقاً<sup>(١)</sup>. وبطريق المخالفة في حالة عدم تقديم هذه المعلومات لا يلتزم المستهلك بدفع الرسوم والتكاليف المالية المترتبة على استعمال لحقه في العدول للسلع أو البضائع، ويقع عبء إثبات الامتثال للالتزامات السابقة المتعلقة بالمعلومات سواء العامة أو الخاصة على عاتق المورد أو المهني وليس على المستهلك، ويعتبر ذلك التوجه من المشرع الفرنسي توجهاً محموداً من أجل حماية مصالح وحقوق المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقات التعاقدية عبر الإنترنت أو عن بعد.

ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية الفرنسية قد تناول الحق في الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني عن طريق فرض مجموعة من الالتزامات على المورد أو المهني نستطيع أن نجملها في النقاط الأساسية على النحو التالي:

١. الالتزام بتبصير وإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة الخصائص والمميزات للسلع أو الخدمات قبل التعاقد عن بعد، وذلك على أساس أن هذه المعلومات والبيانات الجوهرية للسلع أو الخدمات هي المحرك الرئيسي للمستهلك الإلكتروني على التعاقد عليها، وبدونها قد يقع في نطاق الغش والتدليس التجاري. وبناء على ذلك فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأن في حالة إخفاء سمسار لبيع العقارات عن المشتري الأخطاء الهندسية للعقار محل التعاقد<sup>(٢)</sup>، يشكل ذلك انتهاكاً لحق المستهلك في الإعلام والتبصير بالبيانات والمعلومات الأساسية قبل التعاقد،

<sup>١</sup> - أنظر المادة 3- L112 من مدونة حماية المستهلك الفرنسي، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦، وقد دخلت هذه المادة حيز النفاذ في الأول من يوليو ٢٠١٦.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض الفرنسية، جلسة ١٧ نوفمبر ١٩٩٣، أنظر ذلك في د. زينب غريب، النظام القانوني للبريد الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة محمد الخامس، الرباط، المملكة المغربية، ٢٠١٦، ص ١٦٧.



وكذلك لمبدأ تنفيذ العقود وفقاً لحسن النية، مما يوجب مسئولية السمسار عن الأضرار التي أصابت المستهلك الناتجة عن هذا التعاقد.

٢. الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بالثمن وكافة المبالغ المالية الأخرى مثل الرسوم والضرائب وغيرها التي يجب عليه دفعها نظير الحصول على السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها، فمما لا شك فيه أن سعر المنتج أحد أهم المعلومات والبيانات الجوهرية التي تدفع المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً إلى إبرام التعاقد للسلعة أو الخدمة، ولحماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير يجب على المورد أو المهني إعلامه بكافة المبالغ المالية المطلوبة دفعها كثمن للمنتج محل إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، ويشمل الثمن كافة المبالغ المالية والرسوم والضرائب أي السعر الإجمالي الواجب دفعه وطريقة الدفع المستخدمة.

٣. الالتزام بتبصير وإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بتحديد هوية أو شخصية المورد أو المهني، وذلك باعتبار أن معرفة شخصية المورد أو المهني يساهم في حقيقة الأمر في تحقق الاطمئنان والثقة للمستهلك الإلكتروني في عملية إبرام التعاقد، خاصة في حالة ما إذا كان شخصية المورد أو المهني أسم محل اعتبار وثقة في مجال الممارسات التجارية الإلكترونية. وقد ميز المشرع الفرنسي بالنسبة للبيانات والمعلومات المتعلقة بشخصية المورد الإلكترونية بين ثلاثة حالات للمورد الإلكتروني، وهما المورد الإلكتروني الموجود على الأراضي الفرنسية والمورد الإلكتروني في دولة من دولة الاتحاد الأوروبي والمورد الإلكتروني الأجنبي، وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

<sup>١</sup> - د. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والدولية وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، دار الفكر، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٤٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أ. المورد الإلكتروني الموجود على الإقليم الفرنسي: فيشترط من أجل معرفة شخصية المورد الإلكتروني أن تتضمن بياناته ومعلوماته أسم منتج السلع أو مقدم الخدمة، ورقم الهاتف وعنوانه أو عنوان المقر الرئيسي للمسئول عن السلع أو الخدمات، والبريد الإلكتروني، وبيان كيفية الاتصال به ومراسلته بطريقة ممكنة للمستهلك المعتاد.

ب. المورد الإلكتروني الموجود في دولة من دول الاتحاد الأوروبي: حيث يجب في هذه الحالة إعلام المستهلك الإلكتروني باسم الشخص المورد أو المهني وعنوانه الخاصة إذا كان العقد يقتضي الدفع المسبق لثمن السلعة أو الخدمة محل التعاقد، وبيان بالمعلومات للاتصال به وكذلك المعلومات المتعلقة بكيفية تقديم المستهلك للطلبات أو الشكاوى المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد.

ت. المورد الإلكتروني الموجود في دولة أجنبية خارج دول الاتحاد الأوروبي، فبالإضافة إلى المعلومات السابقة التي تتعلق بتحديد شخصية المورد الإلكتروني، يجب الرجوع في هذه الحالة إلى القانون الوطني للدولة الأجنبية التي يتواجد فيها المورد الإلكتروني بحيث تطبق قواعد هذا القانون الوطني عليه فيما يتعلق بالالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بتحديد هويته.

٤. الالتزام بالتبصر للمستهلك الإلكتروني بالبيانات والمعلومات الإضافية التي تتعلق بضمان المورد أو المهني بالعيوب الخفية للبضاعة أو السلع<sup>(١)</sup>، وكذلك مدة

---

<sup>١</sup> - لم يضع المشرع الفرنسي تعريف واضح وصريح للمنتج المعيب في مدونة حماية المستهلك الفرنسية، وإنما اعتمد المشرع الفرنسي في البداية على القانون المدني على المادة ١٦٤١ ثم في ١٩٩٨ إصدار المشرع الفرنسي تعديل بقانون رقم ٣٨٦ لسنة ١٩٩٨ بإضافة المادة ١٣٨٦-٤ والتي أخذت هذا التعريف من التوجيه الأوروبي رقم ٣٤٧ لسنة ١٩٨٥ والذي عرف المنتج المعيب بأنه كل منتج لا يتوافر فيه عناصر السلامة التي يجب أن تتوافر في المنتج ويأملها المستهلك المعتاد بصفة مشروعة. على العكس من ذلك فقد عرف المشرع المصري المنتج العيب بنص صريح

وشروط حق المستهلك الإلكتروني في استعمال حقه في العدول عن الشيء المبوع محل إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، حيث أن التزام المورد أو المهني بضمان العيوب ينصب على أساس تسليم المنتج محل التعاقد للمستهلك خالياً من كافة العيوب المتعلقة بالتصنيع والإنتاج التي من شأنها أن تؤثر على الأشخاص أو الأموال، وبناء على ذلك ومن أجل حماية المستهلك فقد أقر المشرع الفرنسي بالمسؤولية المورد عن المنتجات المعيبة وفقاً للقانون رقم ٣٨٦ لسنة ١٩٩٨ ودون أن يتحمل المستهلك صعوبة الإثبات وفقاً لقواعد المسؤولية التقليدية، وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض بأن المورد ملتزم بتحمل المسؤولية المتعلقة بضمان سلامة المنتجات من العيوب الخفية والتي يجعلها غير صالح للاستخدام المقصود منه، أو التي تقلل من استخدام المستهلك لها أو قد يدفع أقل إذا كان يعرف تلك العيوب<sup>(١)</sup>.

وتأسيساً على ما سبق فقد عدل المشرع الفرنسي في المادة 3- L217 من مدونة حماية المستهلك بموجب المرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١ والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١ والذي نص فيه على ضمان المورد للعيوب الخفية للمنتجات والتي تظهر خلال عامين من تاريخ تسليم المنتجات، كذلك يضمن المورد في عقود تقديم

وفقاً لنص الفقرة السابعة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ بأنه " كل نقص في قيمة او منفعة أي من المنتجات بحسب الغاية المقصودة منها، ويؤدي بالضرورة 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 قد تسبب في وقوع هذا النقص.

<sup>١</sup> - محكمة النقض الفرنسية، نقض مدني، بتاريخ ١١ يونيو ١٩٩١، وكذلك نقض مدني، الطعن رقم ٢٣- ٤٦٢- ٢١، بجلسته ٢٦ أكتوبر ٢٠٢٢، أنظر الرابط: [www.courdecassation.fr](http://www.courdecassation.fr)، تاريخ الزيارة ٦ نوفمبر ٢٠٢٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المحتوى الرقمي بشكل مستمر مطابقة المحتوى الرقمي للخدمة المتعاقد عليها أثناء مدة سريان التعاقد على تقديم الخدمة، وقد دخلت هذه القواعد الجديدة حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢<sup>(١)</sup>، وبذلك توسع المشرع الفرنسي في الحماية للمستهلك الإلكتروني في حقه التبصير بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد الإلكتروني أو عن بعد.

٥. الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني باللغة المفهومة والسهلة الواضحة، فباستقراء مواقف المشرع الفرنسي نجد أنه قد نص المشرع في القانون رقم ٦٦٥ لسنة ١٩٩٤ بشأن استخدام اللغة الفرنسية في كافة أنواع الممارسات التجارية، وخاصة في التعليمات الخاصة باستخدام المنتج أو الخدمة، ووصفه وعناصره، وشروط الضمان، والفواتير والايصالات، وذلك من أجل ضمان حق المستهلك في العلم الحقيقي لطبيعة المنتج أو الخدمة محل التعاقد، وكيفية استعمالها وشروط الضمان المتعلقة بها باللغة الوطنية المطبقة في الدولة.

ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية الفرنسية فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد يأتي في نطاق الالتزام بالتوجيه الأوروبي رقم ٩٧/٧ والصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧ بشأن حماية المستهلك الإلكتروني في التعاقدات المبرمة عن بعد، حيث أوجب المشرع الأوروبي على المورد أو المهني الالتزام بالإعلام والتبصير بالمعلومات التي تتعلق بالمورد أو المهني المحترف، ومعلومات عن السلع والخدمات ووسائل الدفع والتسليم والتنفيذ ومصاريف التسليم، والحق في العدول وارجاع السلع والمنتجات، كل ذلك بلغة سهلة واضحة ومفهوم

<sup>١</sup> - انظر المادة 3- L217 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية والعدلة بموجب المرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، والصادر بتاريخ ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، ودخلت هذه القواعد حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

بالنسبة للمستهلك الإلكتروني<sup>(١)</sup>. علاوة ما سبق فقد أصدر المشرع الأوروبي في ٢٧ نوفمبر ٢٠١٩ التوجيه رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩ لتعديل أحكام التوجيهات الأوروبية السابقة ومن أجل تطوير السياسة التشريعية الأوروبية ومسايرتها لتطور الممارسات التجارية الإلكترونية، حيث نص المشرع الأوروبي في التوجيه الجديد على أن يلتزم المهني ومزودي خدمات التسوق عبر الإنترنت قبل إبرام العقد عن بعد، وبالنسبة للتسوق عبر الإنترنت، بتزويد المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المنصوص عليها بشكل واضح وبطريقة مفهومة ومناسبة لوسائل الاتصال عن بعد<sup>(٢)</sup> من أجل استيفاء الحق في الإعلام والتبصير. ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية الأوروبية تعمل على تمييز المستهلك الإلكتروني ببعض الحقوق والمميزات التي تتناسب وتتلاءم مع طبيعة عمليات التسوق عبر الإنترنت أو عن بعد.

وتأسيساً على ما قام به المشرع الأوروبي فقد أصدر المشرع الفرنسي ففي ٢٥ مارس ٢٠٢٢ المرسوم بقانون رقم ٤٢٤ لسنة ٢٠٢٢ بشأن الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك وحقه في العدول قبل إبرام العقد باستخدام تقنية الاتصال عن بعد أو عن طريق البيع خارج المحل، وقد دخل هذا التعديل على الفصل الأول من الكتاب الثاني لمدونة حماية المستهلك الفرنسية حيز النفاذ في ٢٨ مايو ٢٠٢٢، بحيث يلتزم المهني أو المورد بالإعلام والتبصير للمستهلك عبر الإنترنت أو عن بعد قبل إبرام العقد بالمعلومات والبيانات التالية<sup>(٣)</sup>:

<sup>١</sup> - المادة ٤ من التوجيه الأوروبي لحماية المستهلك في التعاقدات المبرمة عن بعد، رقم ٩٧/٧، والصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ٦ (أ) من التوجيه الأوروبي رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩، بشأن حماية المستهلك والصادر في ٢٧ نوفمبر ٢٠١٩، وذلك تعديلاً للتوجيه الأوروبي رقم ٢٩ لسنة ٢٠٠٥.

<sup>٣</sup> - أنظر المرسوم رقم ٤٢٤ - ٢٠٢٢، بشأن الالتزامات المهني بإعلام المستهلك عبر تقنية الاتصالات أو خارج المحل بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتجات وحقه في العدول قبل إبرام

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

١. إعلام المستهلك باسم المهني واسم الشركة، والعنوان التي يتواجد فيه المهني ورقم هاتفه والبريد الإلكتروني، وهوية المهني الذي يتصرف نيابة عنه وعنوانه المكاني، من أجل تبصير المستهلك الإلكتروني بشخصية المهني أو المورد سواء كان شخص طبيعي أو اعتباري.
٢. إعلام المستهلك بكافة وسائل الاتصال عبر الإنترنت بالمهني، ويجب أن تضمن هذه الوسائل للمستهلك الإلكتروني أن يكون قادراً على الاحتفاظ بجميع المراسلات الإلكترونية المكتوبة مع المهني على وسيط أو دعامة دائمة، بما في ذلك تاريخ ووقت هذه المراسلات الإلكترونية، من أجل إثبات التواريخ والتي يترتب عليها حق في العدول خلالها والاستفادة من باقي الحقوق المنصوص عليها في مدون حماية المستهلك.
٣. إعلام المستهلك عبر الإنترنت أو عن بعد بالعنوان الجغرافي للمقر التجاري للمهني، وعنوان المهني الذي يعمل نيابة عنه أي المهني الذي يعمل كوكيل عن العلامة الأصلية للمنتج أو السلعة محل التعاقد، والذي يمكن للمستهلك توجيه أي شكوى إليه، وذلك إذا كان يختلف هذا العنوان عن العنوان الوارد في الفقرة الأولى.
٤. التزام المهني بإعلام وتبصير المستهلك عبر الإنترنت أو عن بعد بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بشروط الدفع والتسليم والأداء المنصوص عليها في العقد قبل إبرام التعاقد عبر وسائل تقنية الاتصال أو خارج المحل، بما يضمن معرفة المستهلك الإلكتروني بكافة الرسوم وتكاليف السلعة أو الخدمة محل التعاقد بما يتضمن عدم وجود أي رسوم أو تكاليف مخفيه.
٥. التزام المهني بتبصير وإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالإجراءات والقواعد المتبعة من قبل المهني في كيفية معالجة الشكاوى

العقد، والصادر في ٢٥ مارس ٢٠٢٢، وقد دخل حيز النفاذ في ٢٨ مايو ٢٠٢٢، أنظر الموقع [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)، تاريخ الزيارة ٧ نوفمبر ٢٠٢٢.

- من حيث طريقة تقديم المستهلك للشكوى والطريقة المتبعة من المهني في الفحص والرد على الشكاوى سواء كان ذلك بالطرق التقليدية أو الإلكترونية.
٦. التزام المهني بإعلام المستهلك الإلكتروني بالتزامه بضمان العيوب الخفية المنصوص عليها في المواد من ١٦٤١ إلى ١٦٤٩ من القانون المدني والمواد من 3- L.217 إلى L.224-25-12 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، وهذا الالتزام يشمل كذلك إعلام والتبصير المستهلك الإلكتروني بوجود الحق وطرق تنفيذ الضمان ضد العيوب الخفية أو أي ضمان قانون آخر معمول به.
٧. إعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بشروط وتنفيذ الضمان التجاري وخدمات ما بعد البيع، وذلك وفقا للقواعد المنصوص عليها في مدونة حماية المستهلك الفرنسية<sup>(١)</sup>.
٨. الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بمدة العقد المبرم عبر طريق الإنترنت أو عن بعد أو غيرها من وسائل الاتصال التقنية المختلفة، وكذلك حقه في الإعلام والتبصير بشروط الإنهاء في حالة ما إذا كان العقد غير محدد المدة أو ما إذا كان سيتم تجديد العقد ضمناً.
٩. الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بوظائف واستعمالات المنتجات التي تشمل على العناصر والمحتوى والخدمات الرقمية، بما في ذلك تدابير الحماية التقنية المطبقة من أجل حماية المستهلكين الإلكترونيين.
- ١٠- التبصير والإعلام للمستهلك الإلكتروني بأي توافق ذي صلة بالقابلية التشغيلية البيئية للمنتجات التي تشمل على عناصر ومحتوى وخدمات رقمية يكون

<sup>١</sup> - أنظر المادة 21 - 217 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المهني على علم بها أو يجب أن يكون على علم به بشكل معقول وفقاً لعرف المهني أو التجاري.

١١- الإعلام والتبصير المستهلك الإلكتروني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالاتصالات الخاصة بالوسطاء أو الوسيط الذي قد يلجأ إليه المستهلك بموجب القواعد المنصوص عليها في مدونة المستهلك الفرنسية<sup>(١)</sup>.

١٢- الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بتكلفة استخدام تقنية الاتصال عن بعد لإبرام العقد عندما يتم حساب هذه التكلفة على أساس غير السعر الأساسي.

١٣- إعلام المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بما إذا كان هناك قواعد للسلوك المهني مطبقة على العقد وإجراءات الحصول على نسخة منها.

١٤- الإعلام والتبصير المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بمدى الالتزامات التعاقدية للمستهلك عبر الإنترنت أو عن بعد.

١٥- الإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بما إذا كان هناك وديعة أو ضمانات مالية أخرى يتعين دفعها أو تقديمها من قبل المستهلك بناءً على طلب المهني وكذلك الشروط ذات الصلة بذلك.

ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية الفرنسية في حماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير لكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، قد اتبعت النهج التشريعي المتوسع والذي يتضمن كافة التفاصيل الخاصة بالحق محل الحماية، وهذا التوجه من المشرع الفرنسي توجه محمود، وذلك لمواجهة المخاطر المتعددة التي يواجهها المستهلك الإلكتروني نتيجة الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة التي تستغل عدم معرفة المستهلك الإلكتروني بالوسائل

<sup>١</sup> - انظر المادة 1-616 L من مدونة المستهلك الفرنسية.



## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

التقنية والتكنولوجية وكذلك عدم إمامه بكافة حقوقه من أجل إيقاعه في الغلط أو اللبس أثناء إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد.

بالإضافة على ذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي في ٥ يوليو ٢٠٢٢ اللائحة الأوربية المتعلقة بتنظيم خدمات المحتوى الرقمي واللائحة الأوربية بشأن السوق الرقمي، وسوف تدخل اللائحتين الجديدتين حيز التنفيذ في الأول من يناير ٢٠٢٤، بحيث يتم تطبيق قواعد جديدة تتعلق بفرض اتخاذ تدابير وقائية واحترافية ملزمة للشركات التي تقدم خدمات المحتوى الرقمي من المنصات الإلكترونية لحماية حق المستهلك الإلكترونية في التبصر والإعلام بالمعلومات والبيانات قبل إبرام التعاقد وكذلك الحق في الحماية من المحتوى الرقمي غير المشروع<sup>(١)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع المغربي من إلتزام المورد أو المهني بالإعلام بالمعلومات والبيانات قبل التعاقد من أجل حماية المستهلك الإلكتروني، فنجد أنها قد سار على نفس نهج المشرع الفرنسي حيث قسم الإلتزامات المترتب على المورد أو المهني من أجل حماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير قبل إبرام التعاقد إلى قسمين هما الإلتزامات العامة والتي تطبق على جميع المستهلكين سواء كانوا مستهلكين عاديين أو مستهلكين إلكترونيين، والإلتزامات خاصة يتم تطبيقها على المستهلك الإلكتروني فقط، وسوف نستعرض هذه الإلتزامات على النحو التالي:

---

<sup>١</sup> -European Parliament legislative resolution of 5 July 2022 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC (COM(2020)0825 - C9-0418/2020 - 2020/0361(COD));

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أولاً. الالتزامات العامة المتعلقة بالحق بالإعلام قبل التعاقد للمستهلك في العموم وتشمل بالتالي المستهلك الإلكتروني، وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

أ. يجب على كل مورد أو مهني أن يمكن المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بأي وسيلة ممكنة وملائمة من معرفة المميزات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة محل التعاقد، بحيث يكون المستهلك على بينة من أمره قبل إبرام التعاقد.

ب. كذلك يلتزم المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بمصدر المنتج أو السلعة، وتاريخ الصلاحية أن اقتضي الحال، وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المغربية بأن استعمال علامة تجارية شبيهة لعلامة أخرى وتوظيفها في المنتجات المعروضة للبيع يعتبر إخلال من قبل المورد بالتزامه بتبصير وإعلام المستهلك بمصدر المنتجات ونوعيتها من شأنه أن يخلق في ذهن المستهلك العادي اللبس والتشويش بخصوص شخصية صانع ومصدر وصورة هذه المنتجات، مما يجعل هذا الفعل نوعاً من التضليل والاحتيال والتزييف وذلك لأنه ينصب أساساً على العلامة ومدى تشابهها بعلامة أخرى، علاوة على أنه يتجسد أيضاً في مجال استعمالهما وموقع توزيعهما وترويجهما الموحد<sup>(٢)</sup>.

<sup>١</sup> - أنظر المادتين ٣، ٥ من قانون حماية المستهلك المغربي، ظهير شريف رقم ١،١١،٠٣ الصادر في ١٨ فبراير ٢٠١١، بتنفيذ القانون رقم ٣١،٠٨ القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، المنشور في الجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢ بتاريخ ٧ أبريل ٢٠١١، ص ١٠٧٢.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المغربية، نقض تجاري، منازعات تجارية، الملف رقم ٦٣٢ - ٣ - ١ - ٢٠١١، القرار رقم ٤٠٢ والصادر في ١٢ أبريل ٢٠١٢، وذلك على الموقع الإلكتروني: [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma) وتاريخ الزيارة ٧ نوفمبر ٢٠٢٢.

ت. فضلاً على ذلك، يجب على المورد أو المهني أن يقدم للمستهلك كافة المعلومات والبيانات التي من شأنها مساعدته على القيام بالاختيار الحر المستنير المعقول وذلك قبل إبرام التعاقد وبحسب احتياجات المستهلك وإمكانيات المورد أو المهني.

ث. علاوة على ذلك يجب على المورد أو المهني إعلام وتبصير المستهلك بالثمن أو السعر مع كافة الرسوم والمصاريف المالية كافة، وذلك بوجه خاص عن طريق وضع العلامة أو العناوين أو الإعلان أو بأي طريقة مناسبة أخرى لأسعار المنتجات والسلع، وكذلك الالتزام بتعريفات الخدمات وطريقة الاستخدام أو دليل الاستعمال ومدة الضمان وشروطه والشروط الخاصة بالبيع أو تقديم الخدمة، وعند الاقتضاء، القيود المحتملة للمسئولية التعاقدية. وبناء على ذلك فقد نص المشرع المغربي في المادتين ٨١ و ٨٢ من مدونة التجارة على حماية المشتري من الخداع بشأن القيمة الحقيقية للأصول التجارية محل التعاقد، فيشترط ضرورة تضمين عقد البيع مجموعة من البيانات والمعلومات التي تتعلق بإعلام المستهلك بحقيقة قيمة الأصل التجاري محل التعاقد، وفي حالة عدم النص على أحد هذه البيانات والمعلومات يحق للمستهلك أن يطلب إبطال العقد في حالة تضرره من ذلك، وهذا التوجه محمود من المشرع المغربي من أجل حماية المستهلك وتسهيل عملية الإثبات عليه، إذا يتحمل البائع بعبء الالتزام بالتبصر في هذه الحالة ويقع عليه عبء الإثبات. بالإضافة إلى ذلك وفي تطبيق آخر فقد نص المشرع المغربي في المادة ٤٠٩ من مدونة التجارة على إلزام السمسار بإعلام وتبصير كل متعاقد باسم الوسيط الآخر (أي من ينوب عنه في التعاقد)، وذلك من أجل أن يعرف كل منهما إلى من تتصرف آثار العقد المزمع إبرامه ومع من يتعاقد، وفي حالة ما إذا خالف هذا الالتزام فإنه يكون مسئول عن عدم تنفيذ العقد، وفي حالة ما إذا تم تنفيذ العقد فإن يحل محل موكله فيما له من حقوق على الطرف الآخر، أي أنه

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

إذا تم إخفاء اسم أحد المتعاقدين عن الآخر فإن يصبح وكيلاً مسؤولاً عن تنفيذ العقد<sup>(١)</sup>.

ج. كذلك يجب أن يشمل الإعلام والتبصير للمستهلك المعلومات المتعلقة بالمتعلق بالسعر أو التعريف التي يكون الإعلام بهما إجبارياً أو التعريف الإجمالية التي يتعين على المستهلك دفعها بما في ذلك الضريبة على القيمة المضافة وجميع الرسوم الأخرى وكذلك التكلفة الإضافية لجميع الخدمات التي يلزم المستهلك بأدائها.

أما بالنسبة للقسم الثاني من التزامات المورد أو المهني بالإعلام والتبصير بالمعلومات والبيانات للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد، فباستقراء قانون حماية المستهلك المغربي نجد المشرع المغربي قد نص على الالتزامات الخاصة المتعلقة بحماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير قبل إبرام التعاقد، وإلزام المورد أو المهني بها على النحو التالي:

١. التزام المورد أو المهني بالتعريف والتبصير بالميزات الأساسية للمنتج أو السلعة أو الخدمة محل العرض قبل إبرام التعاقد عليها، وذلك لحماية المستهلك الإلكتروني والذي يقوم بالتسوق عبر الإنترنت أو عن بعد أو بأي وسيلة من الوسائل التكنولوجية المختلفة، وذلك من أي تصرف من شأنه أن يؤثر على إرادته الحرة والمستتير في إبرام التعاقد أو من شأنه أن يؤدي إلى إيقاع المستهلك الإلكتروني في الخطأ أو الغلط. وبناء على ذلك فقد قضت محكمة النقض المغربية بأن العمليات والوقائع المنصوص عليها في المادة ٢٨ من الظهير الصادر في ٥ أكتوبر ١٩٨٤ بمثابة قانون الزجر عن الغش في البضائع، وإنما

<sup>١</sup> - أنظر المادتين ٨٢، ٤٠٩ من مدون التجارة المغربية رقم ٩٥ - ١٥ لسنة ١٩٩٦، والصادر بظهير شريف رقم ٨٣ - ٩٦ - ١ في الأول من أغسطس ١٩٩٦، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٤٤١٨، بتاريخ ٣ أكتوبر ١٩٩٦، ص ٢١٨٧.

تتعلق بالبضائع المغشوشة الفاسدة في مادتها وتركيبها ومن شأنها أن تضر بصحة المستهلكين والتي تكون معرضة لإيقاف بيعها، وأما الغش في الأوزان من قبل المهني يعتبر في طبيعته غير قابل للتحليل في المختبرات، وأن تحريك الدعوى الجنائية قبل الشخص المخالف في هذا الشأن لا تتطلب إشعاره بإمكانية اطلاعه على نتائج التحليل<sup>(١)</sup>، وفي ذلك حماية للمستهلك من عدم التزام المورد أو المهني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل إبرام التعاقد.

٢. الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة باسم المورد وتسميته التجارية والبيانات الهاتفية التي تمكن من التواصل الفعلي معه وبريده الإلكتروني وعنوانه وإذا تعلق الأمر بشخص اعتباري مقره الاجتماعي، وإذا تعلق الأمر بغير المورد عنوان المؤسسة المسؤولة عن العرض، ويلزم المشرع المغربي المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك بكل هذه الوسائل بغرض تمكين المستهلك الإلكتروني من التواصل مع المورد أو المهني بشأن السلعة أو الخدمة محل إبرام التعاقد ومعرفة ما إذا كان السلعة أو الخدمة محل التعاقد هي نفسها التي يردها أو أن الأمر قد التبس عليه بشأن الاسم والعلامة التجارية وفي ذلك

<sup>١</sup> - محكمة النقض المغربية، نقض جنائي، ملف عدد ٤٣٩ - ٩٦، القرار رقم ٦٠٨ - ٦، والصادر في ١٢ فبراير ٢٠٠١، ص ٣٧٢، وذلك على الموقع الإلكتروني: [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma)، تاريخ الزيارة ٧ نوفمبر ٢٠٢٢. وانظر كذلك المادة ٢٨ من القانون المغربي بشأن الزجر عن الغش عن البضائع رقم ١٠٨ - ٨٣ - ١، والصادر في ٥ أكتوبر ١٩٨٤، المنشور في الجريدة الرسمية المغربية عدد ٣٧٧٧، بتاريخ ٢٠ مارس ١٩٨٥، ص ٣٩٥. والمعدل بالقانون رقم ٨٣ - ١٣ المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع والصادر بتنفيذ الظهير الشريف رقم ١٠٨ - ٨٣ - ١، والذي تم تغييره بالظهير الشريف رقم ٠٣ - ١١ - ١، بتاريخ ١٨ فبراير ٢٠١١،

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

حماية لحرية إرادة المستهلك الإلكتروني المستتيرة في إبرام العقد دون أي لبس أو غلط.

٣. أما بالنسبة للتاجر الإلكتروني، فيلتزم بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد بالمعلومات والبيانات على النحو التالي:

أ. يجب أن يعلم المستهلك الإلكتروني بما إذا كان التاجر الإلكتروني خاضعاً لقواعد القيد في السجل التجاري، ورقم تسجيله ورأسمال الشركة التي تقوم بعرض وبيع وتسويق السلع أو الخدمات للمستهلك.

ب. الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بما إذا كان التاجر الإلكتروني خاضعاً للضريبة على القيمة المضافة، ورقم تعريفه الضريبي.

ت. الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني بما إذا كان نشاط التاجر الإلكتروني خاضعاً لنظام الترخيص، ورقم الرخصة وتاريخها والسلطة التي سلمتها.

ث. وفي حالة ما إذا كان ينتمي التاجر الإلكتروني لمهنة منظمة، فيجب أن يعلم المستهلك الإلكتروني بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمرجع القواعد المهنية المطبقة وصفته المهنية والبلد الذي حصل فيها على هذه الصفة، وكذلك اسم الهيئة أو التنظيم المهني المسجل فيه.

ج. التزام التاجر الإلكتروني بإعلام المستهلك بأجل التسليم المنتجات محل إبرام التعاقد ومصاريفه إن اقتضى الحال ذلك.

ح. التزام التاجر الإلكتروني بالأخبار بوجود الحق في العدول والإرجاع للسلع أو البضائع للمستهلك، وذلك وفقاً لما هو منصوص عليه في المادة ٣٦ من نفس القانون، ما عدا في الحالات المستثناة من ذلك.

خ. كذلك يلتزم التاجر الإلكتروني بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بكيفيات الأداء أو التسليم أو التنفيذ للسلع أو الخدمات محل إبرام التعاقد عليها.

- د. التزام التاجر الإلكتروني بإعلام وتبصير المستهلك بمدة صلاحية العرض للسلع أو الخدمات وثمانه أو تعريفته.
- ذ. الالتزام بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بتكلفة استعمال تقنية الاتصال عن بعد.
- ر. أن اقتضي الحال، الالتزام بتبصير المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بتحديد المدة الدنيا للعقد المقترح، عندما يتعلق الأمر بتزويد مستمر أو دوري لمنتج أو سلعة أو خدمة.
- ز. وفي جميع الأحوال يجب أن يقوم التاجر الإلكتروني بتبليغ هذه المعلومات والبيانات دون أي التباس إلى المستهلك بصورة واضحة ومفهومة، وعن طريق كل وسيلة ملائمة للتقنية المستخدمة للاتصال عن بعد. علاوة على ذلك يجب على المورد أن يعلم المستهلك قبل إبرام التعاقد بمختلف اختياراته، وأن يمكنه من تأكيد طلباته أو تعديلها حسب إرادته.
- وتأسيساً على ما سبق فإن المشرع المغربي يلزم المورد أو المهني وفقاً لنص المادة ٣٠ من قانون تدابير حماية المستهلك على أن يمكن المستهلك الإلكتروني من الدخول بسهولة والاطلاع على الشروط التعاقدية التي سوف يتم تطبيقها عليه لتوريد المنتجات والسلع أو على تقديم الخدمات عن بعد، وذلك وفقاً للضوابط التالية<sup>(١)</sup>:
- أ. أن يلتزم المورد أو المهني بإيضاح هذه المعلومات والبيانات لجمهور المستخدمين على الموقع الإلكتروني المخصص لعرض السلع أو الخدمات، وذلك في الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني للمورد أو المهني للسلع أو مقدمي الخدمات أو على أية دعامة اتصال من وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة المختلفة الأخرى.

<sup>١</sup> - المادة ٣٠ من قانون تدابير حماية المستهلك المغربي رقم ٠٨ - ٣١، والصادر بظهير شريف رقم ٠٣ - ١١ - ١، بتاريخ ١٨ فبراير ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ب. أن يلتزم المورد أو المهني بإن يتضمن عرض السلع والخدمات كافة المعلومات والبيانات التي تتعلق بهذه المنتجات المعروضة للبيع من السلع أو الخدمات.

ت. كما يجب أن تكون هذه الشروط موضوع قبول صريح وواضح من طرف المستهلك الإلكتروني، وذلك قبل تأكيد قبول العرض وإبرام التعاقد على السلع أو الخدمات المقدمة من قبل المورد أو المهني.

علاوة على ذلك فقد نص المشرع المغربي على أنه في حالة إذا ما تعلق الأمر ببيع عن بعد باستعمال الهاتف أو أية تقنية أخرى للاتصال عن بعد، فيجب أن يشير المورد أو المهني صراحة في بداية المحادثة مع المستهلك الإلكتروني أو عن بعد إلى مجموعة من المعلومات والبيانات قبل إبرام التعاقد وذلك على النحو التالي:

أ. هوية المورد عن بعد أو المهني، بحيث يستطيع المستهلك الإلكتروني العادي معرفة هوية المورد أو المهني المراد إبرام التعاقد معه دون أي لبس أو غموض في شخصيته التجارية.

ب. الغرض التجاري من الاتصال عن بعد بالمستهلك، أي تحديد الطبيعة التجارية للاتصال للممارسات التجارية الإعلانية التي يقوم بها المورد أو المهني مع المستهلك الإلكتروني بحيث يكون المستهلك الإلكتروني العادي على بينة من أمره بإن الاتصال من قبل المورد أو المهني يتعلق بعرض سلع أو الخدمات للبيع، وبالتالي اتخاذ قراره المستنير والحر بإبرام التعاقد على هذه السلع أو الخدمات.

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري من حماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير ما قبل إبرام التعاقد عن بعد، فنجد أن المشرع المصري قد سار على نفس الاتجاه الغالب في السياسة التشريعية المقارنة الكلاسيكية في حماية المستهلك والمتبعة في كلاً من المشرع الفرنسي والمغربي، وقد قسم المشرع المصري قواعد حماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير قبل إبرام التعاقد إلى قسمين وهما على النحو التالي:



القسم الأول : القواعد العامة المتعلقة بحماية حق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في الإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات قبل إبرام التعاقد عن بعد: فقد نص المشرع المصري على أن يلتزم المورد في التعاقد عن بعد، وفيما لم يرد في شأنه نص خاص بجميع الأحكام المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والمقصود هنا القواعد العامة في حماية حق المستهلك بالإعلام ما قبل إبرام التعاقد، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. التزام المورد بإعلام المستهلك في العموم والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بجميع المعلومات والبيانات الجوهرية عن المنتجات، وعلى الخصوص مصدر المنتج وصفاته وخصائصه الأساسية<sup>(٢)</sup>، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك وذلك بحسب طبيعته هذا المنتج. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن التزام المورد أو المعلن أو المهني بإمداد المستهلك بالمعلومات والبيانات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وذلك لما

<sup>١</sup> - انظر المواد ٤، ٥، ٦، ٧ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية رقم ٣٧ (تابع)، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - وينص المشرع المصري في البند ٣ من المادة الأولى من قانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ بشأن قمع التدليس والغش والمعدل بالقانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤ على أنه "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور الأتية: .... (٣) نوع البضاعة أو منشؤها أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو العرف - النوع أو المنشأ أو الأصل أو المصدر المسند غشاً إلى البضاعة سبباً أساسياً في التعاقد". المنشور في الجريدة الرسمية العدد ٥٢ (تابع)، بتاريخ ٢٩ ديسمبر ١٩٩٤.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

نصت عليه مواد قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية<sup>(١)</sup>، وبناء على ذلك يعتبر هذا السلوك جريمة من جرائم خداع وتضليل المستهلكين في حالة ما إذا لم يقوم المورد بإمداد المستهلك بالمعلومات والبيانات الصحيحة التي تتعلق بطبيعة المنتج وخصائصه وكل معلومة أو بيان من شأنها أن يتجنب من خلالها وقوع المستهلك في التضليل أو الخداع أو الالتباس أو خلق انطباع غير حقيقي لديه<sup>(٢)</sup> والمعيار في ذلك معيار شخص المستهلك المعتاد متوسط الخبرة والذكاء.

بالإضافة إلى ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه يجب أن يكون البيان التجاري عن السلع أو الخدمات محل إبرام التعاقد مطابقاً للحقيقة من جميع الوجوه سواء أكان موضوعاً على نفس المنتجات أم على المحال أو المخازن أو بها أو على عنوانها أو الأغلفة أو الفواتير أو أوراق الخطابات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يستعمل في عرض البضائع على الجمهور. ولما كان الغرض من البيان التجاري الذي يسجل على السلع أو الخدمات كما قالت محكمة النقض جوهرية في الأساس إرشاد المستهلكين على كافة رغباتهم ومختلف حاجاتهم لاختيار ما يصلح لإشباع الرغبة الخاصة بكل منهم، وبالتالي وجوب مطابقة البيان التجاري للحقيقة من كافة الوجوه، من أجل حماية المستهلك من كافة أشكال التضليل أو الخداع أو الكذب في شأن حقيقة ما يعرض عليه من سلع أو خدمات، وإرشاده إلى مختلف رغباته وحاجياته ليختار منها ما يصلح له. وترجع وقائع هذه القضية إلى ما تم أثبته من خلال الحكم المطعون فيه في حق الطاعن من إضافته قدراً من النشأ إلى مسحوق الشكولاتة له أصله الصحيح في تقرير المعمل الكيمائي المرفق بالأوراق والذي أثبت

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض مدني، الطعن رقم ٨٦٨٠ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ٢٤ يناير ٢٠١٧.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ٢٦٣٤٣ لسنة ٨٨ قضائية، جلسة ٩ أكتوبر ٢٠١٩.

أن العينة المضبوطة تحتوي على نسبة ١٥% من نشأ الذرة والقمح المضافة، الأمر الذي يستوجب حتماً إثبات ذلك ضمن بيانات ومعلومات العبوة التي يتم تغليف المنتج لها وإلا أصبح البيان التجاري مخالفاً للحقيقة<sup>(١)</sup> ويمثل انتهاك لحق المستهلك في الإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالبضائع أو السلع قبل إبرام التعاقد.

٢. الالتزام بالإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات باللغة العربية وبخط واضح وسهل القراءة، حيث يلتزم المورد أو المهني أو المعلن بأن تكون جميع الإعلانات والبيانات والمعلومات والمستندات والفواتير والإيصالات والعقود بما في ذلك من المحررات والمستندات الإلكترونية وغير ذلك مما يصدر عنه في تعامله مع المستهلك باللغة العربية الواضحة والمكتوب بخط مقروء بما يضمن فهم المستهلك العادي للمعلومات والبيانات الجوهرية للسلع أو الخدمات قبل إبرام التعاقد عليها، بما يحقق الغرض من ذلك هو التعاقد الحر والمستنير للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، ويمكن للمورد أو المهني أو المعلن أن يضيف أي لغة أجنبية أخرى تكتب بها المعلومات والبيانات على المنتجات ولا يتعارض ذلك مع التزامه بوضع البيانات والمعلومات للمنتجات باللغة العربية. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن امتناع التاجر عن تقديم فاتورة للمستهلك تفيد ما تم بيعه من سلع وثمانها باللغة العربية عند طلبه يشكل جريمة جنحة عاقبة عليه المحكم المتهم بعقوبة الغرامة المالية بمبلغ خمسين ألف جنيه ونشر الحكم في جريدتي الأهرام والأخبار على نفقة المحكوم عليه<sup>(٢)</sup>. كذلك فقد

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصري، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ٢٥٣٥ لسنة ٣٢ ق، جلسة بتاريخ ١٤ مايو ١٩٦٣، مكتب فني ١٤، جزء ٢، ق ٨٠، ص ٤١٣.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ٤٢٥ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢١ مايو ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

قضت محكمة النقض باعتبار أن الواقعة تشكل جنحة من جنح قانون حماية المستهلك في حالة ما إذا لم يحرر المورد بطريقة واضحة البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة التي يقدمها وكذلك أسعارها ومميزاتها وخصائصها بشكل مقروء وواضح للمستهلك العادي، حيث ترجع وقائع هذه القضية إلى عدم قيام المورد بالإعلان للمستهلكين عن المعلومات والبيانات المتعلقة بأسعار الملابس التي يعرضها للبيع في محله وكذلك خصائصها والبيانات المتعلقة بمكوناتها، مما حد بالمحكمة باعتبار الواقعة تشكل جنحة من جنح قانون حماية المستهلك<sup>(١)</sup> تستحق عقاب مرتكبها من أجل توفير الحماية اللازمة لحق المستهلك في الإعلام والتبصير بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد.

علاوة على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية في حكم آخر بإدانة المورد لأنه لم يقوم بالإعلان للمستهلكين بسعر السلع أو الخدمات في فترة التخفيضات والأوكازيون بسعر البضائع قبل الشهر السابق على التخفيض والأوكازيون والسعر بعد التخفيض، مما يخل بالتزام المورد بالإعلام والتبصير للمستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بسعر السلع المعروضة للبيع في فترة التخفيضات والأوكازيون، حيث ترجع وقائع القضية إلى قيام المورد وهو صاحب محل تجاري بالإعلان عن بيع بضائعه بطريق الأوكازيون ولم يعلن عن ثمن البضائع المعروضة للبيع بالتصفية وإنما قام بوضع الثمن الفعلي للبيع السابق على الأوكازيون<sup>(٢)</sup>، حيث نص قانون حماية المستهلك على قواعد خاص بالنسبة للأوكازيون من أجل حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة في هذا النوع من الممارسات التجارية.

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ١٢٦١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٣ أبريل ٢٠١٠.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ١١٥٠٢ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ١٩ أكتوبر ٢٠١١.

٣. كذلك يلتزم المورد أو المهني بأن يضع على المنتجات كافة المعلومات والبيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وبالخصوص عنوانه وطرق الاتصال به، وبيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه، وعلامته التجارية إن وجدت. ويجوز أن تكون هذه البيانات مدونة بلغتين أو أكثر، ولكن بشرط أن تكون إحداها باللغة العربية الواضحة والمقروءة، وبشرط أن تمكن هذه المعلومات والبيانات للمورد أو المهني المستهلك العادي من معرفة شخصيته وهويته والعلامة التجارية له دون أي لبس أو غموض، فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن الغرض من العلامات والبيانات التجارية هي أن تكون وسيلة يستطيع من خلالها المستهلك العادي التمييز بين المنتجات والسلع ويتحقق ذلك الغرض بالمغايرة بين العلامات والبيانات التجارية بحيث لا يقع المستهلك العادي في اللبس أو الخلط في السلع، ومن أجل ذلك وجب لتقرير ما إذا كانت للسلعة علامة وبيانات تجارية ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من السلع الأخرى، النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتكون منها، أي أن العبرة هنا ليست باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه علامة أخرى، ولكن العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في ذهن المستهلك العادي نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور على بعضها مما يكون الشكل والصورة التي تظهر عليه هذه العلامة وبصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها، وعمّا إذا كانت السلعتين يشتركان في جزء أو أكثر مما تحتويه السلعة الأخرى، والتي يمكن أن يخدع بها المستهلك العادي متوسط الخبرة والحرص والانتباه، لا الرجل المختص الفني وحده<sup>(١)</sup>، أي أن المعيار المستهلك المعتاد هو المعيار المطبق في هذه الحالة.

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض مدني، الطعن رقم ١٢٣٤ لسنة ٧٧ قضائية، جلسة ٢٢ أبريل ٢٠١٣. وكذلك الطعن رقم ٩٥٦٠ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ١١ يونية ٢٠١٣. وتأكيداً على ذلك ولحماية العلامات والبيانات التجارية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٤. بالإضافة إلى ذلك يلتزم المورد أو المهني بأن يضع على المنتجات المعلومات والبيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو القانون أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون باللغة العربية الواضحة والمقروءة، وذلك على النحو الذي يتحقق معه الغرض من تلك البيانات والمعلومات، وبحسب طبيعة كل منتج أو طريقة الإعلان أو عرضه أو التعاقد عليه. وكذلك يلتزم مقدم الخدمة بأن يحدد بطريقة واضحة معلومات وبيانات الخدمة التي يقدمها، ومميزاتها، وخصائصها، وأماكن تقديمها ومواعيدها للمستهلك العادي بما يحقق له إبرام التعاقد وفقا للإرادة الحرة والمستنيرة دون أي غلط أو خطأ أو أي أغفال للمعلومات والبيانات الجوهرية والتي من شأنها أن تؤدي إلى إيقاع المستهلك العادي الإلكتروني في الغلط أو الخطأ.

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة القاهرة الاقتصادية بأن على المورد الالتزام بإمداد المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الصحيحة عن طبيعة المنتجين ويشمل ذلك البيانات والمعلومات التي تتعلق بالتزام المنتج بكافة الشروط والضوابط المتعلقة بالمواصفات القياسية المصرية للمنتجات، وتجنب كل ما قد يكون من شأنه خلق انطباع غير حقيقي ومضلل للمستهلك أو وقوعه في الغلط أو الخلط<sup>(١)</sup> وفي ذلك حماية من المشرع المصري لإرادة المستهلك المعتاد متوسط الخبرة والمعرفة في إبرام التعاقد سواء كان ذلك عبر الطرق التقليدية أو من خلال الوسائل الإلكترونية

---

فقد نص المشرع المصري في المادة ٧١ من قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أنه "يستفيد حق مالك العلامة في منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات التي تميزها هذه العلامة إذا قام بتسويق تلك المنتجات في أية دولة أو رخص للغير بذلك".

<sup>١</sup> - محكمة القاهرة الاقتصادية، الدائرة الأولى جنح اقتصادية، في الجلسة رقم ٨٩١ لسنة ٢٠١٢ جنح اقتصادية القاهرة، جلسة ٣٠ ديسمبر ٢٠١٢.

وتحقيقاً لمصالح المجتمع في ضمان حد أدنى من المواصفات القياسية للمنتجات التي يتم عرضها في الأسواق التجارية.

٥. علاوة على ذلك، يلتزم المورد أو المهني بأن يعلن أسعار السلع أو الخدمات التي يعرضها أو يقدمها لجمهور المستهلكين بطريقة واضحة دون أي لبس أو غموض، على أن يتضمن السعر كافة الرسوم والضرائب أو أي مبالغ مالية أخرى يفرضها القانون، وذلك وفقاً للضوابط المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

وتعليقاً على ذلك نستطيع القول بأن السياسة التشريعية المصرية في حماية المستهلك بشأن الالتزام المورد أو المهني أو المعلن بالإعلان عن أسعار السلع والخدمات قد اختلفت بشكل واضح ما بين القانون القديم الصادر في عام ٢٠٠٦ الذي تم إلغائه والقانون الجديد الصادر في عام ٢٠١٨، وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>: ففي قانون حماية المستهلك القديم الذي تم إلغائه والصادر في عام ٢٠٠٦ لم ينص المشرع بشكل صريح وواضح على التزام المورد أو المهني أو المعلن بالإعلان عن أسعار السلع والخدمات، وبناء على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه ولما كان الفعل المسند للمتهم هو عدم إعلانه عن أسعار ما يعرضه للبيع من سلع غير مؤتم، حيث لا يوجد نص قانوني في قانون حماية المستهلك الصادر لسنة ٢٠٠٦ يؤتم عرض السلع بدون الإعلان عن أسعارها، وبالتالي فقد حكمت محكمة جناح القاهرة الاقتصادية بعدم اختصاصها نوعياً بنظر الدعوى يكون صحيحاً من الناحية

<sup>١</sup> - قانون حماية المستهلك المصري القديم رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والصادر في الجريدة الرسمية العدد ٢٠ (مكرر)، بتاريخ ٢٠ مايو ٢٠٠٦، والذي تم إلغائه في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨ ليحل محله قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادر في الجريدة الرسمية العدد ٣٧ (تابع)، بتاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

القانونية<sup>(١)</sup> وذلك وفقا لمبدأ الشرعية الجنائية والذي يتطلب وجود نص قانوني من أجل تجريم السلوك أو النشاط المرتكب. إلا أن موقف المشرع المصري قد تغير بعد ذلك بصدور قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، حيث نص المشرع المصري صراحة على ضرورة التزام المورد أو المهني أو المعلن بالإعلان عن أسعار السلع والخدمات المعروضة للبيع، وبالتالي فقد سد المشرع المصري الثغرة التي كانت موجودة في التشريع القديم المتعلق بحماية المستهلك والذي تم إلغائه في عام ٢٠١٨، وبناء على ذلك فقد تجنب المشرع المصري الانتقادات السابقة في القانون القديم التي كانت تتعلق بإغفاله النص على حماية المستهلك من جشع بعض الموردين أو المهنيين الذين لا يلتزمون بالإعلان عن أسعار السلع أو الخدمات التي يقدمونها لجمهور المستهلكين<sup>(٢)</sup> من أجل استغلال جهل المستهلك بالأسعار وبيع المنتجات بأثمنة مبالغ فيها.

القسم الثاني. القواعد الخاصة بحماية حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات قبل إبرام التعاقد: باستقرار قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ نجد أن المشرع المصري قد نص

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الأحكام، الطعن رقم ٣٢ لسنة ٢٠١٣، الصادر في جلسة ١٨ نوفمبر ٢٠١٤.

<sup>٢</sup> - وقد أصدر وزير التموين والتجارة الداخلية قرار وزاري رقم ٢١٧ لسنة ٢٠١٧، والصادر بتاريخ ٣١ يوليو ٢٠١٧، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ٢٢٧، في ١٠ أكتوبر ٢٠١٧، نص في المادتين الأولى والثانية منه على التزام كافة الجهات المنتجة والمستوردة والمصنعة والمعبئة والموردة للسلع الغذائية بتدوين سعر البيع للمستهلك وفقا للضوابط التالية: ١. أن يتم تدوين السعر على كل عبوة باللغة العربية، ٢. بخط واضح ولا يقبل الإزالة والمحو، ٣. الالتزام بكافة البيانات الأخرى الواردة بالقرارات الوزارية المنظمة لذلك ومنها القرار الوزاري رقم ١٠٧ لسنة ١٩٩٤، ٤. حظر تداول هذه السلع أو الاتجار والتوزيع والتخزين والعرض والبيع لعبوات هذه السلع بدون أن يكون مدوناً عليها سعر البيع للمستهلك.



في المادة ٣٧ منه على القواعد الخاصة بالتزامات المورد أو المهني أو المعلن قبل إبرام العقد عبر الإنترنت أو عن بعد من خلال وسائل تقنية الاتصالات الحديثة بأن يعلم ويبصر المستهلك الإلكتروني بشكل واضح بكافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من اتخاذ قراره بالتعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد دون أي لبس أو غموض، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. التزام المورد أو المهني أو المعلن بالإعلام والتبصر للمستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بتحديد شخصية وهويته، والتي تشمل الاسم والعنوان ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني إن وجد، ورقم السجل التجاري والبطاقة الضريبية، وما إذا كان المورد أو المهني ينتمي لمهنة منظمة قانوناً، وصفته المهنية واسم الهيئة أو التنظيم المهني المسجل أو المقيد فيه، بالإضافة إلى أي معلومات تتيح التعرف على المصنع أو المستورد بحسب الأحوال في ذلك، مما يمكن المستهلك الإلكتروني المعتاد متوسط الخبرة والتبصر من معرفة هوية المورد أو المهني، وكذلك سهولة التواصل معه قبل إبرام التعاقد أو أثناء أو بعد التعاقد للحصول على المعلومات والبيانات الكافية بشأن السلعة أو الخدمة محل التعاقد الإلكتروني أو عن بعد عبر الهاتف النقال.

٢. الالتزام بالإفصاح للمستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتجات محل العرض، بما في ذلك مصدرها وصفاتها وخصائصها الجوهرية، وكيفية استعمالها، والمخاطر التي قد تنتج عن استعمال هذه المنتجات إن وجدت، بما يمكن المستهلك الإلكتروني المعتاد من اتخاذ قراره بإبرام التعاقد على السلع أو الخدمات محل العرض، وفقاً للإرادة الحرة المستنيرة وبدون أي خلط أو التباس

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٣٧ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية، العدد ٣٧ (تابع)، في تاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ص ١٧.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

بشأن مصدر أو صفات أو خصائص السلع أو الخدمات الأمر الذي قد يكون من شأنه إيقاعه في غلط أو خطأ.

٣. فضلاً عن ذلك، الالتزام بأخبار المستهلك الإلكتروني بثمن المنتج وجميع المبالغ المالية التي قد تضاف إلى الثمن، وبالخصوص الرسوم والضرائب ومصاريف الشحن وغيرها من الرسوم والمصاريف الأخرى، الأمر الذي يجعل إرادة المستهلك الإلكتروني في إبرام التعاقد حرة ومستتيرة، وفي نفس الوقت يلزم المورد أو المهني بعدم إخفاء السعر الحقيقي للمنتج المعروض ومفاجأة المستهلك بالرسوم والمصاريف الإضافية التي لم يكن على علم بها قبل إبرام التعاقد على السلعة أو الخدمة محل التعاقد، ولذلك نص المشرع المصري على أن يعاقب كل مورد أو مهني يخالف هذا الالتزام بالغرامة المالية التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز خمسمائة ألف جنيه أو مثل قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، بالإضافة إلى ذلك نص المشرع على عقوبة تكميلية جوازية بحيث يجوز للمحكمة أن تحكم بغلق مركز الخدمة والصيانة المخالفة لمدة لا تجاوز ستة أشهر، وتشدد العقوبة لتصبح ضعف عقوبة الغرامة المالية بجديها في حالة عودة المورد إلى ارتكاب هذه المخالفة<sup>(١)</sup>. علاوة على ذلك فقد حظر المشرع المصري على الموردين المتنافسين إبرام أي اتفاق أو تعاقد من شأنه التأثير على مبدأ المنافسة المشروعة والعادلة وذلك في حالتين، الحالة الأولى الاتفاق بين الموردين لمنتج معين أو سوق معين بعضهم البعض، والحالة الثانية الاتفاق بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه، وذلك من أجل توفير الحماية لمصالح المستهلك وحقه

<sup>١</sup> - أنظر المادتين ٦٤، ٦٩ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية العدد ٣٧ (تابع)، بتاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

في الاختيار بين الأسعار المختلفة للسلع أو الخدمات المتنافسة في نفس المجال وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

أ. الحالة الأولى. حظر أي اتفاق أو تعاقد بين الموردين لنفس المنتجات في رفع أو خفض أو تثبيت أسعار البيع أو الشراء للمنتجات محل التعامل والمعروضة للمستهلكين، وفي ذلك حماية من المشرع المصري لحق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في سعر عادل للسلعة أو الخدمة المعروضة في الأسواق التجارية، ودون أي اتفاق بين الموردين من شأنه التلاعب في أسعار هذه السلع أو الخدمات بما يضر بقواعد المنافسة العادلة والمشروعة.

ب. الحالة الثانية. الاتفاق بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه: فقد حظر المشرع المصري كل اتفاق أو تعاقد بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه، إذا كان من شأنه أن يحد من قواعد المنافسة العادلة والمشروعة، وفي ذلك حماية من المشرع المصري لمصالح المستهلكين من أضرار بعض الأشخاص من المستهلكين باتفاقهم مع المورد من أجل الحد من قواعد المنافسة المشروعة. وفي الحالتين يعاقب المشرع كل من يخالف هذه الأحكام بعقوبة الغرامة المالية والتي لا تقل عن ثلاثين ألف جنيه ولا تجاوز عشرة ملايين، بالإضافة إلى ذلك نص المشرع المصري على أنه للمحكمة أن تحكم بعقوبة المصادرة كعقوبة تكميلية<sup>(٢)</sup>، وفي هذه الحالة يجوز للمحكمة أن تستبدل الحكم الصادر بالمصادرة في هذه الحالة بعقوبة الغرامة المالية التي تعادل قيمة المنتج محل النشاط المخالف، كذلك

<sup>١</sup> - انظر المادتين السادسة والسابعة من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ٦ (مكرر)، بتاريخ ١٥ فبراير ٢٠٠٥.

<sup>٢</sup> - أنظر المادتين ٢٢، ٢٤ من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥، والمنشور في الجريدة الرسمية ٦ (مكرر)، بتاريخ ١٥ فبراير ٢٠٠٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ينشر الحكم النهائي الصادرة بالإدانة في هذه المخالفة في الجريدة الرسمية وفي جريدتين واسعتي الانتشار على نفقة المحكوم عليه.

ويستثنى المشرع المصري من ذلك الحظر كل اتفاق أو تعاقد بين الموردين بعضهم البعض أو بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه في حالة ما إذا كان من شأن ذلك الاتفاق أو التعاقد تحقيق المصلحة العامة للدولة أو تحقيق منافع للمستهلك ولكن بشرط أن تفوق آثاره في الحد من حرية المنافسة المشروعة بين المهنيين أو الموردين<sup>(١)</sup> وفي ذلك حماية وتفضيل للمشرع المصري للمصالح العامة ولمصالح المستهلك على تطبيق الحظر المنصوص عليه في الحالتين السابقتين وفي ضوء سعي المشرع المصري إلى تحقيق نوع من التوازن والتناسب بين الحق في المنافسة المشروعة والعدالة والمصالح العامة للدولة ولمصالح للمستهلك .

٤. التزام المورد أو المهني بالإفصاح للمستهلك الإلكتروني عن مدة العرض، والضمان الذي يقدمه، وخدمات ما بعد البيع التي يقدمها المورد أو المهني إن وجدت، وبكافة التفاصيل الأخرى التي تزيل لدى المستهلك الإلكتروني المعتاد متوسط الخبرة والتبصر أي لبس أو غموض بشأن السلع أو الخدمات محل التعاقد عليها عبر الإنترنت أو عن بعد أو بأي وسيلة أخرى من وسائل الاتصال الحديثة وغيرها من وسائل التكنولوجيا المختلفة.

٥. كذلك التزام المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بمدة العرض والتي يتناول خدمات تقدم بشكل دوري للمستهلك الإلكتروني، مثال على ذلك خدمات الاتصال التي تقدمها شركات التليفون المحمول والتي تقدم خدماتها بشكل دوري لمستخدم لشبكات الاتصال، وكذلك خدمات المحتوى الرقمي الترفيهي التي

<sup>١</sup> - انظر المادة التاسعة من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥، المنشور في الجريدة الرسمية العدد ٦ (مكرر)، بتاريخ ١٥ فبراير ٢٠٠٥، ص ٨.

يتم تقديمه من خلال التطبيقات الإلكترونية المتعلقة بالمحتوى الرقمي الترفيهي والتلفزيوني من خلال الاشتراك الشهرية أو السنوية على هذه التطبيقات الإلكترونية، وأن كان هذا النوع من خدمات المحتوى الرقمي مازال لم يقوم المشرع المصري بالتنظيم القانوني الكامل له، مما يشكل معه ثغرة تشريعية تحتاج من المشرع المصري العمل على سرعة تلافيتها لمواجهة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في هذه المجال الخدمي.

٦. علاوة على ذلك التزام المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات المتعلقة بتاريخ التسليم المنتج ومكانه، والمصاريف المستحقة عند التسليم، وذلك قبل إبرام التعاقد على هذه السلع أو الخدمات.

٧. لابد من توضيح المورد أو المهني لأحكام الرجوع أو العدول في العقد للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد، وبالخصوص المدة التي يجوز فيها للمستهلك الإلكتروني العدول فيها عن إبرام التعاقد على السلع أو الخدمات.

٨. كذلك التزام المورد أو المهني ببيان كافة المعلومات والبيانات للمستهلك الإلكتروني المتعلقة بمركز الصيانة وأسلوب إجراء الصيانة للسلع التي حددها القانون وذلك قبل إبرام التعاقد، مثال على ذلك إعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بأسلوب الصيانة للسلع الكهربائية المعمرة وخدمات ما وراء البيع المقدمة للمستهلك الإلكتروني.

٩. وفي النهاية التزام المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني ببيانات التعاقد التي سترسل إلى المستهلك في حالة إتمام عملية التعاقد، وأي بيانات ومعلومات أخرى تكفل حقوق المستهلك الإلكتروني وتحددها اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري.

ويتضح مما سبق أن السياسة التشريعية للمشرع المصري قد سارت على نفس الاتجاه الموسع في حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصر بالمعلومات والبيانات

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المتعلقة بالسلع أو الخدمات قبل إبرام التعاقد، حيث أجاز في المستقبل النص على بعض الالتزامات على المورد أو المهني التي لم ينص عليها في قانون حماية المستهلك، وفي هذه الحالة يمكن إضافتها في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك مادام أن هذه البيانات والمعلومات تكفل حماية حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، وهذا التوجه من المشرع المصري هو اتجاه محمود من أجل سرعة إضافة حماية أوسع للمستهلك الإلكتروني في ظل تطورات العصر الرقمي الحديث التي تفرض أنواع وأنماط جديدة من المعلومات والبيانات التي تتعلق بحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والتبصير بها قبل إبرام التعاقد ومن أجل عدم الإخلال بحقه في الإعلام والتبصر قبل أبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد.

### الفرع الثاني. الحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام بالمعلومات

#### والبيانات عند التعاقد وعقبها مباشرة

يعتبر الاختيار الواعي والمستنير للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً الهدف الأساسي من نص المشرع في القوانين على إلزام المورد أو المهني بالتبصير والإعلام للمستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل التعاقد، وبعد استعراض المعلومات والبيانات والواجب على المورد أو المهني إعلامها للمستهلك الإلكتروني قبل إبرام التعاقد، نتناول في هذا الفرع التزام المورد أو المهني بإعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات عند التعاقد وعقبها مباشرة وهي تتعلق بالمعلومات والبيانات الضرورية لاستعمال الشيء محل التعاقد عن بعد أو عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة، وكذلك الاحتياطات التي يجب على المستهلك الإلكتروني أن يراعيها عند استخدامه للشيء محل التعاقد عن بعد، مثال على ذلك عند شراء المستهلك الإلكتروني عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية لأجهزة معمرة مثال البوتاجاز أو الثلاجة أو غيرها من الأجهزة المنزلية المعمرة والتي تحتاج إلى توضيح

وتبصير للمستهلك الإلكتروني لطريقة استعماله بطريقة آمنه وكيفية التصرف في حالة حدوث أي عطل أو مشكلة في الجهاز محل التعاقد عن بعد.

وبناء على ذلك فقد نص المشرع المغربي على الالتزام المورد أو المهني بالتبصير والإعلام بالمعلومات والبيانات عند التعاقد مع المستهلك الإلكتروني في المادة ٣٢ من قانون تدابير حماية المستهلك، وهي تتعلق بالالتزام المورد أو المهني بأن يرسل للمستهلك كتابة أو بأي وسيلة دائمة أخرى موضوعة رهن تصرفه، في الوقت المناسب وعلى أبعد تقدير عند التسليم، ما يلي من المعلومات والبيانات التالية<sup>(١)</sup>:

١. حصول المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً على تأكيد للمعلومات المنصوص عليها في المواد ٣ و ٥ و ٢٩ ما لم يقوم المورد أو المهني بالالتزام بالإفصاح عن هذه المعلومات والبيانات قبل إبرام العقد.

٢. إعلام وتبصير المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بالمعلومات والبيانات المتعلقة بعنوان المورد أو المهني للسلعة أو الخدمة محل التعاقد حتى يمكن للمستهلك العادي تقديم الشكاوى إليه، والمطالبة بحقوقه المنصوص عليها في القانون أو خدمات ما وراء البيع وغيرها من الحقوق والخدمات الأخرى دون أي لبس أو غموض.

٣. بالإضافة إلى ما سبق، يلتزم المورد أو المهني بتقديم كافة معلومات والبيانات حول شروط وكيفية ممارسة حق العدول للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً وفقاً للضوابط المنصوص عليها في المادة ٣٦ من قانون تدابير حماية المستهلك المغربي.

<sup>١</sup> - المادة ٣٢ من القانون المغربي رقم ٠٨ - ٣١ بشأن تحديد تدابير حماية المستهلك، الصادر بظهير شريف رقم ٠٣ - ١١ - ١ في ١٨ فبراير ٢٠١١، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢، بتاريخ ٧ أبريل ٢٠١١، ص ١٠٧٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٤. علاوة على ذلك يلتزم المورد أو المهني بتقديم كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع والضمانات التجارية للسلع أو الخدمات محل التعاقد، بما يضمن للمستهلك الإلكتروني البضائع التي تم التعاقد عليها عبر الإنترنت أو عن بعد، في ظل عدم إمكانية المستهلك الإلكتروني من التحقق والمعاينة الواضحة والملموسة للسلع أو البضائع المشتري عبر الإنترنت أو عن بعد.
  ٥. التزام المورد أو المهني بإعلام المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بشروط الفسخ للعقد المبروم بشأن السلع أو الخدمات، وذلك إذا ما كان غير محدد المدة أو كانت مدته تزيد عن سنة.
  ٦. علاوة على ما سبق يلتزم المورد أو المهني بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بطرق وكيفية الشكوى والتواصل مع المورد أو المهني المتعاقد معه، وذلك على النحو التالي:
    - أ. وفي جميع الأحوال لا يجب أن تكون هناك رسوم إضافية للاتصال بالهواتف المخصصة لاستقبال شكاوى المستهلكين الإلكترونيين.
    - ب. ولابد أن يشار إلى أرقام الاتصال الهاتفي وطرق المراسلة في حالة الشكاوى أو التواصل مع الموردين أو المهنيين بشأن السلع أو الخدمات محل التعاقد.
    - ت. كذلك تمكين المستهلك بطريقة بسيطة وغير مكلفة من تتبع الشكوى وتنفيذ طلباته بكل وسيلة اتصال ممكنة، وفقاً لخدمات ما بعد البيع، والاستفادة من الضمان والحق في العدول أو الرجوع عن الشيء المباع أو البضاعة دون تحمل المستهلك الإلكتروني لأي مصاريف إضافية أخرى.
- وفي جميع الأحوال يقع عبء إثبات الالتزام بالإعلام والتبصير للمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل التعاقد السابق الإشارة إليها على المورد أو المهني، وذلك في حالة حدوث نزاع بين المورد أو المهني والمستهلك الإلكتروني حول مدى التزامه بالإعلام والتبصير، وكذلك التأكد من الالتزام بالأجال المنصوص عليها في



الإعلام للمستهلك الإلكتروني ومدى قبول المستهلك الإلكتروني بهذه المعلومات والبيانات في التعاقد على السلع والخدمات، وفي ذلك حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وباستقراء نصوص التشريعات المغربية في هذا الشأن نستطيع القول بأن المشرع المغربي قد أخذ بنفس نهج السياسة التشريعية المعاصرة للتشريعات المقارنة ومنها المشرع الفرنسي من أجل حماية حقوق المستهلك الإلكتروني في هذا الشأن.

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري فنجد أن قد نص على مجموعة من المعلومات والبيانات التي يجب على المورد أو المهني إعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بها في حالة التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. ففي حالة ما إذا أبدى المستهلك الإلكتروني قبوله للتعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، وجب تأكيد موافقته من قبل المورد أو المهني، وأن يتح له الحق في تصحيح طلبه أو تعديله خلال سبعة أيام عمل من قبول التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، وذلك ما لم يتفق الطرفان على مدة أطول، وفقاً للقواعد المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الجديد.

٢. وفي غير الأحوال المستثناة التي يصدر بها قرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك بحسب التعاقد أو العادات والممارسات التجارية المعمول بها في هذا الشأن، يتعين على المورد أو المهني بأن يرسل للمستهلك الإلكتروني إخطاراً كتابياً فور التعاقد على السلعة أو الخدمة متضمناً البيانات السابق ذكرها في المادة ٣٧ من نفس القانون، وكذلك سائر شروط التعاقد، ويجوز إرسال هذا الإخطار بالبريد الإلكتروني أو بأي وسيط إلكتروني آخر قابل للحفظ والتخزين،

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٣٨ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وفي جميع الأحوال لا يجوز أن يشتمل الإخطار على بيانات ومعلومات مغايرة لتلك التي تضمنها عرض المورد أو المهني على المستهلك الإلكتروني. أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فنجد أنه قد نص على بعض المعلومات والبيانات التي يجب على المورد أو المهني إعلانها للمستهلك الإلكتروني عند التعاقد أو عقبها مباشرة وذلك عند التسوق الإلكتروني، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. التزام المورد أو المهني بإعلام المستهلك الإلكتروني بشكل واضح ومقروء بوسائل الدفع المقبولة من قبل المورد أو المهني وأي قيود للتسليم للشيء محل التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد، على أبعد تقدير في بداية عملية الطلب والتعاقد على السلعة أو الخدمة عبر الإنترنت أو عن بعد أو غيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة المختلفة.

٢. كذلك لا بد أن يقدم المورد أو المهني للمستهلك الإلكتروني على وسيط دائم، وفي غضون فترة زمنية معقولة، بعد إبرام العقد على السلعة أو الخدمة وعلى أبعد تقدير في وقت تسليم البضاعة أو قبل بدء أداء الخدمة، تأكيد العقد بما في ذلك جميع المعلومات والبيانات المنصوص عليها سابقاً، وذلك ما لم يكن قد قدمها له بالفعل، وكذلك العقد مصحوب بنموذج للعدول والرجوع عن إبرام التعاقد، أو تأكيد من موافقة المستهلك الإلكتروني الصريحة على توفير محتوى رقمي غير مقدم على وسيط ملموس وتنازله عن حقه في القيام بالعدول والرجوع عن إبرام التعاقد.

٣. أما في حالة اتصال المورد أو المهني بالمستهلك عبر الهاتف بهدف إبرام عقد لبيع سلعة أو تقديم خدمة فيجب على المورد أو المهني المتصل في بداية المحادثة الالتزام بما يلي<sup>(١)</sup>:

<sup>١</sup> - أنظر المادتين 14 - L221 و 15 - L221، من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثتين بموجب القانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

- أ. أن يشير المورد أو المهني المتصل بالمستهلك عبر الهاتف بشكل واضح ودقيق ومفهوم عن هويته، أو إذا ما كان يقوم بهذه الخدمة نيابة عن شخص آخر، كذلك الطبيعة التجارية لهذه الممارسات التجارية في عرض السلع أو الخدمات.
- ب. فضلاً عن ذلك يجب أن يذكر المورد أو المهني ما إذا كان يمكنه التسجيل مجاناً للمستهلك في قائمة معارضة، بحيث يكون المستهلك مسجلاً في قائمة البحث التجاري بهذه الطريقة. أم لا يرغب المستهلك في ذلك.
- ت. بعد انتهاء المكالمات الصوتية عبر الهاتف، يرسل المورد أو المهني إلى المستهلك، العقد بطريقة مكتوبة بالبريد أو على وسيط دائم، تأكيداً على العرض الذي قدمه ويحتوي على جميع المعلومات والبيانات المنصوص عليها، وفي جميع الأحوال لا يلتزم المستهلك بهذا العرض إلا بعد التوقيع عليه وقبوله كتابتاً أو بعد إرساله لموافقته إلكترونياً إلى المورد أو المهني.
- ث. وفي جميع الأحوال يحظر على المورد أو المهني استخدام رقم هاتف مجهول في الاتصال الهاتفي بالمستهلك، وعليه ذكر رقم هاتف المورد أو المهني الأصيل في حالة ما إذا كان المتصل هو وسيط يقوم بالعرض نيابة عنه. وفي حالة اتصال المستهلك بهذا الرقم يجب أن يعرف المورد أو المهني عن نفسه قبل أن يقوم بتقديم خدماته بالإضافة إلى ذكر سعر الاتصال على الهاتف في حالة ما إذا مل يكن مجاناً.

وانطلاقاً مما سبق نجد أن المشرع الفرنسي يعاقب المهني أو المورد في حالة إخلاله بحقوق المستهلك الإلكتروني في التبصر والإعلام سواء بالمعلومات والبيانات قبل

<sup>١</sup> - أنظر المادة 16 - L221 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية والمعدلة بالقانون رقم ٩٠١ لسنة ٢٠٢٠، والصادر في ٢٤ يوليو ٢٠٢٠، وكذلك المادة 17 - L221 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمعدلة بموجب القانون رقم ١٠٦٣ لسنة ٢٠١٩، والصادر في ١٨ أكتوبر ٢٠١٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التعاقد أو أثناء وبعد التعاقد باعتبار ذلك السلوك يشكل جريمة الممارسة التجارية غير العادلة بعقوبة الحبس التي لا تزيد مدته عن سنتين والغرامة التي قدرها ٣٠٠٠٠ يورو أو ١٠% من متوسط حجم المبيعات السنوي، محسوباً من متوسط آخر ثلاث سنوات مبيعات سنوية، بالإضافة للعقوبة التكميلية<sup>(١)</sup> والتي تتطلب توافرها شرطين وهما على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

**الشرط الأول.** يجب أن تكون الممارسة التجارية الإلكترونية تتعارض مع العرف المهني المستقر المتعلق بالممارسات التجارية الإلكترونية تجاه المستهلك.

**الشرط الثاني.** أن يكون من المحتمل أن يترتب عليها تغيير السلوك الاقتصادي للمستهلك المعتاد إلى حد كبير، بحيث يتأثر حقه في إبرام العقد بأرادته مستتيرة<sup>(٣)</sup>، وسوف نتناول بعد ذلك استعراض الممارسات التجارية غير المشروعة بالتفصيل في المبحث الأخير فنحيل إليه منعاً للتكرار.

وتعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر قصد جنائي يتمثل في نية المهني بأن تؤدي هذه الممارسات التجارية غير العادلة إلى تغيير في سلوك المستهلك

<sup>١</sup> - Art. L. 132-2 C. cons. (pratiques commerciales trompeuses) ; L. 132-11 C. cons.

<sup>٢</sup> - Cour. Cass. crim., 23 mars 1994, n° 92-86351, Bull. crim. 1994, n° 114, p. 251 ; Cass. crim., 5 mai 1981, JCP G, 1981, IV p. 261) ou inscrites sur l'emballage d'un produit (CA Versailles, 17 mai 1978, Gaz. Pal. 1978, 2, p. 539, note J. Calvo; Cass. crim., 12 novembre 1986, Bull. crim. 1986, n° 335, p. 861.

<sup>٣</sup> - Art. L. 121-1 Code. cons. ; cette définition est transposée de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 sur les pratiques commerciales déloyales ; L. Grynbaum, C. Le Goffic et L. Morlet-Haïdare, Droit des activités numériques, Paris, Dalloz, 1re éd., 2014, p. 149, n° 205.

الإلكتروني والإيقاع به في الخطأ أو الغلط عند إبرام التعاقد وهذا الاتجاه ما استقرت عليه محكمة النقض الفرنسية في أحكامها القضائية<sup>(١)</sup>. وكذلك سار على هذا النهج القاضي الأوروبي بحيث يشترط في حالات الممارسات التجارية غير العادلة عدم استيفائها للمعايير السابقة والمنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة ٦ من التوجيه الأوروبي رقم ٢٥ لسنة ٢٠٠٥ من أجل اعتبار هذا السلوك ممارسة تجارية مضللة للمستهلك الإلكتروني<sup>(٢)</sup>، ويعتبرها القاضي الأوروبي كافية بذاتها لقيام أركان الجريمة مجرد توافر النية على احتمال التحريض للقيام بهذه السلوك الإجرامي، من أجل إثبات توافر القصد الجنائي الخاص المتعلقة بنية الممارسة التجارية غير العادلة<sup>(٣)</sup>، وهذا الموقف من القاضي الأوروبي يستند إلى هدف مشروع يتمثل في التوسع في حماية المستهلك الإلكتروني خاصة في ظل انتشار الممارسات التجارية الجديدة التي يصعب التأكد فيه بأنها غير عادلة بشكل قاطع.

وبناء على ذلك فقد قسم المشرع الفرنسي الممارسات التجارية غير العادلة إلى قسمين، الممارسات التجارية غير العادلة المضللة<sup>(٤)</sup>، والممارسات التجارية غير العادلة

<sup>١</sup> - Cour. Cass. crim., 15 décembre 2009, n° 09-83059, Bull. crim., n° 212.

<sup>٢</sup> - CJUE, 16 avril 2015, C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság c/UPC Magyarország Kft ; LPA 2015, n° 125, p. 7, note E. Petit ; v. aussi en ce sens : CJUE, 19 septembre 2013, C-435/11, CHS Tour Services c/Team4 Travel GmbH ; JT 2013, n° 157, p. 15, comm. X. Delpech ; CJUE, 19 décembre 2013, C-281/12, Trento Sviluppo et Centrale Adriatica, RDC 2014, n° 3, p. 452, comm. R. Ollard.

<sup>٣</sup> - Dir. 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 sur les pratiques commerciales déloyales, art. 2 h.

<sup>٤</sup> - Art. L. 121-2 à L. 121-4 C. cons.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

العدوانية<sup>(١)</sup>، وقد سارت محكمة النقض الفرنسية على ذلك النهج في أحكامها القضائية، علاوة على ذلك فقد قضت المحكمة الأوروبية<sup>(٢)</sup> بأن يكفي مجرد إرسال معلومات خاطئة لمستهلك واحد للاعتراف بأنها ممارسة تجارية غير عادلة، كذلك يعتبر الغموض أو عدم الدقة أو المعلومات الخاطئة ممارسات تجارية مضللة، وتطبيقاً لذلك فقد قضت محكمة الاستئناف<sup>(٣)</sup> باعتبار التصرف يشكل جريمة من جرائم الممارسات التجارية المضلل أو الخادعة في شكل اتصالات تجارية تعرض الأفراد على المشاركة كسائقين في خدمة النقل عبر التطبيق الإلكتروني مع عدم توافر المعلومات الكافية والجوهرية حول الخصائص الأساسية لهذا العمل، وبشكل يجعلها

<sup>١</sup> - Art. L. 121-6 et L. 121-7 C. cons.

<sup>٢</sup> - CJUE, 16 avril 2015, C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság c/UPC Magyarország Kft, préc.

<sup>٣</sup> - CA Paris, 7 décembre 2015, Uber France c/DGCCRF, ministère public et autres. De la même manière, la Cour de cassation a considéré dans un arrêt du 11 décembre 2007 (Cour. Cass. crim. 11 décembre 2007, n° 07-82903, CCE 2008, comm. 120, note G. Raymond) que la fourniture d'informations fausses sur le délai de livraison est une publicité trompeuse qui doit être sanctionnée sur le fondement de l'article L. 121-1 du Code de la consommation dans la mesure où le consommateur pouvait être incité à conclure le contrat. De même s'agissant d'une offre d'abonnement téléphonique, le juge considère que le fait pour le professionnel d'induire en erreur le consommateur sur les caractéristiques essentielles des prestations constitue une pratique commerciale trompeuse (Cass. crim., 15 décembre 2009, n° 09-83059, Bull. crim. n° 212 ; v. aussi concernant un contrat de prestation touristique : CA Paris, 20 septembre 2010, n° 08-06734).

غامضة على المتلقي لهذه المعلومات<sup>(١)</sup>، وكذلك المعلومات الناقصة المرسلة للمستهلك بشكل يؤثر على قراره بشأن الخصائص الأساسية للخدمة محل التعاقد. بالإضافة إلى ما سبق فقد نص المشرع الفرنسي على أن يعاقب المورد أو المهني عن جريمة الخداع للمستهلك الإلكتروني في حالة ما إذا لم يلتزم المهني بالوفاء بالالتزامات المفروضة عليها بموجب المادة 1 - L.132 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية أو باعتبارها جريمة من جرائم الممارسات التجارية المضللة أو العدوانية بموجب المادة 1 - L.454 من نفس القانون، بعقوبة الحبس لمدة لا تزيد عن سنتين والغرامة المالية التي لا تزيد مقدارها عن ٣٠٠,٠٠٠ يورو أو نسبة ١٠% من متوسط حجم الأعمال السنوية للشخص الاعتباري مرتكب الجريمة، وباستقرار السياسة التشريعية الفرنسية نجد أن المشرع الفرنسي قد انتهج سياسة تشريعية تهدف إلى تشديد مقدار عقوبة

---

<sup>١</sup> - Cour. Cass. cim., 7 juillet 2015, n° 14-1930, inédit. De la même manière, la cour d'appel précise dans un arrêt du 18 juin 2014 (CA Paris, 18 juin 2014, Robert Bosch Gmbh et France c/Oscaro.com) : « Considérant que le fait de déclarer faussement qu'un produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée relève de la pratique trompeuse dès lors qu'il vise à obtenir du consommateur une décision immédiate et à le priver d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ; qu'il n'est pas démontré en revanche par la société Robert Bosch France en quoi le fait de ne pas préciser la durée de l'offre promotionnelle serait susceptible d'influer sur le comportement du consommateur et constituerait une tromperie destinée à obtenir de lui un acte d'achat qu'il n'aurait pas effectué s'il avait eu connaissance du terme de l'offre promotionnelle« .

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الغرامة على مرتكب هذه الجريمة في القانون الجديد حيث كانت قبل التعديل بموجب القانون رقم ٣٤٤ - ٢٠١٤ الصادر في ١٧ مارس ٢٠١٤ الغرامة المالية مقدارها لا يزيد عن ٣٧٥٠٠ يورو<sup>(١)</sup>. كذلك فقد نص المشرع الفرنسي على تشديد العقوبة لتصبح الحبس لمدة لا تزيد عن سبعة سنوات والغرامة المالية التي لا تزيد مقدارها عن ٧٥٠,٠٠٠ يورو في حالة ما إذا كان الخداع أو التضليل الواقع على المستهلك الإلكتروني جسيماً.

ويتضح مما سبق أن المشرع الفرنسي يشترط للعقاب عن هذه الممارسات التجارية غير العادلة بجريم الخداع أن يقوم المورد أو المهني بتقديم معلومات خاطئة عن الطبيعة الحقيقية للمنتج من شأنه أن تؤدي إلى إيقاع المستهلك الإلكتروني في الغلط أو الخطأ، وأن يتوافر القصد الجنائي الخاص والتي تتمثل في نية المهني في خداع المستهلك الإلكتروني<sup>(٢)</sup>. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأن تحديد هذا القصد الجنائي الخاص يكون من خلال استنتاج وجود خداع بشأن الصفات الجوهرية المتعلقة بالشيء المباع<sup>(٣)</sup>، بحيث يغفل المهني في إعلام وتبصير المستهلك الإلكتروني بهذه الصفات والبيانات الجوهرية قبل إبرام العقد، مثال على ذلك أن يؤكد المهني للمستهلك أن البطارية جديدة على خلاف الواقع من أجل تضليله وإبرام التعاقد، أو عرض منتجات في السوق تعتبر منتجات ذات خطورة على المستهلك دون

<sup>١</sup> - أنظر المادة 1- 454 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمعدلة بموجب القانون رقم ٣٤٤ - ٢٠١٤ والصادر في ١٧ مارس ٢٠١٤.

<sup>٢</sup> - G. Raymond, Droit de la consommation, LexisNexis, 4e éd., 2017, Paris, p. 173, n° 300.

<sup>٣</sup> - Cass. crim., 10 décembre 2003, n° 270, Al Adl 2005, p. 211.



وضع الملصق المتعلق بتنظيم المنتجات الخطرة<sup>(١)</sup>. وبناء على ما سبق نستطيع القول بأن القضاء الفرنسي استقر على معيار تحديد ما إذا كان الفعل يشكل جريمة خداع من عدمه يتعلق في أن يقوم المهني بإخفاء معلومات جوهرية وضرورة عن المستهلك أو تقديم معلومات وبيانات خاطئة من أجل إيقاع المستهلك الإلكتروني في الغلط أو الخطأ وإبرام التعاقد بناء على ذلك.

علاوة على ذلك يثور التساؤل هنا في بعض الحالات حين يقوم المورد أو المهني بإرسال المنتجات أو الخدمات دون طلب مسبق من المستهلك وقبل إبرام التعاقد عن بعد، فهل يعتبر صمت المستهلك وعدم الرد في هذه الحالة بمثابة قبول وبالتالي يلتزم المستهلك بدفع الثمن أم أن المشرع يحمي المستهلك من هذه التصرفات ولا يعتد في هذه الحالة بالصمت على أنه قبوله؟

للإجابة على هذا التساؤل نجد أن المشرع الفرنسي يحظر الشحن القسري للمنتجات والخدمات دون طلب مسبق من المستهلك، حيث نص على أنه يحظر المطالبة بالدفع الفوري أو المؤجل للسلع أو الخدمات التي يقدمها المهني أو المورد، أو في حالة

---

<sup>١</sup> - CA Rennes, 3 avril 2003, CCC 2004, n° 2, comm. 33, note G. Raymond ; V. en ce sens, CA Versailles, 30 septembre 2004, Comm. com. électr. 2004, comm. 163, n° 12, obs. L. Grynbaum : « Considérant qu'en se bornant à aviser les acquéreurs de la présence du système de protection sans attirer leur attention sur les restrictions d'utilisation sur certains supports, la société EMI Music France a manqué à son devoir d'information et s'est rendue coupable par omission ou insuffisance d'information de tromperie sur l'aptitude de l'emploi » ; v. aussi, sur le fait que la non-révélation de l'existence de vices lors de la vente des motos, constitue une tromperie sur les qualités essentielles : CA Agen, 8 août 2007, CCC 2008, n° 4, comm. 123, note G. Raymond.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

البضائع للمطالبة بإعادتها أو الاحتفاظ بها، دون أن يحصل المورد أو المهني على الموافقة المسبقة للمستهلك على إبرام التعاقد على هذه السلع أو الخدمات<sup>(١)</sup>. وفي هذه الحالة لا يجبر المستهلك على الرد على تلك المطالبات، ولا يعتبر في هذه الحالة صمت المستهلك بمثابة قبول على إبرام التعاقد عن بعد.

وفي النهاية نستطيع القول بأن التزام المورد أو المهني بالإعلام والتبصير للمستهلك الإلكتروني بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، يعتبر التزام ببذل عناية وليس تحقيق نتيجة، وعليه فالمورد أو المهني مطالب بتبصير وإعلام المستهلك الإلكتروني بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية بالسلع أو الخدمات عند إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد أو غيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة المختلفة، وذلك عن طريق استعمال كافة الوسائل المناسبة لتحقيق هذا الهدف، ولكن في نفس الوقت غير ملزم باتباع المستهلك الإلكتروني لنصائحه ولمعلوماته والتقيد بها، كل ذلك من أجل حماية إرادة المستهلك الإلكتروني وتحقيق الرضاء الحر والمستتير قبل وأثناء عملية إبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد أو عبر الوسائل الإلكترونية الأخرى المختلفة.

### المطلب الثالث. انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية

#### الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في العدول

مما لا شك فيه أن الحق في العدول أو الرجوع من الحقوق الأساسية للمستهلك المستقرة في كل التشريعات المقارنة، ويقصد به حق المستهلك في طلب استبدال سلعة أو إعادتها مع استرداد قيمتها، مادام تم ذلك في فترة الضمان المنصوص عليها أو التي تم الاتفاق عليها في العقد المبرم، ويأتي هذه الحق في ضوء التزام المورد أو

<sup>١</sup> - انظر المادة 12 - L.121 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية.

المهني بضمان سلامة المنتج محل التعاقد وفي نفس حرية المستهلك في الرجوع عن الشيء المبوع خلال المدة المحددة. ولكن الأمر بالنسبة للحق في العدول للمستهلك الإلكتروني أو عن بعد يختلف عن حق في العدول للمستهلك التقليدي حيث أن السياسة التشريعية المعاصرة تتبنى الاتجاه الموسع حيث يوفر المشرع للمستهلك الإلكتروني حماية أوسع من المستهلك التقليدي، وذلك عن طريق امتداد هذا الحق ليشمل الحق في العدول ورد السلعة دون شرط وجود عيب بها، ودون تحمل مصاريف ردها، استنادا إلى أن المستهلك الإلكتروني يقوم بإبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد لم يعاين السلعة قبل شرائها، علاوة على ذلك فإن طبيعة التعاقد المختلفة في مجال التسويق الإلكتروني أو بعد تجعل إرادة المستهلك الإلكتروني غير واعية ولا مستنيرة بالشكل الكامل مثل التسوق التقليدي التي يتاح فيه للمستهلك التقليدي القدرة على الإلمام الكافي بكافة المعلومات والبيانات وذلك عن طريق المعاينة الواقعية للشيء محل التعاقد.

وتأكيدا على ذلك فقد تطورت السياسة التشريعية المصرية في توفير الحماية للمستهلك في الحق في العدول بطريقة أوسع مما كانت عليه في السابق، فنجد أن المشرع المصري في بادئ الأمر قد نص في المادة ٨ من قانون حماية المستهلك الملغي رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه يخول للمستهلك الحق في طلب استبدال أية سلعة أو إعادتها مع استرداد قيمتها خلال أربعة عشر يوماً من تسليمها إذا شابها عيب أو كانت غير مطابقه للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله وذلك دون الإخلال بأية ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك وما يحدده جهاز حماية المستهلك من مدد أقل بالنظر إلى طبيعة السلعة<sup>(١)</sup>. وتطبيقاً على ذلك فقد

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٨ من القانون المصري لحماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والتي تم إلغائها وحل محله قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

قضت محكمة النقض المصرية بأنه "الشركة التي يديرها الطاعن تضمن السيارة محل الاتهام لمدة ثلاث سنوات أو قطعها خمسين ألف كيلو متر أيهما أقرب لتاريخ بيعها إياها - على السياق المتقدم - وهو الأمر الذي لا يمارى فيه الطاعن وأن المدعية بالحق المدني قدمت شكواها في فترة الضمان الاتفاقي، فإن النعي عليه في هذه الشأن لا يكون له محل" (١)، حيث اشترط المشرع المصري في قانون حماية المستهلك القديم لاستعمال الحق في العدول وجود عيب في السلعة أو عدم مطابقتها للمواصفات أو الغرض الذي من أجله تم التعاقد.

وتأسيسا على ذلك نستطيع القول بأن موقف المشرع المصري في قانون حماية المستهلك القديم كان محل انتقاد، وذلك لأن المشرع المصري قد قيد حق المستهلك في العدول بوجود مبررات مقبولة وفي حالات محددة وهي وجود عيب في السلعة، أو إذا كانت السلعة غير مطابقة للمواصفات، أو غير مطابقة للغرض الذي تم من أجله التعاقد عليها، وذلك على خلاف التشريع الفرنسي وأغلب التشريعات المقارنة التي جعلت حق المستهلك في العدول من الحقوق المطلقة التي يحق فيها للمستهلك العدول دون ذكر أية مبررات. وبناء على ذلك فقد تلافي المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ تلك الانتقادات حيث نص على حق المستهلك في العدول واستبدال السلعة أو العدول مع إعادة السلعة واسترداد قيمتها، دون ذكر أي مبررات ودون تحمل أي نفقات وذلك خلال مدة أربعة عشر يوما من تاريخ تسلمها<sup>(٢)</sup>. وتمتد هذه المدة في حالة وجود عيب في السلعة محل التعاقد أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو للغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله، لتصبح

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصري، المحكمة الاقتصادية، الطعن رقم ٢٠١ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٤ مايو ٢٠١١.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ١٧ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٣٧ (تابع)، والصادرة في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

المدة ثلاثين يوماً<sup>(١)</sup>. وبالرغم من وجاهة هذه التعديلات التي أدخلها المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد إلا أنه مازال نص هذه المادة محل انتقاد حيث أن من البديهي مادام السلعة أو المنتج في حالة عيب أو نقص وجب إرجاعها أو استبدالها مادام كان ذلك في فترة ضمان هذه المنتج.

علاوة على ذلك فقد نص المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد على حماية المستهلك من النص في العقد على إلغاء الحق في العدول، بحيث يقع باطلاً كل شرط يرد في عقد ينص على تخفيض أو عدم الالتزام بالحق في العدول للمستهلك. وقد نص المشرع المصري على أنه يستثني من تطبيق حق المستهلك في العدول في الأحوال التالية:

١. حالة ما إذا كانت طبيعة السلعة أو خصائصها أو طريقة تعبئتها أو تغليفها تحول دون استبدالها أو ردها، أو يستحيل معه إعادتها إلى الحالة التي كانت عليه عند التعاقد، ففي هذه الحالة لا يجوز للمستهلك التمسك بالحق في العدول ويرجع ذلك إلى طبيعة السلعة أو خصائصها أو طريقة تعبئتها أو تغليفها تحول دون استبدالها أو يستحيل معها إعادتها إلى حالتها الأولى التي كانت عليها وقت إبرام التعاقد.
٢. حالة ما إذا كانت السلعة من السلع الاستهلاكية القابلة للتلف السريع، ففي هذه الحالة لا يجوز للمستهلك المطالبة بالحق في العدول لهذا النوع من السلع الاستهلاكية القابلة للتلف السريع لأن في ذلك إضرار للمورد أو المهني.
٣. حالة ما إذا لم تكن السلعة بذات الحالة التي كانت عليها وقت البيع لسبب يرجع إلى المستهلك، ففي هذه الحالة نظراً لتصرفات المستهلك على السلعة أصبحت معه إرجاع السلعة إلى حالتها الأولى التي كانت عليها وقت إبرام التعاقد مستحيله، وبالتالي لا يجوز له الاستفادة بالحق في العدول.

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٢١ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٤. حالة ما إذا كانت من السلع التي صنعت بوصفات خاصة يحددها المستهلك، وكانت هذه السلعة مطابقة لهذه المواصفات الخاصة التي طلبها المستهلك، ففي هذه الحالة لا يجوز له العدول عن الشيء المبوع مادام قد تم صنعه بوصفات خاصة قد حددها المستهلك، وذلك استناداً لقاعدة لا ضرر ولا ضرار.

٥. الكتب والصحف والمجلات، والبرامج المعلوماتية وما يماثلها، وذلك لا طبيعية هذه المنتجات الدورية الإصدار مما يصعب معه على المورد أو المهني قبول هذه السلع مره أخرى من المستهلك.

وبالإضافة إلى ما سبق فقد نص المشرع المصري على بعض المميزات الخاصة للمستهلك الإلكتروني في استعمال حقه في العدول، وهي بأن يلتزم المورد برد المبلغ المدفوع للمستهلك بذات طريقة دفعه في حالة العدول، ما لم يتفق على طريقة أخرى للرد، وذلك خلال مدة سبعة أيام من تاريخ إعادة السلعة، أما بالنسبة للخدمات فيتم الرد من تاريخ التعاقد عليها. ويتحمل المستهلك نفقات الشحن وإعادة المنتج، ما لم ينص في العقد على خلاف ذلك. أما في حالة تأخر المورد في تسليم المنتج في التاريخ المتفق عليه، أو لم يسلمه خلال ثلاثين يوماً، يحق للمستهلك العدول عن التعاقد دون أن يلتزم بأي نفقات وذلك خلال أربعة عشر يوماً من تاريخ التأخير أو من تاريخ التسليم أيهما أطول على أن يلتزم المستهلك بأخطار المورد بذلك<sup>(١)</sup>. وفي هذه الحالة يلتزم المورد برد المبلغ المدفوع من المستهلك فور إخطاره بالعدول عن التعاقد، ويتحمل المورد في هذه الحالة كافة مصاريف ونفقات إعادة الشحن ومصاريف التسليم.

ويقصد بالعييب الذي يلحق بالسلعة وفقاً لما نص عليه قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ على أنه كل نقص في قيمة أي من المنتجات أو

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٤٠ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

نفعها بحسب الغاية المقصودة منها، بحيث يؤدي ذلك النقص إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بهذه المنتجات وبما أعدت من أجله، علاوة على ذلك يشمل العيب كل نقص ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب في وقوع هذا النقص<sup>(١)</sup>، وهذا العيب يسمح للمستهلك باستعمال حقه في العدول حتي بعد انتهاء المدة أربعة عشر يوماً، بحيث تمتد المدة لتصبح ثلاثون يوماً.

وبناء على ما سبق فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن الحكم الصادر بالإدانة في جريمة الامتناع عن إبدال سلعة مشوبة بعيب، حيث يجب بيان النقص في قيمة المنتجات أو نفعها حسب الغاية المقصودة والذي أدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، كذلك توضيح ماهية هذا العيب الذي شاب السلعة وأدى لعدم مطابقتها للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله وامتناع المورد عن إبدال السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية<sup>(٢)</sup>. ويأتي هذا الموقف من محكمة النقض المصرية تطبيقاً لما نصت عليه المادة ٣١٠ من قانون الإجراءات الجنائية المصري حيث أوجب المشرع أن يشتمل كل حكم بالإدانة على بيان الواقعة المستوجبة للعقوبة بياناً تتحقق به أركان الجريمة والظروف التي وقعت فيها، والأدلة التي استخلصت منها المحكمة الإدانة، حتى

<sup>١</sup> - أنظر اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الملغي رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والصادرة بقرار وزير التجارة والصناعة رقم ٨٨٦ لسنة ٢٠٠٦. وكذلك الفقرة السابعة من المادة الأولى تعريفات من القانون المصري لحماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨. وانظر كذلك: محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

يتضح وجه استدلاله بها وسلامة مأخذها تمكيناً لمحكمة النقض من مراقبة صحة التطبيق القانوني على الواقعة كما صار إثباتها بالحكم وإلا كان قاصراً. وتطبيقاً على ذلك فقد دعا الاتحاد الدولي للنقل الجوي (أياتا) حكومات الدول إلي تبني قرارات عند تطبيق نظم حماية المستهلك أبرزها حق الركاب في إعادة الحجز أو استرداد ثمن التذكرة أو المطالبة بتعويض في حالة إلغاء الرحلة.

وتأسيساً على ما سبق فقد نص المشرع المصري في القانون الجديد لحماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ في المواد ١، ١٨، ٦٣، ٦٤ على أن اعتبار أخلال المورد بحق المستهلك في الرجوع يشكل جنحة على المورد بصفته وذلك في حالة ما إذا لم يلتزم بوضع بيان يتضمن حقوق المستهلك في الاستبدال والاسترجاع المعتمدة من جهاز حماية المستهلك، والمنصوص عليها في قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية في مكان ظاهر داخل أماكن عرضه المنتجات أو بيعها. وكذلك وفي حالة بيع المورد المنتجات على شرط مخالف للعرف التجاري، أو شرط بيع كمية معينة، أو ربط البيع بشراء منتجات أخرى، أو غير ذلك من الشروط<sup>(١)</sup> التي من شأنها الإخلال بالالتزام بحق المستهلك في العدول واعتبار هذا الفعل الاجرامي يشكل جنحة معاقب عليها بالغرامة المالية التي لا تقل عن عشرة آلاف جنية ولا تجاوز خمسمائة ألف جنية أو مثل قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، علاوة على ذلك للمحكمة أن تحكم بعقوبة تكميلية بغلق مركز الخدمة والصيانة المخالف لمدة لا تجاوز ستة أشهر. بالإضافة إلى ذلك تشكل الواقعة جنحة في حالة رفض المورد استبدال السلعة أو استرجاعها مع رد قيمتها دون أي تكاليف إضافية على المستهلك خلال ثلاثين يوماً، وذلك في حالة السلعة المعيبة أو غير المطابقة للمواصفات أو للغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله، وذلك دون الأخلال بأي ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل

<sup>١</sup> - موسوعة النيابة، قيود وأوصاف الجنح، القيود والأوصاف حماية المستهلك، ق ١٨١ لسنة ٢٠١٨.



للمستهلك أو ما يحدده جهاز حماية المستهلك من مدد أقل بالنظر لطبيعة السلعة<sup>(١)</sup>. كذلك يعتبر الفعل جريمة تشكل معه جنحة معاقب عليها بالنسبة للمورد الذي اتم التعاقد عن بعد ولم يتيح للمستهلك تصحيح طلبه أو تعديله خلال سبعة أيام عمل من القبول ما لم يتفق الطرفان على مدة أطول.

واستثناء من القواعد السابقة المتعلقة بحق المستهلك في العدول، فقد نص المشرع المصري على أنه يسقط حق المستهلك في العدول عن التعاقد وفقاً للقواعد المنصوص عليها سابقاً في حالة توافر حالة من الحالات التي نص عليها المشرع المصري على سبيل الحصر وهي على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

١. حالة إذا قام المستهلك بالانتفاع الكلي بالخدمة قبل انقضاء المدة المقررة لاستعمال الحق في العدول. هذه الاستثناء طبيعي ومنطقي بحيث إذا ما تم انتفاع المستهلك بالخدمة بالكامل فهذا دليل على أن الخدمة كانت مقبولة للمستهلك وبالتالي لا يستطيع التمسك في هذه الحالة بالحق في العدول.
٢. حالة ما إذا كان الاتفاق بين المستهلك والمورد يتعلق بصنع السلعة وفقاً للمواصفات والشروط الخاصة بالمستهلك، ففي هذه الحالة راع المشرع حماية مصالح المورد باعتباره قد قام بتنفيذ شروط التعاقد الخاصة بالمستهلك بالنسبة لمواصفات وشروط المنتج وبالتالي في حالة عدول المستهلك سوف يترتب عليه أضرار للمورد الملتزم بتنفيذ شروط التعاقد الخاصة، ولذلك فقد ارتأى المشرع في هذه الحالة عدم الالتزام بحق المستهلك في العدول في ضوء تطبيق قاعدة لا ضرر ولا ضرار.

<sup>١</sup> - تقيد الأوراق جنحة بالمواد ١، ٢١، ٦٣، ٦٤، من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ٤١ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٣. حالة ما إذا كان الاتفاق بين المستهلك والمورد يتناول أشرطه فيديو أو أسطوانات أو أقراصاً مدمجة أو برامج معلوماتية أو مطبوعات أزال المستهلك غلافها، فطبيعة هذه المنتجات الخاصة تجعلها من المنطق عدم استرجاعها بعد استخدامها حيث قام المستهلك بالاستفادة من هذه المنتجات أو الخدمات وبالتالي تحقق الغرض من علمية إبرام التعاقد.
٤. حالة ما إذا كان العيب في السلعة يرجع إلى سوء الحيازة من قبل المستهلك، أي أن العيب ناتج عن سوء حيازة المستهلك للسلعة محل التعاقد وبالمخالفة للشروط المنصوص عليها في كيفية استعمالها أو استخدامها، وبالتالي ليس من حق المستهلك أن يستفيد من سوء استخدامه أو حيازته للسلع محل التعاقد بإرجاعها وذلك وفقاً للقاعدة المستقرة لا ضرر ولا ضرار.
٥. حالة ما إذا كان طلب العدول يتعارض مع طبيعة المنتج محل التعاقد، أو يخالف العرف التجاري السائد، أو يعد نوع من التعسف في استعمال الحق في العدول من قبل المستهلك، وفي ذلك يطبق المشرع المصري للقواعد المستقرة في هذا الشأن.
٦. حالة ما إذا كانت السلعة تعد من الحلي والمجوهرات وما في حكمها، باعتبار أن هذه السلع يقوم المستهلك بشرائها بعد فحصها بطريقة واضحة ومستتيره قبل إبرام التعاقد، وبالتالي لا يجوز له في هذه الحالة التمسك بالحق في العدول. وأن كانت هذه الحالة تثير إشكالية في حالة ما تمت عملية البيع عن بعد أو عبر مواقع الإلكترونية، وفوجئ المستهلك الإلكتروني بأن السلعة محل التعاقد تختلف في المواصفات عن السلعة المرسلة، ففي هذه الحالة يحق له استرجاع هذه السلع حتى ولو كانت من الحلي والمجوهرات.
٧. حالة ما إذا كانت محل التعاقد بضائع تتعلق بالملابس الداخلية وفساتين الزفاف إذا ما تمت إزالة أغلفتها، ويرجع ذلك نظراً لطبيعة هذه المنتجات التي تتميز

بالخصوصية وبالتالي في حالة استخدامها من قبل المستهلك، تصبح معه غير قابله لإعادة البيع مرة أخرى في المستقبل.

٨. حالة ما إذا كانت محل التعاقد الكتب والصحف والمجلات، والبرامج المعلوماتية وما يماثلها<sup>(١)</sup>، حيث أن هذه المنتجات تتميز بالدورية وبمجرد الاطلاع عليه تحقق معه الغرض من الاستهلاك وبالتالي لا يحق للمستهلك التمسك بالحق في العدول.

أما بالنسبة لموقف المشرع الأوروبي من الحق في العدول فنجد أنه قد تبني الاتجاه الموسع في الحق في العدول للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، بحيث يشمل تطبيق هذا الحق على كافة العقود المبرمة عبر الإنترنت أو عن بعد سواء كانت تتعلق بالسلع أو الخدمات، وقد استثنى من تطبيق هذا الحق حالات قليلة في العقود، مثال على ذلك عقود بيع العقارات، وعقود توريد المنتجات المصنعة حسب مواصفات ورغبات المستهلك الخاصة، وكذلك لا يحق للمستهلك العدول في العقود المتصلة بأداء الخدمات التي تم البدء في تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل نهاية مدة العدول وهي سبعة أيام<sup>(٢)</sup>.

وبناء على ذلك التوجه من المشرع الأوروبي فقد تبني المشرع الفرنسي الاتجاه الموسع في تطبيق حق العدول للمستهلك الإلكتروني، وذلك نظراً لطبيعة عقود الاستهلاك الإلكترونية أو عن بعد، علاوة على اتباع المشرع الفرنسي نهج سياسة الحماية الواسعة

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٣ من اللائحة التنفيذية المصرية المتعلقة بقانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٨٢٢ لسنة ٢٠١٩، والمنشورة في الجريدة الرسمية العدد ١٣ مكرر (أ)، والصادرة في أول أبريل ٢٠١٩، ص ٢.

<sup>٢</sup> - أنظر التوجيه الأوروبي رقم ٧ لسنة ١٩٩٧ فيما يتعلق بالحق في العدول خلال سبعة أيام في مجال بيع السلع والخدمات يبدأ من تاريخ تسليمها للمستهلك، والمعدل بموجب التوجيه رقم ٢١٦١ لسنة ٢٠١٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والخاصة للمستهلك الإلكتروني أو عن بعد، وقد نصت المادة 20 - L.121 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية على أنه يستثنى من تطبيق الحق في العدول للمستهلك العقود التالية:

- أ. عقود توريد الصحف والدوريات والمجلات.
- ب. عقود توريد السلع والخدمات التي يتحدد أثمانها وفقاً لتقلبات السوق.
- ت. عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها حسب مواصفات ورغبات المستهلك الخاصة.
- ث. عقود توريد التسجيلات السمعية أو البصرية أو برامج المعلوماتية بعد أن تكون قد تم فتحها واستخدامها من قبل المستهلك.
- ج. عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول وذلك بالاتفاق مع المستهلك.
- ح. عقود خدمات الرهان واليانصيب المصرح بها.
- خ. عقود توريد مواد الاستهلاك العادي من قبل موزعين يقومون بذلك بشكل متكرر ومنتظم بأرسال هذه المواد إلى مكان عمل أو سكن المستهلك<sup>(١)</sup>.
- د. عقود تقديم خدمات النقل أو الإيواء أو الترفيه أو الإطعام في فترات محددة أو في تواريخ معينة مسبقاً.

وقد حدد المشرع الفرنسي كقاعدة عامة مدة سبعة أيام لاستعمال المستهلك لحقه في العدول، بحيث تسري هذه المدة بداية من تاريخ الاستلام للسلع، أما بالنسبة للخدمات فتسري المدة من تاريخ تأدية الخدمة للمستهلك، فإذا انتهت مدة سبعة أيام في يوم السبت أو الأحد أو يوم عطلة، فتتمدد إلى أول يوم عمل يليه، وفي ذلك تحقيقاً لمصلحة المستهلك في الاستفادة من الحق في العدول. واستثناءً مما سبق فقد نص المشرع الفرنسي على إنه إذا أخل المهني بالتزاماته المتعلق بالإعلام والتبصر بعد

<sup>١</sup> - أنظر المادة 4 - 20 - L.121 من مدونة حماية المستهلك الفرنسي.

التعاقد والمنصوص عليها في المادة 19 - L.121 من مدونة حماية المستهلك والتي سبق تناوله في المطلب الأول، فإن مدة استعمال الحق في العدول تصبح ثلاثة أشهر بدلاً من أربعة عشر يوماً، فإذا قام المهني بالإعلام بهذه المعلومات خلال الثلاثة أشهر من تاريخ استلام السلع أو من تاريخ تأدية الخدمة فإن مدة سبعة أيام تصبح هي السارية لتحسب من جديد لاستعمال حق العدول في هذه الحالة.

أما بالنسبة للمستهلك الإلكتروني أو عن بعد فتمتد هذه المدة المسموح فيها استعمال الحق في العدول لتصبح أربعة عشر يوماً بدلاً من مدة السبعة أيام للمستهلك العادي، دون حاجة إلى ذكر أي مبرر لاستعمال الحق في العدول وذلك من تاريخ إبرام العقد عن بعد، أو من التاريخ الذي تلقي فيه المستهلك المعلومات وشروط التعاقد<sup>(١)</sup>. وهذا التوجه من المشرع الفرنسي محمود، حيث أنه قد فرق بين مدة حق المستهلك الإلكتروني في استعماله للعدول عن إبرام التعاقد، عن المستهلك التقليدي، فتوسع في المدة الزمنية الممنوحة للمستهلك الإلكتروني وجعلها أربعة عشر يوماً بدلاً من مدة السبعة أيام، وذلك للطبيعة الخاصة للعقود المبرم عبر الوسائل الإلكترونية أو عن بعد. واستثناءً من ذلك فقد نص المشرع الفرنسي على أنه لا يتم تطبيق الحق في العدول على عقود معينة حدده المشرع على سبيل الحصر وهي على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

أ. عقود توريد الأدوات المالية والمنصوص عليها في المادة 1 - L.211 من القانون النقدي والمالي، وكذلك عقود خدمات استلام وتحويل وتنفيذ الأوامر لحساب طرف ثالثة والمنصوص عليها في المادة ٣٢١ - ١ من نفس القانون.

ب. حالة العقود التي يتم تنفيذها بالكامل قبل أن يمارس المستهلك حقه في العدول.

<sup>١</sup> - أنظر المادة 7 - L.222 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمعدلة بالقانون رقم ٢٠٣ لسنة ٢٠١٧، والصادر في ٢١ فبراير ٢٠١٧، في المادة ٧ من هذا التعديل.

<sup>٢</sup> - انظر المواد من 10 - L.122 إلى المادة 11 - L. 122 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمعدلة بموجب القانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ت. عقود الائتمان العقاري، وعقود الرهن العقاري.

ث. عقود التايم شير أو المشاركة بالوقت في استخدام السلع، وعقود إعادة البيع وعقود التبادل.

وتأسيساً على ما سبق نستطيع القول بأن حق المستهلك في العدول يعتبر حق مطلق من ناحية ويعني ذلك عدم التزام المستهلك بذكر أية مبررات من أجل استعماله لهذا الحق، ولكن نسبي من ناحية ثانية ويعني بذلك إلا يؤدي استعمال المستهلك للسلعة إلى إتلافها أو جعلها غير ملائمة للاستخدام اللاحق على العدول. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة باريس الغرفة الأولى بأن الحق في العدول حق مطلق ونسبي للمستهلك، في ضوء حق المستهلك في تجربة السلعة محل التعاقد، وكذلك استعمالها ولكن بشرط إلا يؤدي هذا الاستعمال إلى إتلافها أو جعلها غير ملائمة للاستخدام اللاحق. كذلك فقد قضت المحكمة ببطلان أي شرط في العقد المبرم ينص على أنه لا يطبق شرط العدول في حالة ما إذا تم استعمال أو تجربة السلعة لدقائق معدودة<sup>(١)</sup> أي وقت قليل لا يسمح للمستهلك بالتعرف الدقيق على المنتج وتجربته.

وقد سار المشرع المغربي على نفس التوجه الذي اتبعه المشرع الفرنسي في تنظيم الحق في العدول للمستهلك وذلك في المواد من ٣٦ إلى ٤٢ من قانون تدابير حماية المستهلك المغربي، حيث نص على نفس المدة لاستعمال المستهلك حقه في العدول المنصوص عليها في التشريع الفرنسي وهي سبعة أيام، والاستثناء عليها في حالة عدم التزام المورد بالإعلام والتبصير للمستهلك لتصبح المدة هي ثلاثين يوماً. وكذلك

<sup>١</sup> - Luc GRYNBAUM Philippe Stroffel - Munk, Contrats et responsabilité, communication commerce électronique, 7<sup>e</sup> année, n°3, Mars 2005, Paris, p. 34.

الاستثناءات المتعلقة بالعقود التي لا يسري عليها حق المستهلك في العدول والمحددة على سبيل الحصر في المادة ٣٨ من نفس القانون، ما لم ينص على ذلك (١). وينص المشرع المغربي على أنه في حالة ما إذا رفض المورد إرجاع المبالغ إلى المستهلك المستعمل لحقه في العدول يعاقب بالغرامة المالية التي لا تقل عن ١٢٠٠ درهم ولا تزيد عن ٥٠,٠٠٠ درهم، وفي حالة العود وذلك بأن يرتكب المورد جريمة مماثلة خلال خمسة سنوات من تاريخ صدور حكم حائز على قوة الشيء المقضي به، ففي هذه الحالة يتم تشديد العقوبة لتصبح ضعف عقوبة الغرامة السابقة (٢).

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري فنجد أن قد سار على نفس نهج المشرع الفرنسي والمصري والمغربي في حماية حق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في استعمال حقه في العدول، وذلك باعتباره أحد الآليات السياسة التشريعية الحديثة التي توفر من خلاله حماية فعالة للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية أو عن بعد أو غيرها من وسائل التسوق التكنولوجية المختلفة. وتطبيقاً على ذلك فقد نص المشرع القطري في المادة ٥٧ من قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية على ضوابط لاستعمال المستهلك الإلكتروني لحق في العدول وبناء على ذلك الحق في فسخ العقد أو إنهائه خلال ثلاثة أيام من تاريخ إبرام العقد، وهي على النحو التالي (٣):

١ - أنظر المواد من ٣٦ إلى ٤٢ من القانون المغربي رقم ٠٨ - ٣١ المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك، والصادر بالظهير الشريف رقم ٠٣ - ١١ - ١، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢، في تاريخ ٧ أبريل ٢٠١١، ص ١٠٧٢.

٢ - أنظر المواد ١٧٨، ٣٧، ٤٠ من القانون المغربي المتعلق بتدابير حماية المستهلك رقم ٠٨ - ٣١ لسنة ٢٠١١.

٣ - أنظر المادة ٥٧ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩، والصادرة بتاريخ ٢٨ سبتمبر ٢٠١٠، ص ١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

١. الضابط الأول. حالة إذا لم يقوم مقدم الخدمة بتنفيذ العقد تنفيذاً كاملاً بصورة تحقق الغرض من إبرام العقد، وذلك خلال المدة المنصوص عليها في العقد، ففي هذه الحالة يحق للمستهلك الإلكتروني العدول عن إبرام العقد وفسخه.

٢. الضابط الثاني. حالة إذا لم يكن المستهلك قد قام باستخدام المنتجات أو البضائع التي تسلمها أو حصل منها على أي منفعة أو قيمة مادية، وهذا ضابط منطقي ويتفق مع القواعد المستقرة التي تتعلق بمبدأ لا ضرر ولا ضرار، فإذا ما قام المستهلك باستخدام المنتج أو حصل على منفعة من المنتجات فهي إذا صالحة وجيدة وبالتالي لا يستقيم معه بعد ذلك المطالب بالحق في العدول عن العقد المبرم.

٣. الضابط الثالث. يتعلق بوجود اتفاق بين المستهلك الإلكتروني ومزود الخدمة في العقود التي تم إبرامها بواسطة الاتصالات والوسائل الإلكترونية على عدم أحقية المستهلك الإلكتروني في استعمال الحق في العدول عن العقد المبرم بفسخه أو إنهائه، ولكن هذا الضابط محل انتقاد ويتعارض مع هو مستقر عليه في أغلب التشريعات المقارنة التي تعتبر هذا الشرط من الشروط الباطلة باعتباره يقلل أو يلغي حق من الحقوق المستقرة في القوانين لحماية المستهلك، وبالتالي يجب على المشرع القطري التدخل بتعديل هذه المادة والنص على أنه يقع باطلاً كل شرط يقلل أو يلغي حق من حقوق المستهلك، وخاصة حقة في العدول.

بالإضافة إلى ما سبق فقد نص المشرع القطري في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية على أنه يجوز للمستهلك الإلكتروني العدول وانتهاء العقد مع مقدم الخدمة، وذلك في حالة ما تم التأخير في تسليم أو تنفيذ العقد لمدة تزيد عن ثلاثين يوماً، واسترداد أي مبالغ قام بدفعها المستهلك بمقتضى العقد مقابل المنتجات أو البضائع أو الخدمات، أو غيرها من التزامات العقد الأخرى المتأثرة بهذا التأخير. وفي حالة ما تم إرسال مقدم الخدمة البضائع أو خدمات لم يطلبها المستهلك عن طريق الخطأ، لا



يلتزم المستهلك بدفع مقابل هذه المنتجات أو البضائع أو الخدمات، وكذلك لا يلتزم بدفع تكلفة إعادتها. وفي جميع الأحوال يلتزم مقدم الخدمة بإخطار المستهلك بأي تأخير أو صعوبات أخرى يواجهها، يكون لها تأثير جوهري على تنفيذ العقد المبرم<sup>(١)</sup> وذلك التوجه من المشرع القطري محمود ويساير الاتجاه الحديث الموسع في آليات حماية حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في ظل عمليات التسوق الإلكتروني والتي يتم من خلالها إرسال السلع أو الخدمات دون أن يطلبها المستهلك.

#### **المطلب الرابع. انعكاسات السياسة التشريعية على الحماية الجنائية لحق المستهلك الإلكتروني في خصوصية البيانات الشخصية**

في واقع الأمر أن المعاملات الإلكترونية بدءاً من التعاملات الإلكترونية من خلال التسوق عبر الانترنت أو عبر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات التسوق الإلكتروني عبر الهاتف الخليوي وغيرها من الوسائل التكنولوجية المختلفة، كل هذه الوسائل والأدوات قد وفرت السهولة والحرية في إدارة الحياة والعمل من أي مكان وفي أي وقت. لكن تلك الوسيلة التكنولوجية من وسائل الراحة لم تكن دون مقابل، ففي نفس الوقت استغل المجرمون هذه التقنيات الحديثة من أجل ارتكاب أشكال متطورة من جرائم السرقة والخداع والاحتيال والتضليل الإلكتروني والتي تتزايد باستمرار. حيث يحاول المجرمين من المهاجمين الذين يتخفون تحت غطاء المواقع الإلكترونية المشروعة الوصول إلى المعلومات والبيانات الشخصية والمالية والصحية للمستهلكين. وبالتالي فإن غياب الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلكين ضد تلك

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٥٨ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الاختراقات يجعلها تمثل تهديداً محتملاً لتدمير علاقات العملاء وسمعة الشركات التجارية الإلكترونية، ومثال على ذلك تلك الأساليب المتعددة التي يستخدمها المجرمين لسرقة معلومات وبيانات الحساب البنكي للمستخدم والشائعة في هذه الفترة المعاصرة عن طريق اختراق حسابات والصفحات الإلكترونية للمستهلكين. وفي مقابل ذلك سعت الشركات التجارية الإلكترونية إلى استحداث أساليب وسائل متطورة من أجل حماية اتصالاتها عبر الانترنت وتعزيز أدوات الأمن السيبراني للبيانات والمعلومات. إضافة إلى ذلك تسعى السياسة التشريعية المعاصرة إلى معالجة هذه الجوانب الموجودة في أساليب الأمن والتحقق من الهوية من أجل منع هجمات التصيد والاحتيال الإلكتروني التي يجري من خلالها اعتراض البيانات والمعلومات وبالتالي الإضرار بالمعاملات التجارية الإلكترونية<sup>(١)</sup> وانتهاك لحق المستهلك الإلكتروني في خصوصية بياناته الشخصية.

ونظراً لما تمثله الخصوصية في العالم الرقمي من تحدياً كبيراً للحكومات والمنشآت والأفراد وذلك لعدم توافر القوانين الكافية والمحدثة التي تحدد حقوق وواجبات الأطراف المختلفة بما فيهم المستخدمين والمستهلكين للمنتجات والخدمات الرقمية. علاوة على ذلك فإن المعلومات والبيانات الشخصية وحمايتها تعتبر من أكثر النقاط أهمية وتثير العديد من الإشكاليات في الأوساط المعنية في الدول الغربية والعربية. فعلى سبيل

---

(١) - لكن ما يدعو للدهشة هو التزايد والتطور الذي حدث مؤخراً في أساليب السرقة حيث شهد عام ٢٠٠٣ ظهور حوالي ٢٠ حضان طروادة فقط جميعها تستهدف الخدمات المالية ومعظمها موجهة للقدرات الوظيفية الأساسية. بعدها بعامين ونصف تزايد عدد هذه البرمجيات الخبيثة إلى ما يقرب من ٢٠٠٠ نوع مختلف. وتأكيداً لذلك فقد صرحت شركة Panda لمكافحة الفيروسات أن العدد الإجمالي لعينات البرمجيات الخبيثة في قاعدة بياناتها وصل ٤٠ مليون نوع مع نهاية عام ٢٠٠٩ تم ارتفاع العدد أن بحلول عام ٢٠١٠ وفي الأعوام التالية خاصة في فترة جائحة فيروس كورونا المستجد منذ عام ٢٠٢٠ حتى الآن، حيث أن عدد هذه النوعية من الجرائم يتزايد بشكل غير عادي.

المثال أدى انتشار استخدام الإنترنت وزيادة الاعتماد عليه في كثير من شؤون الحياة وانتشار التجارة الإلكترونية كوسيلة لبيع وشراء السلع والخدمات وكذلك سهولة جمع وتبادل المعلومات إلى ظهور فرص حقيقية للاستفادة من الكم الهائل من المعلومات عن المستخدمين والمستهلكين لتحليل أنماط استخدامهم واستهلاكهم والاستفادة منها في تصميم الحملات التسويقية الموجهة حتى باتت هذه المعلومات والبيانات الشخصية سلعة تباع وتشتري وبأثمان باهظة مما يطرح تحدياً مهماً وهو من يحمي المستهلكين من الاستخدام الخاطئ لمعلوماتهم وبياناتهم الشخصية. ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، فمع توسع تطبيقات العالم الرقمي ودخولها قطاعات أخرى، كقطاع الصحة مثلاً والتوجه نحو تطبيق الصحة الإلكترونية في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد- ١٩)، واعتماد جواز السفر الصحي الموحد وكذلك الملف الصحي الرقمي الموحد الذي يحتوي على كافة التفاصيل الصحية عن المريض وتاريخه المرضي واللقاحات التي حصل عليها تصبح مسألة حماية المعلومات والبيانات الشخصية أكثر جدية وخطورة. وهذا الأمر ينطبق أيضاً على قطاع التعليم وحماية معلومات وبيانات الطلاب وسجلاتهم الأكاديمية، وكذلك القطاع المصرفي وحماية البيانات المالية الشخصية للمستهلك في ظل سعي البنوك والقطاع المصرفي إلى تفعيل الخدمات البنكية والمصرفية عبر الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية على الهواتف الخلوية.

وانطلاقاً مما سبق نستطيع القول بأن حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك أثناء التسوق والمعاملات الإلكترونية تثير العديد من الإشكاليات القانونية بشأن توفير الحماية القانونية للمستهلك أثناء عملية التعاقد الإلكتروني وكذلك عقب عمليات الشراء والبيع للسلع والخدمات عبر وسائل التعاقد عن بعد، ومثال على ذلك استخدام الإنترنت أو التطبيقات الإلكترونية أو غيرها من الصور الحديثة التي يتم من خلالها التعاملات للتجارة الإلكترونية ومن أهم هذه المشكلات تلك المتعلقة بحمايتهم من

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

إطلاع الغير على بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية<sup>(١)</sup> التي يقدمها المستهلك الإلكتروني أو عن بعد قبل أو أثناء عملية إبرام العقد، حيث يقوم المستهلك الإلكتروني بإرسال بياناته ومعلوماته الشخصية من الاسم والعنوان ورقم الهوية أو البطاقة الشخصية ورقم البطاقة الائتمانية، وفي بعض الحالات رقم جواز السفر، وغيرها من المعلومات والبيانات الشخصية التي تحميها قوانين حماية البيانات الشخصية في الدول<sup>(٢)</sup> إلى المهني أو مزود الخدمة من أجل إبرام التعاقد عبر الوسائل الإلكترونية أو عن بعد. بالإضافة إلى ما سبق تثير مشكلة الوصول إلى البيانات الشخصية للمستهلك عن طريق تتبع استخدامه للإنترنت للكشف عن رغباته العديد من الإشكاليات القانونية المتعلقة بحماية خصوصية المستهلك الإلكتروني، وبناء على ما سبق نستطيع القول أن المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في حاجة للحماية القانونية لبياناته ومعلوماته الشخصية، التي قد يسيء استخدامها بعض التجار عن طريق أخذ البيانات الشخصية مثل الاسم والعناوين الإلكترونية عبر الإنترنت لإغراق المستخدمين

---

(١) - Office fédéral de la justice, le nouveau media interroge le droit, rapport d'un groupe intermentale sur des questions relevant du droit pénal, du droit de la protection des données et du droit d'auteur suscité par Internet, Berne, mai 1996. Voir cet article sur le site: [www.ofg.admin.ch](http://www.ofg.admin.ch)

انظر في هذا الصدد البحث المقدم من د. محمد أبو العلا عقيدة، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، ندوة مركز بحوث الشرطة بأكاديمية الشرطة حول المردودات الأمنية لنظام التجارة الإلكترونية، أكاديمية الشرطة ٢٩ أبريل ٢٠٠٢، ص ٥. أنظر كذلك مرجع المهندس. حسام شوقي، حماية وأمن المعلومات على الإنترنت، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١٣٦.

٢ - Mickael BOUTROS, Le droit du commerce électronique: une approche de la protection du cyber consommateur, droit Université de Grenoble, 2014.

بالدعاية لمنتجاتهم، بما قد يؤدي إلى إعاقة شبكة الاتصالات أحيانا، بالإضافة إلى تحمل المستهلكين لتكاليف باهظة بسبب إنزال الدعاية التي تتخذ شكل البريد الإلكتروني والاطلاع عليها<sup>(١)</sup> كذلك إزعاج خصوصية المستهلك، علاوة على ذلك يمكن استخدام المعلومات التي تمت معالجتها في غير الأغراض المخصصة لها، مما أدى إلى المطالبة إلى أن تكون المعاملات غير اسمية، وأن تكون عملية تتبع أثر السلوك الاستهلاكي للأشخاص خاضعة للمراقبة<sup>(٢)</sup>، خصوصا في ظل استغلال هذه البيانات والمعلومات للمستهلك في الأغراض الإعلانية، وظهور جهات متخصصة في التعامل والاتجار في البيانات الشخصية المتواجدة على قواعد البيانات الخاصة ببعض الجهات<sup>(٣)</sup>.

سوف نستعرض في البداية ماهية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في الفرع الأول، ثم نتناول بعد ذلك في الفرع الثاني حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في القانون الدولي، وفي الفرع الثالث نستعرض موقف التشريعات الوطنية من الحماية الجنائية لخصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

---

(١) - د. عبد الكريم غالي، الحماية القانونية للإنسان من مخاطر المعلومات، رسالة دكتوراة، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، الرباط، ١٩٩٥، ص ١٨.

(٢) - Charlotte-Marie Pitrat-Laurent le Veneux: Protection du consommateur et des données personnelles. voir le site:

[www.finance.gouv.fr](http://www.finance.gouv.fr)

(٣) - Thierry Leonard, E. Marketing et protection des données à caractère personnel voir le site: [www.droit-technologie.org](http://www.droit-technologie.org)

### الفرع الأول. ماهية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

اختلف الفقهاء بخصوص تحديد مفهوم البيانات الشخصية فقد ذهب البعض إلى أن خصوصية البيانات الشخصية هي تلك المتعلقة بالحياة الخاصة للفرد، كتلك الخاصة بحالته الصحية والمالية والمهنية والوظيفية والعائلية<sup>(١)</sup>. وذهب البعض الآخر إلى أن البيانات الشخصية تنفرع لأنواع: فهناك بيانات تتعلق بحرمة الحياة الخاصة للإنسان، وهناك بيانات تسمح برسم صورة لاتجاهاته وميوله، ومنها تلك المتعلقة باتجاهاته السياسية ومعتقداته الدينية وتعاملاته المالية والبنكية وجنسيته وهوايته<sup>(٢)</sup>. وقد أصبحت البيانات الشخصية المعالجة الكترونياً ذات أهمية على المستوى الدولي، وهذا ما جعل الأمم المتحدة تتبنى عام ١٩٨٩ دليلاً يتعلق باستخدام الحوسبة في عملية تدفق البيانات الشخصية، وفي ١٤ ديسمبر ١٩٩٠ تبنت الهيئة العامة دليل تنظيم استخدام المعالجة الآلية للبيانات الشخصية<sup>(٣)</sup>.

وحيث أن الخصوصية، وبصفة عامة، هي مقياس غير موضوعي، أي يختلف تعريفها وحدودها من بيئة إلى أخرى. ولكن الصفة المشتركة في جميع هذه التعريفات هي منظور أن الخصوصية إحدى حقوق الإنسان في حياته، ولكنها تعتمد بشكل

(١) - د. أسامة عبد الله قايد، الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٨٥.

(٢) - د. مدحت عبد الحليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، ٢٠٠١، ص ٧٧.

(٣) - GUIDELINES CONCERNING COMPUTERIZED PERSONAL DATA FILES. Adopted by the General Assembly on 14 December 1990 :Francesco Miani, le cadre réglementaire des traitements de données personnelles effectuées au sein de l'union européenne, revue trimestrielle de droit européen, Dalloz, n°2, 2000, p283.

أساسي على البيئة والسياق. قام روجر كلارك، الاستشاري والخبير في خصوصية البيانات والأعمال الالكترونية، بتعريف الخصوصية بأنها<sup>(١)</sup> " قدرة الأشخاص على المحافظة على مساحتهم الشخصية، في مأمن من التدخل من قبل منشآت أو أشخاص آخرين"، وقام بتحديد مستويات وأبعاد من الخصوصية، وهي:

١. خصوصية الشخص: وهي المعلومات والبيانات التي تتعلق بسلامة الفرد في جسده، مثل قضايا التطعيم أو نقل الدم دون الحصول على موافقة الشخص المعني، أو الإجبار على تقديم عينات من سوائل الجسد أو أنسجته.
٢. خصوصية السلوك الشخصي: وهي المعلومات والبيانات التي تتعلق بكل الجوانب السلوكية، وبشكل خاص الأمور الحساسة، مثل الأنشطة السياسية والممارسات الدينية، سواءً في الحياء الخاصة أو الأماكن العامة، وقد يشار إليه "بوسائل الخصوصية".
٣. خصوصية الاتصالات الشخصية: وهي مطالبة الأشخاص بالقدرة على الاتصال فيما بينهم دون المراقبة الروتينية من قبل أشخاص آخرين أو منظمات، وهو ما يشار إليه أحياناً "باعتراض الخصوصية".
٤. خصوصية البيانات الشخصية: وهي مطالبة الأشخاص بأن لا تكون البيانات والمعلومات الخاصة عنهم متوفرة تلقائياً لغيرهم من الأفراد أو المنظمات، حتى في حالة أن تكون البيانات مملوكة من طرف آخر، فلهم القدرة على ممارسة قدر كبير من السيطرة أو التحكم بتلك البيانات والمعلومات وطريقة استخدامها ونقلها وتخزينها. وهذا ما يعرف " بخصوصية المعلومات أو خصوصية البيانات". وعرفها روجر "بأنها رغبة الشخص بالتحكم، أو على الأقل التأثير بشكل كبير في

---

(١) - Roger Clarke et Dan Svantesson, Privacy and consumer risks in cloud computing, computer law & security review, N°26, 4, JULY, 2010, pp. 391-397.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

كيفية التعامل مع بياناته الشخصية<sup>(١)</sup> بما يحافظ على خصوصيته من أي شكل من أشكال الانتهاك.

### الفرع الثاني. حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

#### في القانون الدولي

نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في عام ١٩٤٨، في مادته الخامسة عشر على أن "لا يُعرض أي شخص لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو رسائله، أو شن حملات على شرفه وسمعته، ولكل شخص الحق في طلب حماية القانون له من مثل هذه التدخلات أو تلك الحملات". وفي عام ١٩٥٨ قامت الحكومة الفرنسية بإصدار قرار يُمنع فيه نشر الحقائق المتعلقة بخصوصية الأفراد،

(١) - إن من أكثر التحديات صعوبة في إدارة أمن البيانات الخصوصية هي الامتثال للأنظمة، حيث قامت مؤخراً -في نوفمبر ٢٠٠٨- مؤسسة أ.م.ر. للبحوث (AMR Research Ltd) باستطلاع شمل ١٥٤ متخذ قرار في كبرى شركات تقنية المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية. استخلص البحث أن أكثر ثلاث صعوبات في إدارة خصوصية البيانات هي: تعدد واختلاف سياسات الخصوصية في المناطق المختلفة -جغرافياً، ومواكبة التغييرات المستمرة في الأنظمة والسياسات، وأخيراً إجبار الأفراد والمنشآت الحكومية لإتباع هذه القوانين والأنظمة. واستنتج أيضاً، بأن أكثر ما يخشى عليه أصحاب الشركات في قضايا خصوصية البيانات هي خسارة ثقة العملاء والموظفين والمستثمرين والعلامات التجارية، ثم يأتي خشية فقدان الحقوق الفكرية للمنتجات والبحوث والدراسات، ومن ثم يأتي الخوف من التلاعب بالحسابات المالية للمنشأة. والجدير بالذكر أن ٥٥% من الشركات المشاركة في الاستطلاع ستقوم بزيادة قيمة الاستثمار الداخلي في قضايا حفظ خصوصية البيانات في عام ٢٠٠٩ مقارنة بما أنفقته في العام الأسبق، وتتمثل هذه الزيادة باستخدام التقنيات والسياسات الحديثة مثل: أمن الشبكات (من جدران نارية ومضادات الفيروسات والشبكات الخاصة الافتراضية VPN)، وأدوات مراقبة أنشطة قواعد البيانات، والأمن الاحتراسي (من أنظمة كشف التلاعب وكشف نقاط ضعف التطبيقات والشبكات)، وتطبيقات الحكم والخطورة والإذعان (GRC)، وغيرها من الأنظمة والأدوات التي تساعد المنشآت في حماية خصوصية بياناتها.



بجانب فرض العقوبات لمن يقوم بمخالفة أمر هذا القرار. وفي ميثاق الحقوق الأساسية للإتحاد الأوروبي، نصت المادة السابعة من الميثاق: "أن لكل شخص الحق في أن تُحترم حياته الخاصة وحياته العائلية وبيته واتصالاته". وقامت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بوضع آلية (دليل إرشادي)، لحماية البيانات الشخصية وطرق نقلها، ووضع ضوابط تحكم عملية المعالجة الإلكترونية لها، وتوفر لها الحماية في مراحل التجميع والتخزين والمعالجة والنشر، على أن تكون هذه البيانات الشخصية التي تم الحصول عليها بطريقة شرعية وقانونية، وتستخدم للغرض الذي جمعت له والمعلن عنه، وتكون صحيحة وتخضع لعمليات التحديث والتصحيح، وتوفر القدرة على حفظ سريتها وحماية الوصول إليها، والقدرة على إتلافها بعد انتهاء الغرض من جمعها. وقد أثرت هذه الآلية بكثير من التشريعات الوطنية، في حفظ خصوصية البيانات الشخصية للأفراد، حتى خارج إطار الدول الأعضاء في هذه المنظمة. علاوة على ما سبق فقد أصدرت غرفة التجارة الدولية في عام ٢٠١٨ تحديثها العاشر للمبادئ التوجيهية بشأن الاتصالات التجارية الإعلانية والتسويقية والتي تضمنت في المادة ١٩ منه على مجموعة من الضوابط من أجل حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك، وذلك عندما يتم جمع البيانات الشخصية من أشخاص طبيعيين، حيث ينبغي احترام وحماية خصوصيتهم من خلال الامتثال لأحكام القوانين واللوائح ذات الصلة، وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك عند جمع البيانات والمعلومات:

<sup>١</sup> - Chambre de commerce international, ICC publicité et marketing code de communications, Édition 2018, Paris, p. 15.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أ. فعندما يتم جمع البيانات الشخصية من المستهلكين يجب الالتزام بالإخطار، أي لا بد من أن يتم إعلام المستهلك وتبصيره بأن المورد أو المهني يقوم بتجميع البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين.

ب. ضرورة التأكد من أن مستهلك على دراية بالغرض من جمع البيانات والمعلومات الشخصية وأي نية لنقل البيانات الشخصية إلى طرف ثالث ولأغراض التسويق الخاصة بهذا الطرف الثالث. ولا تشمل الأطراف الخارجية الوكلاء أو الأشخاص الآخرين الذي يقدمون الدعم الفني أو التشغيلي للمهني والذين لا يستخدمون أو يكشفون البيانات الشخصية للمستهلك لأي غرض آخر.

ت. يجب إبلاغ المستهلك في أقرب وقت ممكن وبسرعة في حالة استخدام بياناته الشخصية لصالح طرف ثالث غير المورد أو المهني الذي قام بتجميع البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك.

٢. ضوابط استخدام البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك، يجب أن يكون استخدام البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين والتي تم جمعها وفقا لضوابط المنصوص عليها في القوانين واللوائح المعمول بها في هذا الشأن، وكذلك الالتزام بالضوابط التالية:

أ. أن يتم استخدام البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين وفقا للأغراض المحددة والمشروعة، دون أن يتم استخدامها بأي شكل من الأشكال بطريقة تتعارض من هذه الأغراض.

ب. أن يتم استخدامها بطريقة كافية وذات صلة وغير مفرطة فيما يتعلق بالأغراض التي تم جمعها من أجلها أو التي تم معالجتها لاحقا من أجلها.

ت. الالتزام باستخدام البيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالمستهلك بطريقة دقيقة ومحدثة.

- ث. الاحتفاظ بالبيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك لمدة لا تتجاوز المدة اللازمة لتحقيق أغراضها التي تم جمعها أو معالجتها لاحقاً من أجلها.
٣. ضوابط أمن المعالجة للبيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك، والتي تشمل مجموعة من الالتزامات وذلك على النحو التالي:
- أ. فيجب تطبيق تدابير أمنية مناسبة لحماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك.
- ب. مراعاة حساسية المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك.
- ت. منع أي وصول غير مصرح به إلى البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك، أو أي إنشاء لهذه البيانات.
- ث. إذا تم نقل هذه البيانات الشخصية للمستهلك إلى جهات خارجية، فيجب التأكد والتثبت من أن هذه الجهات تطبق تدابير أمنية بمستوى مكافئ على الأقل.
٤. حماية البيانات الشخصية المتعلقة بالأطفال المستهلكين، فمن أجل حماية هذه البيانات تم وضع قواعد خاصة تتعلق بالأطفال وهي على النحو التالي:
- أ. عندما يتم جمع المعلومات والبيانات الشخصية من الأشخاص المعروفين أو المشتبه في كونهم أطفال مستهلكين، يجب أن يتم تقديم المشورة بشأن حماية خصوصية الأطفال إلى الوالدين أو الأوصياء القانونية عليهم.
- ب. يجب تشجيع الأطفال المستهلكين على الحصول على موافقة أحد الوالدين أو أي شخص بالغ مسئول عنهم قبل تقديم البيانات الشخصية من خلال الوسائط الرقمية التفاعلية، ويجب في هذه الحالة تنفيذ التدابير المعقولة لضمان منح هذا الإذن.
- ت. لا يجوز أن تتجاوز حجم البيانات الشخصية التي يتم جمعها المقدار اللازم والمعقول للسماح للطفل بالمشاركة في النشاط المعني، ويجب في هذه الحالة إبلاغ الوالد أو الوصي القانوني والحصول على موافقتهم،

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ث. لا يجوز استخدام البيانات الشخصية التي يتم جمعها من الأطفال لإرسال اتصالات تجارية إليهم أو إلى والديهم أو أفراد آخرين من أسرهم دون موافقة الوالدين.

ج. لا يجوز الكشف عن المعلومات والبيانات الشخصية المتعلقة بالأفراد المعروفين أو المحتمل أن يكونوا أطفالاً إلى أطراف ثالثة إلا بموافقة أحد الوالدين أو الوصي القانوني أو حيثما يسمح القانون بالكشف، وفي جميع الأحوال لا يجوز أن تشمل الأطراف الخارجية الوكلاء أو الأشخاص الآخرين الذين يقدمون الدعم الفني أو التشغيلي للمهني أو التاجر والذين لا يستخدمون أو يكشفون عن بيانات الأطفال الشخصية لأي غرض آخر.

### الفرع الثالث. الحماية الجنائية لخصوصية البيانات الشخصية للمستهلك

#### الإلكتروني في التشريعات الوطنية

في البداية نستعرض موقف المشرع المغربي في الحماية الجنائية لخصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وباستقراء القوانين المغربية نجد أن المشرع المغربي قد واكب السياسة التشريعية المعاصرة في العديد من النقاط والتي تهدف إلى تحقيق حماية فعالة لخصوصية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك، فأصدر القانون رقم ٠٨-٠٩ المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي بتاريخ ١٨ فبراير ٢٠٠٩<sup>(١)</sup>، ويتضمن هذا التشريع ٥١ مادة موزعة على ثمانية أبواب. وتبدو أهمية هذا القانون في كونه ساهم في تقوية ثقة المستهلك المغربي

(١) - أنظر قانون حماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي رقم ٠٨ - ٠٩ لسنة ٢٠٠٩، والمنشور في الجريدة الرسمية المغربية عدد ٥٧٠٠، بتاريخ ٢٣ فبراير ٢٠٠٩، ص ٥٥٢.

في المعاملات الالكترونية والاستفادة من مزايا التجارة الالكترونية، ويشكل هذا التشريع كذلك أداة هامة لحماية الحياة الخاصة والبيانات الشخصية للمواطن المغربي خصوصا في مجال المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلكين، وقد أوضح المشرع ذلك صراحة في المادة الأولى من هذا القانون، بحيث تنص المادة الأولى "على أن المعلومات في خدمة المواطن وتتطور في إطار التعاون الدولي. ويجب إلا تمس بالهوية والحقوق والحريات الجماعية أو الفردية للإنسان. وينبغي ألا تكون أداة لإفشاء أسرار الحياة الخاصة للمواطنين...".

وقد جاءت المادة الأولى بمجموعة من التعريفات لبعض المصطلحات ذات العلاقة بتطبيق هذا التشريع الجديد، نختار منها مصطلح معطيات ذات طابع شخصي<sup>(١)</sup> ومصطلح معالجة<sup>(٢)</sup>. ففيما يخص المصطلح الأول فيمكن تعريفه وفق المادة المذكورة بكونه كل معلومة كيفما كان نوعها بغض النظر عن دعامتها، بما في ذلك الصوت والصورة، والمتعلقة بشخص ذاتي معرف أو قابل للتعرف عليه. أما المصطلح الثاني فيعني وفق نفس المادة كل عملية أو مجموعة من العمليات تنجز بمساعدة طرق آلية أو بدونها وتطبق على معطيات ذات طابع شخصي، مثل التجميع أو التسجيل أو الحفظ أو الملاءمة أو التغيير أو الاستخراج أو الاطلاع.... وقد نص هذا التشريع على إنشاء اللجنة الوطنية لمراقبة حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي<sup>(٣)</sup>، وهذه اللجنة هي المكلفة بتنفيذ أحكام هذا القانون والسهر على التقيد

(١) - Données à caractère personnelles

(٢) - Traitement

(٣) - الجدير نكره انه قد صدر مرسوم رقم ١٦٥-٠٩-٢ بتاريخ ٢١ ماي ٢٠٠٩ الموافق ٢٥ من جمادى الأولى ١٤٣٠ لتطبيق القانون رقم ٠٨-٠٩ المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وقد أوضح هذا المرسوم بشكل مفصل شروط وطرق تعيين أعضاء هذه اللجنة وكيفية إدارتها وقواعد عملها.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

به، وضبط عمل المسؤولين عن معالجة المعطيات الشخصية بالمغرب وذلك وفقا لما نصت عليه المادة ٢٧ من هذا القانون.

وما يهمننا بشأن الحماية الجنائية لخصوصية البيانات الشخصية يقع ضمن القانون المغربي رقم ٠٨-٠٩ هو الباب السابع الخاص بالعقوبات، والذي جاء بمجموعة من النصوص التي تحمي عمليات المعالجة وتحمي المعطيات الشخصية المعالجة، على سبيل المثال المادة ٥٣ التي عاقبت بالغرامة من ٢٠٠٠٠٠ درهم إلى ٢٠٠٠٠٠٠ درهم في حالة رفض المسئول عن المعالجة حقوق الولوج أو التصريح أو التعرض المنصوص عليها في المواد ٧ و ٨ و ٩ من القانون رقم ٠٨-٠٩<sup>(١)</sup>.

علاوة على ذلك فقد نص المشرع المغربي في المادة ٦٣ من نفس القانون على تجريم عملية نقل معطيات ذات طابع شخصي نحو دولة أجنبية خرقا لأحكام المادتين ٤٣ و ٤٤ من هذا القانون<sup>(٢)</sup>. كما نجد أن هذا التشريع المغربي الجديد تطرق للحالات التي تؤدي للاستعمال التعسفي أو التدليسي للمعطيات المعالجة أو إيصالها للغير غير مؤهلين من طرف المسئول عن المعالجة أو كل معالج من الباطن أو كل شخص مكلف-بفعل مهامه-بمعالجة معطيات ذات طابع شخصي، وقد حددت العقوبة من ٦ أشهر إلى سنة وبغرامة من ألف درهم إلى ٣٠٠ ألف درهم<sup>(٣)</sup>. أما

---

(١) - تنص المادة ٥٣ علي ان : يعاقب بغرامة من ٢٠٠٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠٠٠ درهم عن كل مخالفة كل مسئول عن معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي يرفض حقوق الولوج أو التصريح أو التعرض المنصوص عليها في المواد ٧ و ٨ و ٩ أعلاه).

٢ - تنص المادة ٦٠ علي أن يعاقب بالحبس من ٣ أشهر إلى سنة وبغرامة من ٢٠٠٠٠٠ درهم إلى ٢٠٠٠٠٠٠ درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من نقل معطيات ذات طابع شخصي نحو دولة أجنبية خرقا لأحكام المادتين ٤٣ و ٤٤ من هذا القانون.

(٣) - المادة ٦١ من هذا القانون.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

المادة ٦٣ من نفس القانون<sup>(١)</sup> فقد عاقبت كل مسئول عن المعالجة في حالة رفضه تطبيق قرارات اللجنة الوطنية، المذكورة سلفاً، والتي أحدثها القانون المغربي رقم ٠٨-٠٩. وتجدر الإشارة إلى أنه وفقاً للتشريع المذكور تتضاعف عقوبة الغرامة الواردة في نصوص هذا التشريع إذا كان مرتكب إحدى المخالفات شخصاً اعتبارياً، دون المساس بالعقوبات التي قد تطبق على المسيرين، مع إمكانية معاقبة الشخص الاعتباري بالمصادرة والإغلاق<sup>(٢)</sup>.

ومثال على ذلك استغلال المجرمين للعديد من البرمجيات الخبيثة بطرق مختلفة لشن الهجمات أبسطها برمجيات التي تسجل نقرات لوحة المفاتيح وترسلها إلى المهاجم، وقد استخدمت تلك البرمجيات في القيام بالعديد من المعاملات البنكية غير المشروعة وسرقة الحسابات البنكية للمستهلكين، كذلك يستطيع هؤلاء الجناة من اعتراض أي بيانات أو معلومات شخصية للمستهلك يجري إدخالها عند زيارة أي موقع إلكتروني باستخدام متصفح الانترنت وذلك قبل تشفيرها، وبالتالي اختراق هذه المواقع التسويقية الإلكترونية مما يشكل معه خطورة كبيرة لخصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني تحتاج من المشرع النص على تشديد العقاب على هذه الأفعال.

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري من حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، فنجد أن المشرع المصري في البداية لم يكن ينص على حماية البيانات الشخصية عموماً وخاصة حماية البيانات الشخصية للمستهلك إلا في بعض مواد قانون تنظيم الاتصالات رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣ تتعلق بحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك في قطاع خدمات الاتصال، ولكن في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨ أصدر المشرع المصري قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ نص فيه على قواعد

(١) - تنص المادة ٦٣ علي أن يعاقب كل مسئول يرفض تطبيق قرارات اللجنة الوطنية بالحبس من ٣ أشهر إلى سنة وبغرامة من ١٠٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠٠ درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

(٢) - المادة ٦٤ من نفس القانون السابق.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

لحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، بالإضافة إلى ذلك في ١٥ يولييه ٢٠٢٠ أصدر المشرع المصري القانون رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية البيانات الشخصية<sup>(١)</sup>، وبناء على ذلك تنقسم السياسة التشريعية للمشرع المصري في حماية البيانات الشخصية للمستهلك إلى ما يلي:

القسم الأول. حماية المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك وفقاً لقانون تنظيم الاتصالات المصري رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣: ففي نطاق حماية المشرع المصري للبيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين في مجال خدمات الاتصالات، فقد نص المشرع في المادة ٥٨ من قانون تنظيم الاتصالات رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣ على إلزام الجهات التي تقوم بتقديم خدمات الاتصالات وتحصل على ترخيص باحترام خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك في قطاع الاتصالات وذلك على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

١. يتولى الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات تجميع وإدارة وتحديث قاعدة بيانات مستخدمي الطيف الترددي، ويلتزم الجهاز أثناء ذلك بالحفاظ على سرية هذه البيانات والمعلومات وذلك حماية لحق المستخدمين في خصوصية بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية في قطاع الاتصالات من أي انتهاك لحقهم في الخصوصية.

٢. يلتزم مشغلو ومقدمو خدمات الاتصالات والتابعون لهم وكذلك مستخدمو هذه الخدمات بعدم استخدام أية أجهزه لتشفير خدمات الاتصالات إلا بعد الحصول

<sup>١</sup> - القانون المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية البيانات الشخصية، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد رقم ٢٨ مكرر (هـ)، بتاريخ ١٥ يولييه ٢٠٢٠، ص ١٧ - ١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ٥٨ من القانون المصري رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣، بشأن تنظيم الاتصالات، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٥ مكرر (أ)، والصادرة في ٤ فبراير ٢٠٠٣، ص ٣.



على موافقة من كل من الجهاز والقوات المسلحة وأجهزة الأمن القومي، ولا يسري ذلك على أجهزة التشفير الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني.

٣. ويعاقب المشرع المصري كل من يقوم بإذاعة أو نشر أو تسجيل أو إفشاء للبيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبالغرامة المالية التي لا تقل عن خمسة آلاف جنية ولا تجاوز خمسين ألف ذنية أو بإحدى هاتين العقوبتين لكل من قام بذلك أثناء تأدية وظيفته في مجالات الاتصالات أو بسببها<sup>(١)</sup>.

ونظر لقصر المشرع المصري لحماية المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك في قطاع خدمات الاتصال فقط من الإذاعة أو النشر أو التسجيل أو الإفشاء للمعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك في قطاع خدمات الاتصالات، دون باقي المعلومات والبيانات الشخصية الأخرى للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني، مما جعل هذا الموقف من المشرع المصري محل انتقاد، وذلك لعدم امتداد الحماية القانونية لباقي المعلومات والبيانات الشخصية الأخرى للمستهلك، علاوة على أن التشريع المصري كان لا يواكب التقدم التطور والتقدم التكنولوجي في مجال البيانات وفي نفس الوقت لا يساير السياسة التشريعية المعاصرة، ولتلافي هذه الانتقادات فقد أصدر المشرع المصري قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، وكذلك قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨، علاوة على ذلك فقد أصدر المشرع المصري القانون رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ بشأن حماية البيانات الشخصية، وذلك من أجل توفير حماية جنائية للبيانات الشخصية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٧٣ من القانون المصري رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣، بشأن تنظيم الاتصالات.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

القسم الثاني. قواعد حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨: فقد نص المشرع المصري في المادة ٢٩ من قانون حماية المستهلك على مجموعة من الالتزامات تقع على المورد من أجل حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بحفظ البيانات الشخصية للمستهلك، حيث يلتزم المورد الذي أبرم العقد بالحفاظ على المعلومات والبيانات الخاصة بالمستهلك من أي إطلاع أو اختراق أو إفشاء أو أي سلوك غير قانوني يضر بالمعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك والتي في حوزته.

٢. الالتزام بعدم تداول أو نقل أو إفشاء البيانات الشخصية للمستهلك، حيث يلتزم المورد بعدم تداول أو إفشاء هذه البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك بما يخالف أحكام قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ أو القوانين المعمول بها بهذا الشأن وهي قانون حماية البيانات الشخصية رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠، وقانون مكافحة الجرائم المعلوماتية رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨.

٣. الالتزام بسرية المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك، حيث يلتزم المورد باتخاذ كافة الاحتياطات الضرورية والمنصوص عليها للحفاظ على سرية وخصوصية المعلومات والبيانات الشخصية المتعلقة بالمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

ويعاقب كل من يخالف هذه الالتزامات متي كان متحكماً أو معالماً للبيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً بعقوبة الغرامة المالية التي لا تقل عن ثلاثمائة ألف جنية ولا تجاوز ثلاثة ملايين

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٢٩ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية، العدد رقم ٣٧ (تابع)، بتاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ص ١٤.

جنية<sup>(١)</sup>). ولكن المشرع المصري قد نص على استثناء مما سبق، على أنه يجوز كاستثناء من هذه الالتزامات المتعلقة بحماية خصوصية بيانات ومعلومات الشخصية للمستهلك الاطلاع على البيانات أو المعلومات الخاصة بالمستهلك في حالتين التاليتين:

ج. الحالة الأولى. إذا اقتضي ذلك كشف الحقيقة في جنابة أو جنحة وقامت دلائل جدية على وقوعها، يكون للنائب العام أو من يفوضه من المحامين العموم على الأقل، سواء من تلقاء نفسه أو بناء على طلب جهة رسمية أو أحد من ذوي الشأن، الأذن بالاطلاع على البيانات والمعلومات الشخصية الخاصة بالمستهلك من أجل كشف الحقيقة في جنابة أو جنحة محل التحقيق ولكن بشرط أن تقوم الدلائل الجدية على وقوع جريمة الجنحة أو الجنابة.

ح. الحالة الثانية. بمناسبة نظر نزاع معروض على المحكمة المختصة، فيكون في هذه الحالة للمحكمة المختصة الاطلاع على تلك البيانات أو المعلومات الشخصية الخاصة بالمستهلك في حالة ما إذا كانت هناك حاجة لذلك، وفي أثناء نظر نزاع معروض على المحكمة يتطلب الاطلاع على المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك فتصرح المحكمة بطلب الحصول على هذه المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك ولكن بالقدر الضروري وفي الحدود المعقولة لذلك.

القسم الثالث. قواعد حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني المنصوص عليها في قانون حماية البيانات الشخصية المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠: فقد نص المشرع المصري في المادة ١٧ منه على حظر أي اتصال إلكتروني بغرض التسويق الإلكتروني المباشر للشخص المعني بالبيانات، وذلك بهدف

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٣٨ من القانون المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ المتعلق بحماية البيانات الشخصية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

حماية خصوصية المستهلك الإلكتروني من الإزعاج، وقد نص المشرع المصري على إمكانية التسويق الإلكتروني المباشر كاستثناءاً من الأصل ولكن بشرط توافر الشروط التالية:

١. لابد من الحصول على الموافقة من الشخص المعني بالبيانات الشخصية بإمكانية التسويق الإلكتروني المباشر معه من خلال هذه البيانات والمعلومات الشخصية.
٢. لابد من أن تتضمن رسالة الاتصال محل التسويق الإلكتروني على هوية منشئه وكذلك مرسله، من أجل حماية حق المستهلك في التبصير والإعلام قبل إبرام التعاقد.
٣. علاوة على ما سبق فلا بد وأن يكون للمرسل للرسالة عبر التسويق الإلكتروني عنوان صحيح وكاف مما يمكن المستقبل للرسالة أو المستهلك الإلكتروني من الوصول إليه ومعرفة شخصيته.
٤. كذلك لابد من توضيح أن طبيعة الاتصال الإلكتروني المرسل عرضه للتسويق المباشر أي تحديد الطبيعة التجارية للرسالة الإلكترونية وأنها بغرض الإعلان والتسويق عن المنتجات أو الخدمات محل موضوع التسويق الإلكتروني.
٥. وفي النهاية يشترط المشرع المصري بضرورة وضع آليات واضحة وميسرة يتمكن من خلالها الشخص المعني بالبيانات من رفض الاتصال بغرض التسويقي الإلكتروني أو العدول في أي وقت عن موافقته على استقبال الرسائل التسويقية الإلكترونية في المستقبل.
٦. بالإضافة إلى ما سبق ومن أجل توفير حماية للبيانات الشخصية للمستهلك أثناء التسويق الإلكتروني، فقد نص المشرع المصري على مجموعة من الالتزامات

للمرسل لأي اتصال إلكتروني بغرض التسويق المباشر، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

أ. يلتزم المرسل أثناء الاتصال بغرض التسويق الإلكتروني المباشر بتحديد الغرض التسويقي في الرسائل المرسلة إلى المستهلك بطريق واضحة ومفهوم للمستهلك العادي.

ب. كذلك يلتزم المرسل بعدم الإفصاح عن بيانات ومعلومات الاتصال الشخصية للشخص المعني بالبيانات أي المستهلك الإلكتروني وذلك وفقاً لقواعد حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك من إطلاع الغير عليها.

ت. علاوة على ما سبق يلتزم المرسل بالاحتفاظ بالسجلات الإلكترونية المثبت بها موافقة الشخص المعني بالبيانات وتعديلاتها، أو عدم اعتراضه على استمراره، بشأن تلقي الاتصال الإلكتروني التسويقي وذلك لمدة ثلاث سنوات من تاريخ آخر إرسال.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري فنجد أن قد سار على نفس توجه المشرع المصري والمغربي والفرنسي في شأن حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، ففي البداية نص المشرع القطري في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية على مجموعة من الالتزامات على مقدمي الخدمة من أجل حماية خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني وهي على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٨ من القانون المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠، بشأن حماية البيانات الشخصية.

<sup>٢</sup> - انظر المادة ٥٩ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

١. الالتزام بتحديد الأغراض التي من أجلها، يتم جمع البيانات والمعلومات الشخصية عن المستهلك، وذلك عند أو قبل جمع هذه البيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالمستهلك.

٢. الالتزام بعدم جمع أو استخدام أو حفظ أو الإفصاح عن البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك، لأغراض غير التي تم التصريح بها أو التي تم السماح بها، بحيث يحمي المشرع القطري حق المستهلك الإلكتروني بعدم إطلاع الغير على بياناته ومعلوماته الشخصية، ويستثني المشرع القطري من ذلك حالتين يمكن فيها الاطلاع الغير على المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك، وذلك على النحو التالي:

أ. الحالة الأولى. إذا كان ذلك مطلوباً منه أو مصرحاً له بموجب القانون بالإفصاح عن هذه البيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالمستهلك للغير فيلتزم مقدم الخدمة بالضوابط المنصوص عليها في القانون بشأن اطلاع الغير على المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، أو بناء على طلب من المحكمة المختصة.

ب. الحالة الثانية. حالة رضا المستهلك الإلكتروني بذلك، أي الحصول على موافقة المستهلك نفسه والذي تتعلق باطلاع الغير على بياناته ومعلوماته الشخصية، ولا بد أن تكون موافقة المستهلك واضحة ومستتيرة، وذلك بعد اطلاع المستهلك الإلكتروني على الغرض من إطلاع الغير على بيانات ومعلوماته الشخصية والمدة الزمنية للاطلاع وكافة المعلومات المتعلقة بذلك، بحيث يستطيع المستهلك العادي اتخاذ قراره الحر والمستتير بدون أي غلط أو خطأ في الأمر أو لا يكون من شأنه أن يؤدي إلى إيقاع المستهلك في الخطأ أو الغلط.

٣. التزام مقدمي الخدمة بحفظ السجلات التي تحتوي البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين، فتقع المسؤولية على مقدمي الخدمة عن أي سجلات تحتوي على

البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك أو أي سجلات للاتصالات الإلكتروني للمستهلك، تكون في عهدة مقدمي الخدمة أو تحت سيطرته أو مع وكلائه. وقد نص المشرع القطري على حماية البيانات الشخصية للمستهلك من الاختراقات فعاقب كل شخص يدخل عن عمد إلى مرفق أو شبكة للاتصالات أو نظام مرتبط بها عن طريق اختراق الإجراءات الأمنية، بقصد الحصول على بيانات أو خدمة اتصالات، يعاقب الحبس مدة لا تجاوز سنة، وبالغرامة المالية التي لا تزيد عن ٥٠,٠٠٠ ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين. كذلك نص المشرع القطري على حماية البيانات الشخصية من الإفشاء أو النشر أو الإذاعة دون سند قانوني ومن يخالف ذلك يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن سنة، وبالغرامة المالية التي لا تزيد عن ١٠٠,٠٠٠ ريال، أو بأحد هاتين العقوبتين<sup>(١)</sup>. علاوة ما سبق عاقب المشرع القطري مزود الخدمة بالحبس مدة لا تزيد عن سنتين وبالغرامة المالية التي لا تزيد عن ١٠٠,٠٠٠ ريال، أو بأحد هاتين عقوبتين، في حالة ما إذا قام بالإخلال بالتزاماته السابق توضحها، فيما يتعلق بجميع البيانات الشخصية للمستهلك أو استخدامها أو حفظها أو الإفصاح عنها، ولأغراض غير مصرح أو مسموح بها، أو في حالة الإخلال بالالتزام بحفظ السجلات<sup>(٢)</sup>.

كذلك ولحماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك لخدمات الاتصالات فقد نص المشرع القطري في قانون الاتصالات رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦ على التزام مزودي خدمة الاتصالات عند إدارة شبكاتهم ومرافقتها والأنظمة المتصلة بها بحماية خصوصية بيانات ومعلومات المستهلكين واتصالاتهم التي تكون في حوزتهم، ولا يجوز لمقدمي الخدمة جمع أي بيانات أو معلومات أو استعمالها أو الاحتفاظ بها أو إعلانها عن أي

<sup>١</sup> - انظر المواد ٦٤، ٦٥، ٦٦ من القانون القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦، بشأن تنظيم الاتصالات، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ١٢، والصادر في ٢٥ ديسمبر ٢٠٠٦، ص ٦١٢.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ٧٠ من القانون القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦، بشأن تنظيم الاتصالات.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

مستهلك إلا بعد الحصول على موافقته أو وفقاً لما يسمح أو يرخّص به القانون، كذلك يحق للمستهلك طلب تصحيح أو حذف أي بيانات أو معلومات خاصة بهم من مقدمي الخدمة<sup>(١)</sup>.

علاوة ما سبق فقد واكب المشرع القطري السياسة التشريعية الحديثة في حماية خصوصية البيانات الشخصية عموماً وللمستهلك الإلكتروني خصوصاً، حيث أصدر المشرع القطري في عام ٢٠١٦ قانون حماية خصوصية البيانات الشخصية رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦، ونص فيه على حق كل فرد في حماية خصوصية بياناته الشخصية عموماً ومنها البيانات الشخصية للمستهلك، وعدم جواز معالجة تلك البيانات والمعلومات الشخصية إلا في إطار من الشفافية والأمانة واحترام كرامة الإنسان والممارسات المقبولة، وفقاً لما نصت عليه القوانين واللوائح في ذلك الشأن، كذلك لا يجوز معالجة البيانات الشخصية، إلا بعد الحصول على موافقة الفرد، ما لم تكن المعالجة ضرورية لتحقيق غرض مشروع للمراقب أو الغير الذي ترسل إليه البيانات<sup>(٢)</sup>، ومما لا شك فيه أن هذا النص يشمل حماية للبيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً.

علاوة على ما سبق فقد نص المشرع القطري في قانون حماية خصوصية البيانات الشخصية رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ على حماية خاصة للبيانات الشخصية للأطفال خاصة أثناء عمليات التسوق الإلكتروني، فنص على أن مع مراعاة الالتزامات المنصوص

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٥٢ من القانون القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦ بشأن الاتصالات، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ١٢، والصادرة في ٢٥ ديسمبر ٢٠٠٦، ص ٦١٢.

<sup>٢</sup> - انظر المادتين ٣، ٤ من القانون القطري رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ بشأن حماية خصوصية البيانات الشخصية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ١٥، والصادرة في ٢٩ ديسمبر ٢٠١٦، ص ٣.



عليها في هذا القانون، يجب على مالك أو مشغل أي موقع إلكتروني موجه للأطفال، مراعاة ما يلي<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بوضع إخطار على الموقع الإلكتروني حول ماهية بيانات الأطفال، وكيفية استخدامها، والسياسات التي يتبعها الموقع الإلكتروني في الإفصاح عن المعلومات والبيانات الشخصية للأطفال.
٢. ضرورة الالتزام بالحصول على موافقة صريحة من ولي أمر الطفل الذي تتم معالجة بيانات شخصية عنه، وذلك عن طريق اتصال إلكتروني أو أي وسيلة أخرى مناسبة، وذلك لخطورة المعلومات والبيانات الشخصية للأطفال التي يمكن لمشغلي المواقع الإلكترونية والمنصات وغيرها من الوسائل والأدوات الإلكترونية المختلفة على خصوصية بيانات ومعلومات الأطفال والتي يمكن أن تستغل لأغراض تجارية غير مشروعة نظرا لعدم معرفة الطفل وقلة خبرته وبالتالي ولوجه إلى مواقع إلكترونية غير مصرح له الدخول إليها.
٣. الالتزام بتزويد ولي أمر الطفل، بناءً على طلبه، وبعد التحقق من هويته، بوصف لنوع البيانات الشخصية التي تتم معالجتها، مع بيان الغرض من المعالجة، ونسخة من البيانات التي تمت معالجتها أو جمعها عن الطفل.
٤. ضرورة التزام مقدمي ومزودي الخدمة والمشغلين بحذف أو محو أو وقف معالجة أية بيانات ومعلومات شخصية تم جمعها من الطفل أو عنه، إذا طلب ولي الأمر ذلك.
٥. الالتزام بالحصول على المعلومات والبيانات الشخصية للأطفال بالقدر اللازم والضروري وفي أضيق الحدود، أي ألا تكون مشاركة الطفل في لعبة، أو عرض

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٧ من القانون القطري رقم ١٣ لسنة ٢٠١٦ بشأن حماية خصوصية البيانات الشخصية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

جائزة، أو أي نشاط آخر، مشروطة بتقديم الطفل بيانات شخصية تزيد على ما هو ضروري للمشاركة في ذلك النشاط.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فنجد أن المشرع الفرنسي قد تبنى سياسة تشريعية حديثة لحماية خصوصية البيانات الشخصية عموماً وحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وذلك تطبيقاً للسياسة التشريعية الأوروبية التي أصدرت اللائحة الأوروبية الموحدة لحماية البيانات الشخصية رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦ والتي دخلت حيز النفاذ في ٢٥ مايو ٢٠١٨، وبناء عليها فقد أدخل المشرع الفرنسي تعديلات على قانون حماية البيانات الشخصية والحريات الفرنسي رقم ١٧ لسنة ١٩٧٨ الصادر في ٦ يناير ١٩٧٨، وذلك بالقانون رقم ١٣٢١ لسنة ٢٠١٦، والقانون رقم ٥٥ لسنة ٢٠١٧، والقانون رقم ٤٩٣ لسنة ٢٠١٨، كذلك نص في قانون العقوبات على حظر جمع البيانات والمعلومات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، دون الحصول على موافقته أو دون سند قانوني، وعاقب كل من يخالف ذلك بعقوبة السجن لمدة لا تزيد عن خمس سنوات وبالغرامة المالية التي لا تزيد عن ٣٠٠,٠٠٠ يورو<sup>(١)</sup>. وهذه السياسة الجنائية التشريعية الفرنسية تأتي تنفيذاً للمبادئ التي نصت عليها اللائحة الأوروبية لحماية البيانات الشخصية رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦ والتي حظرت فيها جمع البيانات الشخصية عموماً وللمستهلك الإلكتروني خصوصاً، إلا إذا كان هناك غرض مشروع يرتبط مباشرة بوظيفة أو نشاط مستخدم البيانات التي سوف يستخدم هذه البيانات، وأن يتم جمع هذه البيانات والمعلومات بالقدر الكافي والضروري وبلا إفراط وفي ضوء الغرض المحدد وبعد إخطار المستهلك بعملية جمع بياناته ومعلوماته الشخصية والغرض من عملية الجمع أو المعالجة لها. وتطبيقاً على ذلك فقد قررت شركة جوجل في عام ٢٠١٧ بتوفير حماية لخصوصية البيانات

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٢٢٦ - ١٨ من قانون العقوبات الفرنسي.

والمعلومات الشخصية لمستهلكي برامج الأندرويد، عن طريق منع هذه التطبيقات من جمع البيانات الشخصية غير الضرورية والتي لا تعتبر أساسا لعمل هذا التطبيق، وبالتالي يجب الحصول على موافقة المستهلك المسبقة عن طريق رسالة تظهر على سطح الجهاز لتذكر المستهلك أن التطبيق يريد موافقته من أجل جمع ومعالجة البيانات والمعلومات الشخصية والغرض من ذلك<sup>(١)</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق فقد جرم المشرع الفرنسي أي انحراف عن الغرض أو الغاية من جمع ومعالجة البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، حيث نص في المادة ٢١ - ٢٢٦ من قانون العقوبات الفرنسي على أن يعاقب بالحبس لمدة لا تزيد عن خمس سنوات وبالغرامة المالية التي لا تزيد عن ٣٠٠,٠٠٠ ألف يورو كل من حاز بيانات شخصية بمناسبة تسجيلها أو تصنيفها أو نقلها أو أي شكل آخر من أشكال معالجة البيانات الشخصية، إذا غير من الغرض أو الغاية أو الوجهة النهائية المقررة لهذه البيانات الشخصية المحددة في القانون أو القواعد التنظيمية أو قرار اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات المتعلقة التي حصل بموجب الإخطار المسبق على الموافقة للقيام بمعالجة البيانات الشخصية<sup>(٢)</sup>. ويتضح من نص هذه المادة أن عملية جمع ومعالجة البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني كانت مشروعة في البداية وفقا للقواعد القانونية المنظمة لذلك، ولكن قام بعد ذلك المورد أو المهني بالانحراف عن الغرض أو الغاية التي حصل بموجبها على هذه البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وبالتالي لا يجوز للموقع الإلكتروني أو تطبيقات التسويق الإلكترونية وغيرها من صور عمليات التسويق الإلكتروني بعد أن تحصل على البيانات

<sup>١</sup> - انظر المادتين ٣٩، ٥٠ من اللائحة الأوربية لحماية البيانات الشخصية رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦، والتي دخلت حيز النفاذ في ٢٥ مايو ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - انظر المادة ٢١ - ٢٢٦ من قانون العقوبات الفرنسي، والمعدلة بموجب القانون رقم ٨٠١ لسنة ٢٠٠٤ المتعلق بحماية البيانات الشخصية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والمعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني أن تقوم بإساءة استغلالها أو بيعها لشركات أخرى أو أي شكل من أشكال الانحراف عن الغرض أو الغاية التي جمعت من أجلها هذه البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

كذلك فقد أتاح المشرع الفرنسي والمشرع الأوروبي حق المستهلك الإلكتروني<sup>(١)</sup> في محو أو حذف كافة بياناته ومعلوماته الشخصية من المتحكم في هذه البيانات والمعلومات<sup>(٢)</sup>، بحيث يتم حذف الروابط التي تحتوي أو تشير إلى بيانات من ممكن أن تشكل انتهاك لحق المستهلك الإلكتروني في الخصوصية<sup>(٣)</sup>. كما أقر المشرع الفرنسي للشخص الحق في تحديد توجيهاته للمتحكم في معلوماته وبياناته بشأن عملية محو هذه بياناته بعد وفاته. وتطبيقا على ذلك فقد أقرت المحكمة العدل الأوروبية<sup>(٤)</sup>

---

<sup>١</sup> - Règlement 2016/679 du 27 avril 2016, art. 17, al. 1.

<sup>٢</sup> - A. Blandin-Obernesser, M. Boizard, S. Gambs et G. Piolle, «Le droit à l'oubli: présentation du projet DAO», 4e Atelier sur la protection de la vie privée (APVP' 13), Les Loges en Josas, HAL-Iniria, juin 2013.

<sup>٣</sup> - M. Bourgeois et A. Bounedjoum, «Les impacts de la loi pour une République numérique sur la loi Informatique et libertés», JCP E 2016, n° 51-52, p. 1683.

<sup>٤</sup> - CJUE, 13 mai 2014, C-131/12, Google Spain SL, Google Inc. c/Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González. ; D. 2014, 1476, note V.-L. Benabou et J. Rochfeld ; D. 2014, 1481, note N. Martial-Braz et J. Rochfeld ; AJDA 2014, 1147, chron. M. Aubert, E. Broussy et H. Cassagnabère ; JCP G. 2014, p. 768, note L. Marino ; AJ Collectivités territoriales 2014, p. 502, chron. O. Tambou ; Comm. com. électr. 2014, étude 13, note A. Debet ; JCP E 2014, 1327, note G. Busseuil ; RCA 2015, n° 5, étude 5, J.-M. Bruguère.

بحق مستخدمي الإنترنت في مطالبة محركات البحث بإزالة الروابط التي إلى البيانات والمعلومات التي حقهم في الخصوصية<sup>(١)</sup>، ولكن المشرع الأوروبي واستثناءً من الأصل فرض قيود على الحق في المحو للبيانات والمعلومات الشخصية وذلك لما نصت عليها المادة ١٧ من اللائحة الأوروبية رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦ بشأن حماية البيانات الشخصية، حيث لا يجوز ممارسة الحق في محو البيانات والمعلومات الشخصية في حالة ما إذا كانت المعالجة لهذه البيانات والمعلومات ضرورية، وقد استند في المشرع الأوروبي في ذلك على أنه يجب مراعاة الحقوق والالتزامات الممنوحة للأخريين في معالجة هذه البيانات، مثال على ذلك لاعتبارات صحية يتم الحصول على بيانات ومعلومات الشخصية لشخص من أجل معالجتها لضرورة الوصول إلى العلاج، كذلك يجب مراعاة التوازن والتناسب بين الحق في خصوصية البيانات الشخصية والحق في الحصول على المعلومات كمصلحة عامة لجمهور الأشخاص مع أن يأخذ في الاعتبار صحة البيانات وطبيعتها، وبناء على ذلك فقد قضت المحكمة برفض حجج شركة جوجل التي قدمتها بأن لها الحق في إخفاء ومحو البيانات التي يمكن العثور عليها عن طريق الاتصال مباشرة بصفحة معينة، أو حتى

---

<sup>١</sup> - L. Marino, «Comment mettre en œuvre le "droit à l'oubli" numérique ?», R. D. 2014, p. 1680 ; C. Kleitz, « Les balbutiements du droit à l'oubli numérique », Gaz. Pal. 2014, n° 170, p. 3 ; V.-L. Benabou et J. Rochfeld, « Les moteurs de recherche maîtres ou esclaves du droit à l'oubli numérique ? », D. 2014, p. 1476 ; J.-M. Bruguière, « Le "droit à l'oubli numérique, un droit à oublier », D. 2014, p. 299.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

بالموقع الذي نشر هذه المعلومات أو البيانات<sup>(١)</sup>، مما قد يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمستهلك الإلكتروني في أن تظل هذه البيانات موجودة ويستطيع الاطلاع عليها لكي لا يتأثر حقه في الإعلام والتبصير المستتير قبل إبرام التعاقد<sup>(٢)</sup>.

علاوة على ما سبق ولحماية المستهلك الإلكتروني في مجال خدمات المحتوى الرقمي، فقد أضاف المشرع الفرنسي في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١ مادة جديدة لحماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلك للخدمات أو المحتوى الرقمي، وذلك بالمرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١ والذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢، حيث نص المشرع الفرنسي على التزام المهني من مقدمي الخدمات أو المحتوى الرقمي عند تنفيذ عمليات المعالجة للبيانات الشخصية للمستهلك<sup>(٣)</sup>، بعدم انتهاك الالتزامات المنصوص عليها في اللائحة الأوروبية لحماية البيانات الشخصية رقم ٦٧٩ لسنة ٢٠١٦، وكذلك الضوابط المنصوص عليها في القانون الفرنسي لحماية البيانات الشخصية والحريات رقم ١٧ لسنة ١٩٧٨، وفي حالة ما إذا تم هذا الانتهاك من قبل المهني مقدم الخدمة أو المحتوى الرقمي لواحد من الضوابط المنصوص عليها أو عدم امتثاله لتلك المعايير، فإنه يتحمل المسؤولية القانونية بشقيها الجنائي والمدني عن هذا الانتهاك

<sup>١</sup> - TGI Paris, 13 mai 2016, Monsieur X. c/Google France et Google Inc. ; A. Debet, «Moteurs de recherche. Mise en œuvre de l'arrêt Google Spain par les tribunaux français », Comm. com. électr. 2016, n° 9, comm. 75.

<sup>٢</sup> - Article 29 Data Protection Working Party, Guidelines on the implementation of the court of justice of the European Union judgment on « Google Spain and Inc V. Agencia Española de protección de datos (AEPD) and Mario Costeja González », C-131/12, 26 November 2014.

<sup>٣</sup> - المرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١ بشأن حماية خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك للخدمات أو المحتوى الرقمي، الصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، والذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

دون المساس بباقي المعالجات الأخرى للبيانات الشخصية للمستهلك لخدمة أو محتوى رقمي<sup>(١)</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق فقد نص المشرع الفرنسي على مجموعة التدابير التي يمكن للقاضي تطبيقها بالإضافة إلى العقوبة الأصلية مثل حظر الشركة أو الشخص الاعتباري من العمل لمدة تصل إلى خمس سنوات، كذلك حظر مباشرة واحد أو أكثر من الأنشطة المهنية أو الاجتماعية، الإغلاق الدائم لمدة لا تزيد عن خمسة سنوات لفروع الشخص الاعتباري، علاوة على ذلك يمكن استبعاده من التعاقد مع الدولة بشكل مؤقت ولمدة لا تزيد عن خمس سنوات أو بشكل دائم، وبخلاف ما سبق يجوز للقاضي أن يحظر الشخص من إصدار الشيكات سواء كان شخص طبيعي أو اعتباري لمدة لا تزيد عن خمس سنوات، أو مصادرة الممتلكات التي استخدمت أو كان الغرض منها ارتكاب الجريمة أو عائدات الجريمة<sup>(٢)</sup>.

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة الاتحادية الأسترالية في القضية المرفوعة من جهاز حماية المستهلك والمنافسة الأسترالي ضد شركة جوجل والصادر في ١٢ أغسطس ٢٠٢٢، بإلزام شركة جوجل بدفع غرامة مالية قدرها ٦٠ مليون دولار، وذلك لقيام شركة جوجل بانتهاك خصوصية البيانات الشخصية لمستخدمي هواتف المحمول التي تعمل بنظام اندرويد وذلك عبر القيام بما يلي<sup>(٣)</sup>:

<sup>١</sup> - أنظر المادة 15-25-224 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمضافة بالمرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، المادة ١٢ منه، والذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

<sup>٢</sup> - أنظر في ذلك المواد، 24- 226 L. و 16- 226 L. و 39-131 من قانون العقوبات الفرنسي.

<sup>٣</sup> - Australian Competition and consumer commission v Google LLC, N°4, 12 August 2022, FCA, 942.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أ. الحصول على البيانات الشخصية الخاصة بالموقع والاحتفاظ بها واستخدامها في غير الغرض الذي تم الحصول من أجله عليها.

ب. الاستمرار في الحصول على البيانات الشخصية للمستهلكين الإلكترونيين عندما يستخدمون إحدى خدمات موقع جوجل، والاحتفاظ بالبيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها، لاستخدام هذه البيانات لاحقاً.

وترجع وقائع هذه القضية إلى الفترة ما بين ٩ مارس ٢٠١٧ ونوفمبر ٢٠١٨، حيث تعرض المستخدمين في أستراليا والذين كان لديهم حساب على موقع جوجل مرتبط بجهاز الهاتف النقال الذي يعمل بنظام التشغيل أندرويد حيث تم تثبيت تطبيق جوجل على خدمات الهاتف النقال، والتي يتطلب الموافقة في إعداد نشاط التطبيق على أن المشغل وهي شركة جوجل لن تسمح لطرف آخر الحصول على البيانات الشخصية الناتجة عن استخدام الموقع أو الاحتفاظ بها أو استخدامها، وذلك على خلاف الحقيقة حيث تم استخدام البيانات الشخصية الناتجة على استخدام موقع جوجل، كذلك البيانات الشخصية التي يمكن التعرف عليها على أنه ترتبط بصاحب الحساب على موقع جوجل، مما مكن شركة جوجل من الحصول على البيانات الشخصية وبيانات الموقع أو الاحتفاظ بها أو استخدامها، كذلك قدرة شركة جوجل على الحصول على كافة البيانات الشخصية وبيانات الموقع والاحتفاظ بها واستخدامها، وذلك عند يقوم المستخدم لموقعها أو لخدمات أخرى من خلال موقع جوجل، وبالتالي إمكانية الاحتفاظ بهذه البيانات الشخصية واستخدامها لاحقاً، مما يشكل معه انتهاك لقواعد حماية خصوصية البيانات الشخصية للمستهلكين، وبناء على ذلك فقد قضت المحكمة بتوقيع عقوبة الغرامة المالية على شركة جوجل لانتهاكها لقواعد خصوصية المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلكين لخدماتها على الهواتف النقالة الذكية.



## المبحث الثالث. انعكاسات السياسة التشريعية على صور الحماية

### الجنائية الخاصة للمستهلك الإلكتروني في بعض التعاقدات

سوف نتناول في المبحث نستعرض انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على صور الحماية الجنائية الخاصة للمستهلك الإلكتروني في بعض التعاقدات، ففي المطلب الأول نستعرض انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك في مجال خدمات الاتصالات والرقمنة والتكنولوجية وخدمات المحتوى الرقمي، وفي المطلب الثاني نوضح قواعد حماية المستهلك الإلكتروني فيما يتعلق بوسائل الدفع والتوقيع الإلكتروني، وفي المطلب الثالث نتناول الحماية الجنائية الخاصة للمستهلك الإلكتروني في حالتي البيع بالتقسيط والتأيم شير وفي المطلب الرابع نستعرض انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الاحتيال والخداع والتضليل في العلامات التجارية، وفي المطلب الخامس نستعرض السياسة التشريعية في الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الممارسات والأنشطة غير التنافسية والاحتكارية، وفي المطلب السادس نتناول تحديد الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من سرقة الهوية الرقمية، وفي المطلب السابع نستعرض الإشكاليات القانونية الناتجة عن جائحة فيروس كورونا المستجد المتعلقة بحماية بالمستهلك الإلكتروني.

### المطلب الأول. انعكاسات السياسة التشريعية على الحماية الجنائية

#### لمستهلكي خدمات المحتوى الرقمي والاتصالات والتكنولوجي

مما لا شك فيه أن السياسة التشريعية المعاصرة لابد أن تواكب التطور التكنولوجي والرقمي في مجال خدمات المحتوى الرقمي والاتصالات والتكنولوجي وتأثيرها على المستهلك الإلكتروني، وبناء على ذلك فقد تصدت التشريعات المقارنة لحماية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني في مجال خدمات المحتوى الرقمي وخدمات الاتصالات والتكنولوجيا من أجل تمكين المستهلك الإلكتروني لهذه الخدمات من اتخاذ قراره بإبرام التعاقد بشكل حر ومستتير ودون أي خداع أو تضليل أو غش، وكذلك ضمان لحقه في أن تناسب الخدمات الرقمية والتكنولوجية وغيرها من صور المختلفة للخدمات الاتصالات ووسائل وأدوات التطبيقات الإلكترونية الحديثة، والتي يقوم المستهلك بالتعاقد عليها مع الغرض من شرائها والثمن المدفوع فيها، علاوة على ذلك رفع أي ضرر أو خطر قد يقع على المستهلك الإلكتروني أو الرقمي في حالة ما إذا حدث سلوك من مقدمي الخدمي أو مشغلي هذه المنصات الإلكترونية قد يؤدي إلى إيقاعه في غلط أو خطأ، كل ذلك في ضوء مبدأ عام يتضمن حماية حقوق المستهلك الإلكتروني بموجب النظم والقواعد القانونية والقرارات المعمول بها وفي نفس الوقت ضمان تطبيق قواعد المنافسة العادلة بين المهنيين أو مقدمي الخدمات الإلكترونية والرقمية.

وبناء على ذلك التطور التكنولوجي في مجال الخدمات الرقمية وتأثيره على حقوق المستهلك الإلكتروني فقد سعت السياسة التشريعية المعاصرة إلى حماية المستهلك للخدمات الرقمية، وبناء على ذلك فقد أصدر المشرع الأوروبي في ٥ يوليو ٢٠٢٢ اللائحة بشأن السوق الموحد للخدمات الرقمية والتي سوف تدخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٤، من أجل وضع نظام متكامل لتنظيم خدمات المحتوى الرقمي في السوق الأوروبي بهدف ضمان بيئة آمنة وموثوق بها عبر الإنترنت<sup>(١)</sup>، وفي نفس

---

<sup>١</sup> - European Parliament legislative resolution of 5 July 2022 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC (COM)2020)0825 - C9-0418/2020 - 2020/0361(COD).

الوقت حماية المستهلك الإلكتروني من علميات نشر المحتوى غير القانوني عبر الإنترنت وكذلك مواجهة المخاطر المجتمعية التي يتسبب فيها نشر المعلومات والبيانات المضللة أو الخادعة أو غيرها من الصورة الأخرى للممارسات غير المشروعة عبر الإنترنت، من أجل حماية الحقوق الأساسية المنصوص عليها في الميثاق الأوروبي لحقوق الإنسان بشكل فعال وفي نفس الوقت لا يتعارض مع الحق في الابتكار والتجديد بالنسبة لصانعي المحتوى الرقمي وشركات المنصات الرقمية ومقدمي الخدمات الوسيطة وغيرها من المهنيين القائمين على تقديم خدمات المحتوى الرقمي.

وقد سبق هذه اللائحة الأوروبية الجديدة المتعلقة بخدمات المحتوى الرقمي، العديد من اللوائح والتوجيهات الأوروبية بشأن مكافحة الممارسات غير المشروعة التي تنتهك حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً ومنها التوجيه الأوروبي المتعلق بتوفير خدمات الوسائط السمعية والبصرية رقم ١٣ لسنة ٢٠١٠، وكذلك اللائحة الأوروبية بشأن معالجة نشر المحتوى الإرهاب عبر الإنترنت رقم ٧٨٤ لسنة ٢٠٢١ والصادرة في ٢٩ أبريل ٢٠٢١، واللائحة الأوروبية رقم ١١٥٠ لسنة ٢٠١٩ بشأن تعزيز العدالة والشفافية لمستخدمي الأعمال لخدمات الوساطة عبر الإنترنت والصادر في ٢٠ يونيو ٢٠١٩، والتوجيه الأوروبي بشأن معالجة البيانات الشخصية وحماية الخصوصية في قطاع الاتصالات الإلكترونية رقم ٥٨ لسنة ٢٠٠٢ والصادر في ١٢ يوليو ٢٠٠٢، واللائحة الأوروبية بشأن استخدام التقنيات من قبل مقدمي خدمات الاتصالات الشخصية المستقلة عن الأرقام للمعالجة للبيانات الشخصية رقم ١٢٣٢ لسنة ٢٠٢١ والصادر في ١٤ يوليو ٢٠٢١ وكذلك القواعد المنظمة لعمل منصات مشاركة الفيديو، والتوجيه الأوروبي بشأن مكافحة الممارسات التجارية غير العادلة بين الشركات والمستهلكين في السوق الداخلية رقم ٢٠٠٤ لسنة ٢٠٠٦ والصادر في ١١ مايو ٢٠٠٥، وكذلك اللائحة الأوروبية بشأن التعاون بين السلطات

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الوطنية المسؤولة عن إنفاذ قوانين حماية المستهلك رقم ٢٣٩٤ لسنة ٢٠١٧ والصادر في ١٢ ديسمبر ٢٠١٧.

وبناء على اللائحة الأوربية بشأن الخدمات الرقمية والصادرة في ٥ يوليو ٢٠٢٢، عرف المشرع الأوربي المنصات عبر الإنترنت على أنها مزودي خدمات الاستضافة التي لا تقوم فقط بتخزين المعلومات المقدمة من قبل متلقي الخدمة بناء على طلبهم، بل تقوم أيضا بنشر هذه المعلومات للجمهور مرة أخرى بناءً على طلبهم، مثال على ذلك مواقع وسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية<sup>(١)</sup>. ولكن لا يمكن اعتبار مقدمي خدمات الاستضافة كمنصات عبر الإنترنت وذلك عندما يكون النشر للجمهور مجرد ميزة ثانوية وتكميلية بحتة، ويرتبط ارتباطاً جوهرياً بخدمة أخرى أو وظيفة ثانوية للخدمة الرئيسية ولا يمكن استخدام هذه الميزة أو الوظيفة، لأسباب فنية موضوعية بدون تلك الخدمة الرئيسية الأخرى، ولكن في نفس لا يعد تكامل هذه الميزة او الوظيفة وسيلة من أجل التحايل على تطبيق قواعد اللائحة الأوربية الجديدة بشأن الخدمات الرقمية المطبقة على المنصات عبر الإنترنت، مثال على ذلك قسم التعليقات في إحدى الصحف على الانترنت مثل هذه الميزة تكون تابعة للخدمة الرئيسية التي يمثلها نشر الأخبار تحت المسؤولية التحريرية للناشر، مما تعتبره معه منصة عبر الإنترنت وينطبق عليها أحكام اللائحة الأوربية الجديدة.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري في حماية المستهلك في مجال الخدمات الرقمية والاتصالات والتكنولوجي، فباستقراء قانون المعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع القطري من أجل حماية المستهلك الإلكتروني في مجال السلع والخدمات الإلكترونية نص على مجموعة من الالتزامات التي تقع على كلاً من

<sup>١</sup> - المادة ١٣ من اللائحة الأوربية بشأن خدمات المحتوى الرقمي والصادرة في ٥ يوليو ٢٠٢٢، والتي سوف تدخل حيز في الأول يناير ٢٠٢٤.

مقدمي الخدمة ومشغلي المنصات الإلكترونية، بحيث أوجب على مقدمي الخدمة أن يوفر لمستهلكين خدماته ولأي جهة حكومية مختصة، في الشكل والطريقة التي يمكن الوصول إليها بصورة ميسرة ومباشرة ومستمرة، مع الالتزام بتقديم المعلومات التالية<sup>(١)</sup>:

١. أن يوفر مقدم الخدمة للمستهلك المعلومات المتعلقة باسم مقدم الخدمة، من أجل أن يتمكن المستهلك الإلكتروني العادي من معرفة شخصية وهوية مقدم الخدمة، وبالتالي اختيار مقدم الخدمة الذي يثق فيه وفي قدرته على تقديم الخدمة بالشكل المناسب والملائم لحاجة المستهلك.

٢. يلتزم مقدم الخدمة بتوفير معلومات عن عنوان مقدم الخدمة للمستهلك، حيث يشكل عنوان مقدم الخدمة من البيانات والمعلومات الهامة التي يجب أن يطلع عليها المستهلك من أجل تمكنه من معرفة وتحديد هويته مقدم الخدمة والوصول إليه في أي وقت.

٣. يلتزم مقدم الخدمة بتوفير معلومات الاتصال المتعلقة بمقدم الخدمة للمستهلك، بما في ذلك عنوان الاتصال الإلكتروني، وبالتالي يستطيع مستهلك الخدمة من التواصل مع مقدم الخدمة في حالة ما إذا احتاج إليه من أجل تقديم خدمات ما وراء البيع والعمل على حل أي مشكلة قد تواجه المستهلك في المستقبل.

٤. كذلك يلتزم مقدم الخدمة بتوفير بيانات السجل التجاري للمستهلك، أو أية وسيلة أخرى مماثلة، من أجل تحديد هوية مقدم الخدمة، إذا كان مسجلاً في سجل تجاري أو سجل مشابه متاح للجمهور.

٥. علاوة على ذلك يلتزم مقدم الخدمة بتوفير بيان مدونات أو قواعد السلوك التي يخضع لها مقدم الخدمة وإمكانية وكيفية الاطلاع عليها إلكترونياً للمستهلك.

<sup>١</sup> - المادة ٥١ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩، والصادر في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٠.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٦. وفي النهاية يلتزم مقدم الخدمة بتوفير أي معلومات أخرى يقدر المجلس الأعلى أهميتها من أجل حماية المستهلك وخدمة التجارة الإلكترونية.

علاوة على ذلك وفي إطار السياسة التشريعية المعاصرة، فقد نص المشرع القطري من أجل حماية المستهلك الإلكتروني في مجال الاتصالات من الممارسات غير المشروعة في اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات القطري على أنه لا يجوز لأي مقدم خدمة القيام بأي إيداع أو اقتراح زائف أو مضلل بشأن مدى توفر خدمات أو معدات خاصة به أو سعرها أو جودتها، أو خدمات أو معدات الاتصالات الخاصة بمقدم خدمه آخر<sup>(١)</sup>. ويساير بذلك المشرع القطري التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات وفي نفس الوقت يضمن الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في مجال خدمات الاتصالات من أي شكل من أشكال الممارسات غير المشروعة والتي تتعلق بارتكاب مقدم الخدمة صورة من صور الادعاء المضلل أو الزائف أو المخادع للمستهلك في شأن توفر الخدمة أو سعرها أو جودتها، مما أدى إلى أيقاع المستهلك في الخطأ أو الغلط.

بالإضافة إلى ذلك وفي ضوء التزام مقدم الخدمة بشفافية المعلومات فقد نصت المشرع القطري في قانون الاتصالات على أن يوفر مقدم الخدمة للمستهلك شروط الخدمة والتعريف الخاصة والأسعار والتكاليف المعمول بها لأي من خدمات الاتصالات وذلك قبل اشتراكه في الخدمة أو قبل تحمله لأي التزامات تجارية أمام

<sup>١</sup> - انظر المادة ٩٠ من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات القطري رقم ١ لسنة ٢٠٠٩، والصدارة بقرار مجلس إدارة المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تم نشرها في الجريدة الرسمية العدد ٧ في ٢٦ يوليو ٢٠٠٩، ص ٣٧١.

مقدم الخدمة<sup>(١)</sup>. علاوة على ذلك يلتزم مزود الخدمة بأن ينشر عبر موقعه الإلكتروني ما يلي<sup>(٢)</sup>:

أ. نسخة محدثة ومعتمدة من شروط الخدمة أو أي نموذج آخر لأحكام وشروط تقديم الخدمة.

ب. الأسعار والتعريفات والرسوم لأي معدات أو خدمات، بما في ذلك كافة اللوائح التسعيرية المعتمدة والتغييرات المقترحة على التعريفات والتي يتم دفعها للأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وذلك وفقا للضوابط المنصوص عليها في المادة ٥٥ من اللائحة التنفيذية<sup>(٣)</sup>.

ت. توضيح كافة معلومات الاتصال الخاصة بهيئة تنظيم الاتصالات بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى ما توضيح ما يفيد خضوع مقدم الخدمة لقانون الاتصالات ورقابة المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بموجب القانون، وان بوسع المستهلك ومقدمو الخدمة الآخرون أن يحيلوا أي نزاعات لم يبت فيها إلى المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

<sup>١</sup> - المادة ٥١ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩، والصادر في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٠.

<sup>٢</sup> - المادة ٩٧ من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات القطري رقم ١ لسنة ٢٠٠٩.

<sup>٣</sup> - أنظر المادة ٥٥ من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات القطري رقم ١ لسنة ٢٠٠٩، والتي تنص على أن تسري أحكام المواد (٥٦)، (٥٧)، (٥٨)، (٥٩) من هذه اللائحة، على مقدمي الخدمات، الذين قامت الأمانة العامة بتصنيفهم كمقدمي خدمة مسيطرين في سوق أو أكثر من أسواق الاتصالات وفقا للمواد (٧٢)، (٧٣)، (٧٤) من هذه اللائحة، وتطبق متطلبات التعرف على جميع تعرفه خدمات مقدمي الخدمة المسيطرين، بما في ذلك، جميع تعرفه التجزئة والجملة. وتطبق متطلبات التعرف على الأجرور المتعلقة بالربط البيئي أو الوصول حيثما تكون تلك الأجرور خاضعة لأمر صادر عن الأمانة العامة بمقتضى البند (١) من المادة (٥٠) من هذه اللائحة.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ث. الالتزام بسهولة الوصول إلى المعلومات السابقة من خلال نظام تصفح بسيط وسهل الاستخدام بالنسبة لجمهور المستهلكين.

ج. يجب أن تكون كافة المعلومات عن خدمات الاتصالات متاحة للمستهلكين وغير مقتصرة على المعلومات المتاحة عبر المواقع الإلكترونية أو المواد الترويجية، ويشترط أن يتوافر فيها ما يلي:

- أن تكون هذه المعلومات دقيقة.

- أن تكون محدثة ومعتمدة، وفي حالة حدوث أي تغييرات في شروط واحكام الخدمة يجب أن يتم تحديث المعلومات المعلنة عنها في أقرب وقت ممكن عملياً. مثال على ذلك يجب على مقدمي الخدمة إشعار العملاء مسبقاً بأية زيادة قد تحدث على الرسوم الشهرية قبل شهر واحد على الأقل. كذلك يلتزم مقدم الخدمة بنشر أي زيادة في الأسعار في إحدى الصحف المحلية العربية والأجنبية، كما يجب على مقدم الخدمة الإعلان عن هذه الزيادة من خلال إرسال الرسائل النصية على الهاتف الخليوي.

بالإضافة إلى الالتزامات السابق على مقدمي الخدمة في مجال خدمات الاتصالات والرقمنة والتكنولوجيا، يلتزم مقدمي الخدمة لحماية المستهلك من رصد معدل الاستهلاك والاتفاق على الحد الائتماني وفقاً للضوابط التالية:

أ. عند أماكن البيع يلتزم مقدم الخدمة بشرح آلية تطبيق نظام الحد الائتماني وما يترتب عليه.

ب. كذلك يلتزم مقدم الخدمة بالاتفاق الصريح الواضح على الحد الائتماني للخدمة مع المستهلك.

ت. علاوة على ما سبق يلتزم مقدم الخدمة برصد معدل الاستهلاك والتمسك بالحد الائتماني المتفق عليه مع المستهلك.



ث. يلتزم كذلك مقدم الخدمة بإخطار المستهلكين من العملاء للخدمة من خلال الرسائل التذكيرية بوصول استهلاكه إلى ٨٠% و ١٠٠% من الحد الائتماني الأقصى المتفق عليه شهرياً.

ج. يلتزم مقدم الخدمة بتعليق جميع خدمات الاتصالات الخاصة بالمستهلك حال وصوله إلى الحد الائتماني المتفق عليه. ويتم بعد ذلك إعادة تشغيل الخدمة في حالة دفع الفاتورة، ولا يعاد تشغيل الخدمة إلا بعد تسوية الفاتورة أو في حال قيام المستهلك برفع معدل الائتمان مؤقتاً بشرط موافقة مقدم الخدمة على ذلك، وفي هذه الحالة يقوم مقدم الخدمة بسرعة تعديل الحد الائتماني المؤقت المعدل المتفق عليه.

وفي جميع الأحوال إذ قام مقدم الخدمة بتقديم معدات للاتصالات إلى المستهلك فعليه أن يلتزم بتقديم كافة المعلومات الواردة بشأن سياسة الاسترجاع والاستبدال لهذه المعدات. علاوة على ذلك ففي حالة ما إذا طلب مقدم الخدمة من العميل مبلغ تأميني مقدماً، فعلى مقدم الخدمة أن يزود المستهلك بكافة المعلومات الخاصة بالشروط والأحكام متضمنة جميع الحالات والظروف التي يمكن من خلالها مصادرة المبلغ أو إعادته.

علاوة على ما سبق فقد نص المشرع القطري على أن يشترط في أي اتصال إلكتروني يكون موضوعه خدمة تجارة إلكترونية ذات طبيعة تجارية، أو يشكل جزءاً منها، ويقوم بتقديمها مقدم الخدمة، أن تتوافر فيه الشروط التالية<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بأن يكون واضحاً أن اتصال ذو طبيعة تجارية.
٢. الالتزام بأن يحدد بوضوح الشخص الذي يتم الاتصال بالنيابة عنه.

<sup>١</sup> - المادة ٥٣ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات الإلكترونية والتجارية الإلكترونية.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٣. في حالة العروض أو المسابقات ذات الطبيعة الترويجية، فلا بد من استيفاء الشروط التالية:

- أ. أن تكون هذه العروض أو المسابقات محددة بكل دقة ووضوح.
  - ب. أن تكون الشروط الواجب استيفاؤها للمشاركة في العروض أو المسابقات غير مضللة أو خادعة ومبينة بشكل واضح لجمهور المستهلكين ودون أي غموض، وأن يكون من السهل الوصول إليها.
  - ت. وفي النهاية يجب الالتزام بالألا تكون هذه العروض أو المسابقات الترويجية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.
- أما بالنسبة لموقف المشرع المصري بشأن حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات، فقد نص على ضرورة أن تكون كافة العقود الخاصة باستخدام خدمة المحمول والإنترنت مكتوبة باللغة العربية وإيصالات سداد هذه الخدمات. إلزام شركات المحمول الثلاث بإرسال رسالة تحذيرية لعملائها في حالة وصول فاتورة المشترك إلى مبلغ خمسمائة جنيه مصري. كذلك فقد تم الاتفاق على تشكيل لجان مشتركة والاستعانة بشرطة مباحث التموين وقطاع التجارة الداخلية للمرور على الأسواق وضبط أجهزة المحمول الغير معلومة المصدر، حفاظا على حقوق المستهلكين ووقاية لهم من تعرضهم للغش والخداع وإهدار حقوقهم كمستهلكين، وذلك في ضوء صدور قرار وزير العدل رقم ١٠١١ لسنة ٢٠١٢ بمنح عدد عشرين من العاملين الدائمين بجهاز حماية المستهلك سلطة الضبطية القضائية، وأكد أن الجهازين يعملان داخل منظومة حكومية واحدة تهدف إلى الحفاظ على حقوق المستهلكين ومصداقية التعامل معهم<sup>(١)</sup>.

<sup>١</sup> - أنظر قرار وزير العدل المصري رقم ١٠١١ لسنة ٢٠١٢.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فيما يتعلق بحماية حقوق المستهلك في مجال الإعلان عن المحتوى الرقمي والخدمات الرقمي، فنجد أن المشرع الفرنسي قد نظم هذه القواعد من خلال القسم الفرعي الرابع من مدونة حماية المستهلك من المادة L.224-25-16 إلى المادة L.224-25-16 ، وهذه المواد تم إضافتها وفقا للمرسوم رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١ والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، والذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢، فنظرا لتطور عمليات المحتوى الرقمي والخدمات الرقمية وانتشاره في المجتمع بشكل كبير، وبالتالي تدخل المشرع الفرنسي لتنظيمها من أجل حماية حقوق المستهلك الإلكتروني. وبناء على ذلك فقد وضع المشرع الفرنسي معايير من أجل اعتبار المهني مقدماً لمحتوى رقمي أو خدمة رقمية، وقد نص المشرع الفرنسي على تطبيق قواعد خاصة على مقدمي المحتوى أو الخدمات الرقمية، حيث يعتبر المهني مقدما للخدمة أو المحتوى الرقمي وفقا للعقد والمعايير المنصوص عليها التالية<sup>(١)</sup>:

١. حالة ما إذا نص العقد على توريد المهني لمرة واحدة للمحتوى الرقمي أو الخدمة الرقمية، أو تم ذلك عبر سلسلة من عمليات التوريد المنفصلة، وفي هذه الحالة يكون المهني مسئول عن أي نقص في عدم المطابقة للخدمة أو المحتوى الرقمي الموجود، وذلك في وقت التوريد أو خلال فترة التعاقد.
٢. حالة ما إذا كان ينص العقد على تقديم الخدمة أو المحتوى الرقمي بصورة مستمرة ودورية، ففي هذه الحالة يكون المهني مسئول عن أي نقص في مطابقة الخدمة أو المحتوى الرقمي لما هو منصوص عليه في التعاقد المبرم خلال الفترة التي يجب توفيرها بموجب العقد.

<sup>١</sup> - انظر المادة 12- 25 - L224 مدونة حماية المستهلك الفرنسي، والتي تم اضافتها بموجب المرسوم رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، المادة ١٢ منه، والذي دخل حيز النفاذ في ١ يناير ٢٠٢٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٣. حالة ما إذا أخل المهنى خلال فترة العقد وحتى نهايته بالقيام بالتحديثات المطلوب للخدمة أو المحتوى الرقمي وذلك وفقا لما نص عليه العقد.

٤. حالة ما إذا كان المهنى ملتزم في خلال مدة زمنية معقولة بسد الثغرات أو عدم المطابقة، وذلك في حالة عدم مطابقة الخدمة أو المحتوى الرقمي المفروض تقديمه بموجب العقد والنتائج عن عدم التكامل الصحيح مع البيئة الرقمية للمستهلك، أو النتائج عن الثغرات في الخدمة أو المحتوى الرقمي التي يقدمها المهنى.

ومن أجل حماية المستهلك للخدمات أو المحتوى الرقمي في ظل ظروف العصر الحديث المتلاحقة والمتطورة والسريعة والتي انتشر خلالها استخدام الخدمات الإلكترونية أو المحتوى الرقمي بشكل كبير، فقد نص المشرع الفرنسي على مجموعة من الالتزامات يجب على كل مقدم للمحتوى أو الخدمة الرقمية الالتزام بها وفقا للتعديلات الأخير التي تم إضافتها على مدونة حماية المستهلك في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، والتي دخلت حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بالوصف والنوع والكمية والجودة المنصوص عليها في العقد المتعلق بالخدمات أو المحتوى الرقمي، لاسيما فيما يتعلق بالوظيفة والتوافق والقابلية للاستخدام والتشغيل وفقا لبيئة المستهلك الإلكتروني أو الرقمي. وكذلك وفقا للاستخدام المتوقع عادة للخدمة أو المحتوى الرقمي للمستهلك، وفي ضوء ما نصت عليها القواعد الأوروبية أو قواعد السلوك المتعارف عليها في هذا القطاع

<sup>١</sup> - أنظر المادتين L 224-25-14 و L 224-25-15 من مدونة حماية المستهلك الفرنسي، واللذان تم إضافتهما بموجب المرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، ودخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

- الرقمي، خاصة في ظل اصدار المشرع الأوربي في ٥ يوليو ٢٠٢٢ لائحة الخدمات الرقمية والتي تم بموجبها تعديل التوجيه الأوربي رقم ٣١ - ٢٠٠٠.
٢. التناسب والملائم لاستخدام المستهلك للخدمة أو المحتوى الرقمي، علاوة على التزام المهني مقدم الخدمة أو المحتوى الرقمي بالصفات التي قدمها للمستهلك في النسخة التجريبية أو التي تم معاينتها قبل إبرام العقد.
٣. الالتزام بتوفير جميع الملحقات والتعليمات التي تتعلق بالخدمة أو المحتوى الرقمي، كذلك الدعم للعملاء من أجل تمكنهم من الاستفادة من الخدمة أو المحتوى الرقمي، كل ذلك وفقا لما ينص عليه العقد.
٤. الالتزام بتحديث الخدمة أو المحتوى الرقمي، وذلك وفقا لبنود العقد، وفقا لما يتوقعه المستهلك من الخدمة أو المحتوى الرقمي بشكل معقول ومشروع.
٥. كذلك يلتزم المهني بتوافق الخدمة أو المحتوى الرقمي مع الكمية والنوعية والخصائص الأخرى، بما فيها التوافق وإمكانية الوصول والاستمرارية والأمن، التي يتوقعها المستهلك للخدمة أو المحتوى الرقمي بشكل طبيعي ومشروع، بما في ذلك الإعلانات والملصقات عنها. واستثناء من ذلك لا يلتزم المهني مقدم الخدمة أو المحتوى الرقمي بهذا الضابط في الحالات التالية:
- أ. حالة ما إذا تم تصحيح الإعلانات المعروضة للعامة، وعرضها في ظل ظروف الإعلانات الأولية عن الخدمة أو المحتوى الرقمي، وذلك قبل وقت إبرام العقد.
- ب. حالة ما إذا كانت هذه البيانات والمعلومات العامة لا تؤثر على قرار المستهلك الإلكتروني المستنير بإبرام التعاقد.
- ت. حالة ما إذا كانت الثغرات أو التحديثات للخدمة أو المحتوى الرقمي، لا يعرفها المهني ولم يكن في وضع يسمح له بمعرفتها بشكل طبيعي ومشروع.
- أما بالنسبة لالتزام المهني مقدم الخدمة أو المحتوى الرقمي بمطابقتها لما هو منصوص عليه في العقد المبرم أو لما كان يتوقعه المستهلك الإلكتروني المعتاد

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والمشروع، ففي حالة وجود عيب في المطابقة يظهر خلال اثني عشر شهراً من تاريخ تقديم الخدمة أو المحتوى الرقمي أو توريدها يلتزم المهني بتصحيح هذا العيب، ويقع عبء اثبات عدم المطابقة في هذه الحالة على عاتق المهني ما لم ينص العقد على خلاف ذلك. ولكني يستثني المهني من المسؤولية في حالة ما إذا تم إثبات أن عيب عدم المطابقة يرجع بشكل مباشر إلى عدم التوافق بين الخدمة أو المحتوى الرقمي المقدمة من المهني مع البيئة الرقمية للمستهلك، وأن المهني قد أبلغ المستهلك بالمتطلبات الفنية لهذا المحتوى أو الخدمة الرقمية قبل إبرام التعاقد ولكن لم يلتزم بتنفيذ هذه المتطلبات<sup>(١)</sup>.

وفي جميع الأحوال يلتزم المستهلك للخدمة أو المحتوى الرقمي بالتعاون مع المهني مقدم هذه الخدمات أو المحتوى الرقمي، بالقدر الممكن والمعقول والضروري وبأقل تدخل بالنسبة له، من أجل تحديد ما إذا كان عدم المطابقة ناتجاً عن عدم التوافق مع بيئة المستهلك، فإذا لم يتم بذلك انتقل عبء الإثبات إلى عاتق المستهلك الرقمي، بشرط أن يتم إبلاغه بطريقة واضحة ومفهومة بالتزامه بالتعاون وفقاً للضوابط السابقة قبل إبرام العقد.

وفي حالة عدم مطابقة الخدمة أو المحتوى الرقمي المقدم من المهني لما هو متفق عليه مع المستهلك في العقد المبرم، فإن المشرع الفرنسي ينص على مجموعة من الحقوق للمستهلك في هذه الحالة، وهي على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

<sup>١</sup> - أنظر المادة L224-25-16 من مدون حماية المستهلك الفرنسية، والمضافة بالمرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، المادة ١٢ منه، والتي دخلت حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

<sup>٢</sup> - أنظر المواد من المادة L224-25-17 إلى المادة L224-25-23 من مدون حماية المستهلك الفرنسية، والتي تم إضافتها بالمرسوم بقانون رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، المادة ١٢ منه، والصادر في ٢٩ سبتمبر ٢٠٢١، والذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٢٢.

- أ. حق المستهلك بجعل المحتوى أو الخدمة الرقمية متوافقة مع المعايير المنصوص عليها وفقاً للضوابط السابق تناولها.
- ب. يتم هذا الامتثال دون أي تكلفة على المستهلك، ودون أي تأخير لا داعي له، وفي أعقاب طلب المستهلك ودون إزعاج كبير له، وذلك وفقاً لطبيعة الخدمة أو المحتوى الرقمي المعني والاستخدام الذي يسعى إليه المستهلك، أي الغاية من العقد المبرم التي يبتغيه المستهلك للخدمة أو المحتوى الرقمي محل التعاقد.
- ت. لا يطلب من المستهلك دفع مقابل الاستخدام الذي قام به للخدمة أو المحتوى الرقمي خلال الفترة التي سبقت إنهاء العقد، والتي كان المحتوى أو الخدمة الرقمية خلالها غير متوافقة.
- ث. علاوة على ما سبق فقد أجاز المشرع الفرنسي للمستهلك للخدمة أو المحتوى الرقمي غير المتطابق الحق في الحصول على تخفيض للسعر أو إنهاء العقد في الحالات التالية:
- ث. عندما يرفض المهني جعل الخدمة أو المحتوى الرقمي متوافقاً.
- ج. عندما تتأخر عملية التوافق بين الخدمة أو المحتوى الرقمي بشكل غير مبرر أو إذا تسبب في إزعاج كبير للمستهلك، ويشترط لذلك أن تصل درجة الإزعاج لمستهلك الخدمة أو المحتوى الرقمي درجة كبيرة تجعل له الحق في تخفيض السعر أو إنهاء العقد.
- ح. عندما تستمر حالة عدم التوافق للمحتوى أو الخدمة الرقمية على الرغم من محاولات المهني غير الناجحة لجعلها متوافقة.
- خ. حالة ما إذا كان عدم التوافق كبيراً وخطيراً لدرجة أنه يبرر تخفيض السعر أو إلغاء العقد بشكل فوري، دون أن يطلب المستهلك بمطابقة الخدمة أو المحتوى الرقمي مسبقاً.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة العدل الأوروبية في قضية تطبيق أوبر لتقديم خدمات الوساطة في النقل، بأن شركة أوبر قد مارست تأثيراً حاسماً على شروط خدمة النقل بالنسبة للسائقين غير المحترفين باستخدام التطبيق، وقد اشترطت دولة فرنسا على السائقين في تطبيق أوبر ضرورة الحصول على رخصة مهنية لممارسة مهنة قيادة مركبات في تطبيق أوبر، ذلك بموجب الفقرة الرابعة من المادة الثالثة من التوجيه الأوروبي رقم ٣١ لسنة ٢٠٠٠ والذي يجيز للدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي أن تتبنى، فيما يتعلق بخدمة مجتمع معلومات معينة تقع ضمن مجال التنظيم، تدابير تحد من مبدأ حرية حركة مجتمع المعلومات ولكن ضرورة توافر شرطين للقيام بذلك وهما على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

**الشرط الأول.** أن يكون التقييد من خلال التدابير المعنية ضرورياً لضمان النظام العام أو حماية الصحة العامة أو الأمن العام أو حماية المستهلك من خدمة مجتمع المعلومات التي تضر فعلياً بهذه الأهداف أو تشكل خطراً جسيماً وخطيراً ضد هذه المصالح،

---

<sup>١</sup> - CJUE 19 décembre 2019, aff. C-390/1, M. Abenhaim, Services de la société de l'information, Europe n° 2, févr. 2020, comm. 55 ; A. Chapuis-Doppler & V. Delhomme, A regulatory conundrum in the platform economy, case C-390/18 Airbnb Ireland, European Law Blog, 12 fév. 2020, <https://europeanlawblog.eu/2020/02/12/a-regulatory-conundrum-in-the-platform-economy-case-c-390-18-airbnb-ireland/> ; X. Delpech, Juris tourisme 2020, n° 226, p. 11 ; T. Douville et H. Gaudin, Service de la société de l'information, Airbnb bénéficie de la libre circulation, JCP Entreprise et Affaires n° 12, 19 mars 2020, p. 1129 et s. ; A. Lecourt, Impossibilité pour la France d'exiger d'Airbnb de disposer d'une carte professionnelle d'agent immobilier, Dalloz IP/IT 2020, p. 265 ; G. Loiseau,



**الشرط الثاني.** أن تكون هذه التدابير المتخذة من الدولة العضو بالاتحاد الأوروبي متناسبة مع الأهداف السابق ذكرها، أي لا يكون هناك أي تعسف في استعمال هذا الحق من قبل الدولة. علاوة على قيام هذه الدولة بأخطار الدولة العضو الأخر التي يوجد على أراضيها مقر مقدم الخدمة بالإجراءات الأولية والتدابير والأفعال التي سوف تقوم باتخاذها في هذا الشأن.

وتكون المفوضية الأوروبية هي المسئولة عن مراقبة وفحص مدى توافر الإجراءات المبلغ عنها بشأن التدابير المتخذة من قبل الدول العضو مع قانون الاتحاد الأوروبي وذلك في أقرب وقت ممكن، وفي حالة ما إذا انتهت إلى قرار برفض هذه التدابير، تقوم المفوضية الأوروبية بمطالبة الدولة العضو بإلغاء هذه التدابير وإيقاف تنفيذه على وجه السرعة<sup>(١)</sup>، ويترتب على عدم قيام الدولة العضو بإخطار مقدم الخدمة بالتدبير أو الإجراء الذي سوف يقيد حرية حركة خدمة مجتمع المعلومات التي يقدمها مشغل الخدمة العابرة للحدود والذي يتواجد مقره الرئيسي في دولة عضو آخر، عدم قابلية تنفيذ هذا التدبير أو الإجراء قبله<sup>(٢)</sup>.

وفي نفس السياق فقد قضت محكمة العدل الأوروبية بأنه يجوز للدولة العضو المضيفة للخدمات الإلكترونية أن تطلب من مزود الخدمة للشركات العابرة للحدود الوطنية

<sup>١</sup> - V., L' arrêt du 30 avril 1996, CIA Security International, C-194/94, EU:C:1996:172, point 41.

<sup>٢</sup> - voir, par analogie, arrêt du 4 février 2016, Ince, C-336/14, EU:C:2016:72, point 84), mais également dans un litige entre des particuliers (voir, par analogie, arrêt du 27 octobre 2016, James Elliott Construction, C-613/14, EU:C:2016:821،

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الامتثال للأحكام الوطنية ذات المصلحة العامة<sup>(١)</sup>، ويجب في هذه الحالة أن تتوفر حالة الضرورة القائمة على توافر الحماية للنظام العام أو حماية الصحة العامة أو الأمن العام أو حماية المستهلك، وأن تكون متناسبة مع الهدف الذي تسعى إليه الدولة المضيفة، علاوة على ذلك يشترط توافر آليه للتعاون بين الدولة المضيفة ودولة منشأ الشركة مقدم الخدمة العابرة للحدود الوطنية والمفوضية الأوروبية<sup>(٢)</sup>، عن طريق الإخبار والأعلام بالقواعد الوطنية المتعلقة بتنظيم هذه الخدمات من أجل تجنب اللجوء المتكرر إلى تطبيق الاستثناءات، وذلك تطبيقاً للتوجيه الأوروبي رقم ١٥٣٥ لسنة ٢٠١٥ بشأن شفافية السوق الموحدة والذي ينظم القواعد المتعلقة بخدمات مجتمع

---

<sup>١</sup> - Dir. 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur, JO L 178, 17.7.2000, p. 1-16.

<sup>٢</sup> - M. Laazouzi, La clause marché intérieur, in Quel avenir pour la théorie générale des conflits de lois ? Droit européen, droit conventionnel, droit commun, T. Azzi et O. Boskovic (dir.), Bruxelles, Bruylant, 2015, p. 205 s. M. Ho-Dac, Le principe de reconnaissance mutuelle et la loi du pays d'origine, in Les dimensions de la reconnaissance mutuelle en droit de l'Union européenne, C. Marzo et M. Fartunova (dir.), Bruxelles, Bruylant, 2018, p. 59-83. CJUE 20 déc. 2017, aff. C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi, AJDA 2018. 329, chron. P. Bonneville, E. Broussy, H. Cassagnabère et C. Gänser ; D. 2018. 934, note N. Balat ; ibid. 1412, obs. H. Kenfack ; JT 2018, n° 205, p. 12, obs. X. Delpech ; RTD eur. 2018. 147, obs. L. Grard ; ibid. 273, étude V. Hatzopoulos.

المعلومات الرقمي، كل ذلك في سياق التوجيه الأوربي بشأن التجارة الإلكترونية<sup>(١)</sup> ولائحة الأوربية رقم ٣٨٩ لسنة ٢٠١٨ المكمل لها<sup>(٢)</sup>.

---

<sup>١</sup> - Marion Ho-Dac, La (dé)réglementation des services d'intermédiation fournis par la plateforme Airbnb à l'aune de la directive «commerce électronique» , Revue critique de droit international privé 2020/3 (N° 3), Cairn, Paris, pages 588 à 613. C. Busch, G. Dannemann, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska et F. Zoll (eds), Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms : Commentary, Jagiellonian University Press 2019 ; J. Clesse et F. Kéfer, Enjeux et défis juridiques de l'économie de plateforme, Anthemis, 2019 ; B. Devolder (ed.), The Platform Economy : Unravelling the Legal Status of Online Intermediaries, Intersentia, Cambridge 2019 ; B. G. Edelman et D. Geradin, Efficiencies and Regulatory Shortcuts : How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber ?, Stanford Technology Law Review 2016, n° 19, p. 293-328 ; V. Hatzopoulos, The collaborative economy and EU law, 2018, Hart Publishing ; J. Sénéchal et S. Stalla-Bourdillon (dir.), in Rôle et responsabilité des opérateurs de plateforme en ligne : approche(s) transversale(s) ou approches sectorielles ?, IRJS Éd., 2018 ; A. Wiewiórowska-Domagalska, Online Platforms : How to Adapt Regulatory Framework to the Digital Age ?, European Parliament Briefing, PE 607.323, 2017.

<sup>٢</sup> - Règlement délégué (UE) 2018/389 de la Commission du 27 novembre 2017 complétant la directive (UE) 2015/2366 du Parlement européen et du Conseil par des normes techniques de réglementation relatives à l'authentification forte du client et à des normes ouvertes communes et

## المطلب الثاني. انعكاسات السياسة التشريعية على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني فيما يتعلق بوسائل الدفع والتوقيع الإلكتروني

مما لا شك فيه أن وسائل الدفع الإلكترونية وغيرها من الوسائل الحديثة للمعاملات الإلكترونية أصبحت اليوم من الأمور الشائعة الاستخدام من قبل المستهلكين، بل أن ما يعاني منه المجتمع الآن من أزمات ومشاكل صحية ناتجة عن انتشار فيروس كورونا المستجد وما تم اتخاذه من إجراءات وتدابير استثنائية للتباعد الاجتماعي وأغلق المتاجر والأسواق التجارية والمحلات، أدت إلى اتجاه المستهلكين إلى استخدام الوسائل التكنولوجية في عمليات الشراء والاستهلاك للبضائع والخدمات، وبالتالي ظهرت الحاجة إلى أهمية حماية وسائل الدفع الإلكترونية وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة المتعلقة بدفع الثمن عن بعد أو عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة للدفع.

لذلك فقد أقر منذ زمن القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر في عام ١٩٩٦ هذه الوسائل من خلال الاعتراف بجواز استخدام رسائل البيانات الإلكترونية للتعبير عن العرض وقبول العرض وبالتالي الدفع الإلكتروني لثمن هذه العقد، وقد نص على نفس هذا المعنى قانون المعاملات الإلكترونية الموحد الصادر في عام ١٩٩٩ فيما يتعلق بأحكام التعاقد الإلكترونية من حيث المساوي بين التعاقد العادي المكتوب بالطرق التقليدية وأبرام التعاقد عبر الوسائل الإلكترونية، وكذلك نصت على حماية وتنظيم وسائل الدفع الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني القواعد الجديدة لقانون التجاري الإلكتروني الصادرة في عام ٢٠١٧. وسوف نستعرض في بداية هذا المطلب الحماية الجنائية للمستهلك عن الدفع بالأدوات الإلكترونية أو عن بعد أو غيرها من الوسائل

التكنولوجية للدفع، ثم في الفرع الثاني نستعرض الحماية الجنائية للمستهلك عند التوقيع الإلكتروني في ضوء السياسة التشريعية المعاصرة.

### الفرع الأول. الحماية الجنائية للمستهلك عند الدفع بالأدوات الإلكترونية

أولاً. مفهوم الدفع الإلكتروني:

انقسم الفقه في تحديد تعريف للدفع الإلكتروني إلى اتجاهين، الاتجاه الأول الموسع حيث ذهب أنصار هذا الاتجاه إلى تعرف الدفع الإلكتروني بأن كل عملية يتم من خلالها دفع مبلغ مالي بأسلوب غير مادي، لا يعتمد على الطرق التقليدية الورقية وإنما يتم من خلال آليات إلكترونية<sup>(١)</sup>. أما الاتجاه الثاني من الفقه الاتجاه الضيق فقد ذهب أنصاره في تعرف الدفع الإلكتروني بأنه كل عملية وفاء تتم دون وجود اتصال مباشر بين الأشخاص، وإنما تتم بطريق غير مباشرة بواسطة الأليات الإلكترونية<sup>(٢)</sup>. وبناء على ذلك نستطيع القول بأنه يقصد بالدفع الإلكتروني بانه كل مال أو عملة أو بطاقة يتم استخدامها في الوفاء والتبادل بصفة إلكترونية، ويتضمن ذلك حوالات الأموال الإلكترونية والدفع المباشر ويسمى أيضا النقود الإلكترونية والدفع عبر البطاقة الإلكترونية. وتكمن الحاجة إلى عمليات الدفع الإلكتروني في تنفيذ الإجراءات الإلكترونية، أمثلة على ذلك تحويل الأموال بين البنوك والعملاء - الدفع للشراء عن طريق الانترنت مقابل الحصول على السلع أو الخدمات - تسديد مستحقات الدولة

<sup>١</sup> - د. عبد الصمد حوالم، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ٢٠١٥، ص ٢٠.

<sup>٢</sup> - د. محمد عمر نوابة، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دراسة قانونية مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٢٣. وكذلك د. فواز لجلط، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، ٢٠٢١، ص ١٨٩.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

على المواطن مثل غرامات المخالفات وغيرها - تسديد الفواتير الخدمات الأساسية مثل الماء والكهرباء والهاتف وغيرها من الخدمات عبر وسائل الدفع الإلكترونية. وقد عرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري الدفع الإلكتروني بأنه وفاء بالتزام نقدي بوسيلة الكترونية كالشيكات والكمبيالات الإلكترونية وبطاقات الدفع الممغنطة وغيرها. ولأهمية وسائل الدفع الإلكترونية فقد تدخل المشرع المصري لحماية المستهلك الإلكتروني فيما يتعلق بوسائل الدفع الإلكترونية من حيث تجريم الاستيلاء على أرقام بطاقات الائتمان والتي تتم من خلال اختراق شبكة الاتصال والإنترنت أو بإنشاء المواقع الوهمية أو عن طريق التجسس وغيرها من الأساليب المتطورة بقصد السطو على بطاقات الائتمان والاستيلاء على الاموال.

### ثانيا. صور أدوات الدفع الإلكتروني:

تتنوع وتتعدد وسائل الدفع الإلكتروني خاصة مع التطور التكنولوجي في مجال وسائل الوفاء الإلكتروني، وكذلك ابتكار القطاع المصرفي للوسائل الحديثة والإلكترونية للدفع الإلكتروني مثال على ذلك بطاقات الدفع اللاتلامسية، علاوة على ظهور العملات الرقمية وغيرها من وسائل الدفع الحديثة التي تستخدم في الوفاء بثمن السلع أو الخدمات محل التعاقد، وهذه الصور على النحو التالي:

١. بطاقات الدفع المتعددة، فهذه البطاقات الإلكترونية تسمح للمستهلك بالدفع ثمن السلع أو الخدمات محل التعاقد عبر الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية، وتتعدد أنواع بطاقات الدفع الإلكترونية، وذلك على النحو التالي:
  - أ. بطاقات الوفاء مسبقة الدفع، وهي التي تتيح للمستهلك الدفع عبر الإنترنت أو التطبيقات الإلكترونية من خلالها دون أن يشترط أن يكون هذا الشخص له

حساب بنكي لدى الجهة مصدر بطاقة الدفع<sup>(١)</sup>، وذلك عن شرائها بمبلغ محدد مسبقاً يتم وضع هذا المال كرصيد يمكن استخدامه في عمليات التعاقد الإلكترونية.

ب. بطاقات الائتمان، وهي بطاقات إلكترونية تتيح للمستهلك بالوفاء بثمن السلع أو الخدمات بطريقة إلكترونية دون أن يشترط أن يكون متوافر المال في رصيده البنكي<sup>(٢)</sup>، ولكنه ملتزم في أجل معين تسديد هذه الأموال سواء كاملة أو جزئياً وفقاً لما تم الاتفاق مع البنك مصدر البطاقة الائتمانية.

ت. البطاقات اللاتلامسية الذكية، فنتيجة لانتشار جائحة فيروس وكورونا المستجد ابتكر القطاع المصرفي البطاقات اللاتلامسية الذكية وهي بطاقات تصدر عن البنوك تعمل بنظام هوائي مدمج في الشريحة بنقل تعليمات الدفع بشكل آمن ومن وإلى نهاية طرفية دون الحاجة إلى إدخال رمز التعريف الشخصي في حدود مبلغ معين وإذا تجاوز المبلغ المحدد يتم الدفع بعد إدخال رمز التعريف الشخص أو الباسورد.

٢. الشيك الرقمي أو الإلكتروني، هذا النظام تم استحداثه لمسايرة تطورات العصر الحديث التكنولوجية وفي نفس الوقت ليكون بديل عن الشيك الورقي التقليدي، ويعرف الشيك الرقمي أو الإلكتروني، باعتباره أداة وفاء إلكترونية تسمح بسداد مبلغ الدين في وقت محدد ولمصلحة شخص أو جهة معينة، ويتم تحريره عبر الوسائل الإلكترونية مثل الحاسب الألى أو الهاتف النقال الذكي وفقاً للنموذج

<sup>١</sup> - د. عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء بالدفع الإلكتروني، مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، في الفترة ١٠ - ١٢ مايو ٢٠٠٣، الإمارات، ٢٠٠٣، ص ٢٧٥، ١. د. عبد الصمد حوالم، المرجع السابق، ص ١٠٣.

<sup>٢</sup> - د. محمد خميخ، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، ٢٠١٧، ص ١٧٠.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الإلكتروني المحدد، ويمهر بالتوقيع الإلكتروني لمصدره<sup>(١)</sup>، أي أنه في الحقيقة عبارة عن نفس بيانات الشيك الورقي التقليدي ولكن تم تحريره وتوقيعه بالطرق الإلكترونية، ويستخدم الشيك الرقمي أو الإلكتروني كأحد وسائل الدفع عبر الإنترنت في التسوق والتجارة الإلكترونية، وفي تحصيل الرسوم والضرائب الحكومية، وأشهر المواقع الإلكترونية التي تتعامل بالشيكات الرقمية أو الإلكترونية ويسترن يونيون، وبي باي، وغيرها من مواقع الدفع الإلكترونية.

٣. العملات الرقمية: يعود بداية ظهور العملات الرقمية إلى عام ١٩٩٠ كنتيجة لما أطلقه عليه حينها الفقاعة التكنولوجية للمعلومات، وكان أول تطبيق له الذهب الإلكتروني والذي تم إصداره عام ١٩٩٦، وقد عرف البنك المركزي الأوروبي العملات الرقمية أو الإلكترونية بأنها وسيلة نقدية إلكترونية تستخدم كمخزن إلكتروني نقدي من خلال المتعهدين بإصدارها وبين أعضاء مجتمع افتراضي معين، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي، وكبديل عن النقود في شكلها التقليدي<sup>(٢)</sup>، مثال على شكل البيتكوين، والدولار الرقمي، والثوريوم، وغيرها. كذلك عرفها القانوني العربي الاسترشادي للمعاملات والتجارة الإلكترونية في الفقرة الخامسة عشر من المادة الأولى بأن العملات الرقمية أو الإلكترونية عبارة عن وحدات نقد إلكترونية تصدر مقابل نقد يتم مبادلتها فوراً، بنفس القيمة والعملية،

<sup>١</sup> - د. نهى خالد عيسى الموسوي، د. إسراء خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، مجلد ٢٢، عدد ٢، العراق، ٢٠١٤، ص ٢٧١.

<sup>٢</sup> - تقرير البنك المركزي الأوروبي، للعملات الافتراضية - في تحليل آخر، والصادر في فبراير ٢٠١٥، وكذلك التقرير البنك المركزي الأوروبي، تقرير العملات الرقمية، الصادر في أكتوبر ٢٠١٢، وذلك على الموقع الإلكتروني [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)، تاريخ الزيارة ٢٠ أكتوبر ٢٠٢٢.



ويمكن حفظها لمدة محدودة، بحيث تتيح للغير دون المصدر إتمام عملية الدفع بها<sup>(١)</sup>.

٤. المحفظة الإلكترونية الافتراضية، عبارة على تطبيقات إلكترونية يتم تثبيتها على الهواتف النقالة الذكية للمستهلك أو العميل والذي يقوم بشحنها بالمبالغ المالية عبر البطاقات الإلكترونية أو من خلال التحويل من الحساب البنكي أو الدفع النقدي لمركز معتمد من أجل شحن رصيد المحفظة الإلكترونية في شكل وحدات إلكترونية مدفوعة مسبقاً<sup>(٢)</sup>، ويتم استخدام هذا الرصيد في شراء السلع أو الخدمات من قبل المستهلك الإلكتروني.

ثالثاً. صور الحماية الجنائية للمستهلك عند استخدام أدوات الدفع الإلكترونية:

١. التصيد الإلكتروني للمستهلك عبر أدوات الدفع الإلكترونية، وذلك من خلال قيام الجناة بإنشاء مواقع إلكترونية تشبه موقع أحد المؤسسات القطاع المصرفي، وبناء على ذلك يقوم الجناة بإرسال هذا الرابط المزيف للمستهلك من أجل إيهامه بتحديث بياناته ومعلومات البنكية<sup>(٣)</sup>، وبالتالي اختراق بيانات ومعلومات المستهلك الإلكتروني بمجرد الدخول على هذا الرابط المصطنع. ولخطورة هذا السلوك الإجرامي فقد نص المشرع المصري في قانون مكافحة جرائم تقنية

<sup>١</sup> - الفقرة الخامسة عشر من المادة الأولى من القانون العربي الاسترشادي للمعاملات والتجارة الإلكترونية، الفصل الأول، وقد تم اعتماد هذا القانون بقرار وزراء العدل العرب رقم ٢٥/١٢ د، والصادر في اجتماع مجلس وزراء العدل العرب في ١٩ نوفمبر ٢٠٠٩، جامعة الدول العربية، القاهرة، ٢٠٠٩.

<sup>٢</sup> - د. شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية، رؤية مستقبلية، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، في الفترة من ١٠ - ١٢ مايو ٢٠٠٣، ص ١٠٥ وما بعدها.

<sup>٣</sup> - د. محمد خميخ، المرجع السابق، ص ١٨٢ وما بعدها.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المعلومات على تجريم مجرد اصطناع بريداً إلكترونياً أو موقعاً إلكترونياً أو حساباً خاصاً ونسبه زوراً إلى شخص طبيعي أو اعتباري، وعاقب على ذلك بعقوبة الحبس لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر، وبالغرامة المالية التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز ثلاثين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين لكل شخص يقوم بذلك. علاوة على فقد نص المشرع المصري على تشديد العقوبة على مرتكب هذه الجريمة في الحالتين التاليتين<sup>(١)</sup>:

**الحالة الأولى.** حالة ما إذا استخدام الجاني البريد الإلكتروني أو الموقع الإلكتروني أو الحساب الخاص المصطنع في أمر يسيء إلى ما نسب إليه، وفي هذه الحالة تصبح العقوبة الحبس لمدة لا تقل عن سنة، والغرامة المالية التي لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مائتي ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين.

**الحالة الثانية.** حالة ما إذا وقعت الجريمة على أحد الأشخاص الاعتبارية العامة، ففي هذه الحالة تشدد العقوبة من قبل المشرع المصري من أجل توفير حماية أكبر للأشخاص الاعتبارية العامة لتصبح العقوبة السجن، والغرامة المالية التي لا تقل عن مائة ألف جنيه، ولا تزيد على ثلاثمائة ألف جنيه.

٢. استخدام أو الحصول على أرقام وبيانات أدوات الدفع الإلكترونية للغير دون وجه حق، تتعلق هذه الصورة بالاعتداء على المستهلك عبر وسائل الدفع الإلكترونية عن طريق استخدام أو الحصول دون وجه حق على البيانات والمعلومات المتعلقة بطاقات الدفع الإلكترونية للمستهلك عن طريق اختراق حسابات الشخص العميل أو بأي وسيلة من وسائل تقنية المعلومات الأخرى، لذلك فقد نصت التشريعات الجنائية المقارنة على تجريم مجرد الحصول أو استخدام هذه البيانات أو المعلومات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية للمستهلك دون وجه حق من أجل

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٢٤ من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ٣٢ مكرر (ج)، والصادرة في ١٤ أغسطس ٢٠١٨.

حماية وسائل الدفع الإلكترونية وتوفير البيئة الآمنة للتعامل بها من قبل جمهور المستهلكين.

وبناء على ذلك فقد نصت المادة ١٨ من الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات على تجريم الاستيلاء على بيانات أي أداة من أدوات الدفع الإلكترونية أو استعمالها أو تقديمها للغير أو التسهيل للغير من أجل الحصول على هذه الأرقام والبيانات دون وجه حق، كذلك جرمت الوصول دون وجه حق على أرقام وبيانات أي أداة من أدوات الدفع الإلكترونية<sup>(١)</sup>. لذلك فقد قامت الدول العربية بتحديث تشريعاتها من أجل مسايرة السياسة التشريعية الحديثة في مكافحة كافة صور الاعتداء على البيانات والمعلومات المتعلقة بأدوات الدفع الإلكترونية دون وجه حق.

وانطلاقاً مما سبق نجد أن المشرع المصري قد نص في قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات على حماية كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بأدوات الدفع الإلكترونية، فجرم كل من يستخدم شبكة المعلومات أو إحدى وسائل تقنية المعلومات في مجرد الوصول إلى أرقام أو بيانات بطاقات البنوك الخدمات أو غيرها من أدوات الدفع الإلكترونية دون وجه حق، وعاقب المشرع المصري كل من يقوم بذلك بعقوبة الحبس لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر، وبالغرامة المالية التي لا تقل عن ثلاثين ألف جنية ولا تجاوز خمسين ألف جنية أو بإحدى هاتين العقوبتين<sup>(٢)</sup>.

٣. الاحتيال الإلكتروني للمستهلك عبر أدوات الدفع الإلكترونية، لحماية المستهلك الإلكتروني من صور الخداع والاحتيال عبر الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٨ من الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات، اجتماع وزراء الداخلية والعدل العرب، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، والموقعة في ٢١ ديسمبر ٢٠١٠.

<sup>٢</sup> - أنظر الفقرة الأولى من المادة ٢٣ من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ٣٢ مكرر (ج)، والصادرة في ١٤ أغسطس ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والتي تتم أثناء شراء السلع أو الخدمات، فقد نص المشرع الفرنسي في قانون العقوبات على تجريم الاعتداء على بطاقات الدفع الإلكترونية بالحصول على بياناتها أو أرقامها باعتبار ذلك صورة من صور الاحتيال الإلكتروني بعقوبة السجن لمدة خمس سنوات والغرامة المالية التي تصل مقدارها ٣٧٥٠٠٠ ألف يورو<sup>(١)</sup>. كذلك نص المشرع الأمريكي في الفقرة الثانية من المادة ١٠٣٠ من التشريع الجنائي الفيدرالي CFAA على أنه يعاقب كل من يتوصل عمداً وبدون وجه حق على بيانات أو معلومات الخاصة بالسجل المالي للمؤسسات المالية أو لمصدر البطاقة، باعتبار ذلك جريمة احتيال.

كذلك فقد سار المشرع المصري على نفس نهج المشرع الفرنسي في تجريم الخداع والاحتيال الإلكتروني للمستهلك عبر أدوات الدفع الإلكترونية، فنص على تجريم كل من يستخدم شبكة المعلومات أو إحدى وسائل تقنية المعلومات للوصول بدون وجه حق إلى أرقام أو بيانات بطاقات البنوك والخدمات أو غيرها من أدوات الدفع الإلكترونية، وذلك متي قصد من ذلك استخدامها في الحصول على أموال الغير أو ما تنتيحه هذه البطاقات أو غيرها من أدوات الدفع الإلكترونية من خدمات، وعاقب على ذلك بعقوبة الحبس لمدة لا تقل عن ستة أشهر، وبالغرامة المالية التي لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مائة ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين. وتشدّد العقوبة لتصبح الحبس لمدة لا تقل عن سنة، وبالغرامة المالية التي لا تقل عن مائة ألف جنيه ولا تجاوز مائتي ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، وذلك في حالة ما

<sup>١</sup> - المادة ٣١٣ - ١ من قانون العقوبات الفرنسي، والمعدلة بموجب المرسوم بقانون رقم ٩١٦ لسنة ٢٠٠٠، والصادر في ١٩ سبتمبر ٢٠٠٠، ودخل حيز النفاذ في الأول من يناير ٢٠٠٢.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

إذا توصل الجاني من تلك الأفعال الإجرامية السابقة إلى الاستيلاء فعلاً على مال الغير أو تلك الخدمات سواء كان ذلك لنفسه أو لغيره<sup>(١)</sup>.

## الفرع الثاني. الحماية الجنائية التوقيع الإلكتروني للمستهلك

### أولاً. مفهوم التوقيع الإلكتروني:

في البداية نستعرض موقف المشرع المصري من تعريف التوقيع الإلكتروني، وباستقراء قانون التوقيع الإلكتروني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ نجد أن المشرع المصري قد نص على تعريف التوقيع الإلكتروني بأنه التوقيع الذي يتم وضعه على محرر إلكتروني بحيث يأخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ويكون له طابع متفرد بحيث يسمح بتحديد شخص الموقع ويميزه عن غيره<sup>(٢)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري فقد نص في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ على أن يكون للتوقيع الإلكتروني الحجية في الإثبات، وبالتالي حماية للمستهلك الإلكتروني في حالة استخدامه للتوقيع الإلكتروني أثناء عمليات التسوق على المواقع الإلكترونية وتطبيقات التسوق على الهاتف الخليوي وغيرها من وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة التي تتم عن بعد وباستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، ويقصد بالتوقيع الإلكتروني وفقاً للتشريع القطري بأنه ما يوضع على رسال البيانات ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها، ويكون له

<sup>١</sup> - أنظر الفقرتين الثانية والثالثة من المادة ٢٣ من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ٣٢ مكرر (ج)، والصادرة في ١٤ أغسطس ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر الفقرة ج من المادة الأولى من قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤، والمنشور في الجريدة الرسمية العدد ١٧ تابع (د)، في ٢٢ أبريل ٢٠٠٤، ص ١٧.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

طابع متفرد، يستخدم لتحديد هوية الموقع، ويميزه عن غيره، وبغرض بيان موافقة الموقع على رسالة البيانات<sup>(١)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فنجد أنه في البداية أصدر مجلس الدولة الفرنسي تقرير تحت عنوان الإنترنت والشبكات الرقمية أكد فيه مجلس الدول الفرنسي على الاعتراف القانوني بأدوات ووسائل المعاملات الإلكترونية، ثم جاء التوجيه الأوربي رقم ٩٣ والصادر في ١٣ ديسمبر ١٩٩٩ ليشير على الأهمية الكبيرة لهذا المجال<sup>(٢)</sup>، وبالتالي قبول التوقيع الإلكتروني كدليل، مع الاعتراف بقيمته القانونية، وقد وضع المشرع الأوربي تعريفاً للتوقيع الإلكتروني في المادة الثانية من هذا التوجيه بأنه عبارة عن مجموعة من البيانات التي تتم بشكل متصل أو مرتبط إلكترونياً مع بيانات إلكترونية أخرى بطريقة منطقية من أجل أن تخدم عملية التوثيق.

وبناء على التوجيه الأوربي السابق نص المشرع الفرنسي في المادة ٥٢٣٣ من القانون المتعلق بالأدلة، بالتعديل الصادر في ١٣ مارس ٢٠٠٠ على الاعتراف بالدليل الناتج عن الوسائط الرقمية كالتوقيع الإلكترونية باعتبار أن له نفس القيمة القانونية للأدلة التقليدية الورقية، ولكن بعض استيفاء الشروط والمتطلبات المنصوص عليها. وقد نص كذلك المرسوم بقانون الفرنسي الصادر في ٣٠ مارس ٢٠٠١ بشأن التوقيع الإلكتروني على التمييز بين التوقيع الإلكتروني البسيط والتوقيع الإلكتروني المؤمن والذي يجب أن يستوفي المعايير الفنية المحددة للاستفادة من افتراض

<sup>١</sup> - المادة الأولى من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩، والصادر في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٠، ص ١.

<sup>٢</sup> - Éric CAPRIOLI, La directive européenne, N°93/1999 CE, sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques, Gaz. Pal, 29/31 Oct. 2000, p. 182.

الموثوقية في التوقيع الإلكتروني<sup>(١)</sup>. علاوة على ذلك فقد نصت المادة الأولى من هذا المرسوم على تعريف الموقع على أنه كل شخص طبيعي يعمل لحسابه الخاص أو لحسابه الكيان الطبيعي أو الاعتباري الذي يمثله. بالإضافة إلى ما سبق فقد أصدر المشرع الفرنسي في ١٨ أبريل ٢٠٠٢ المرسوم بقانون المتعلق بالتقييم لشهادة المنتجات التي يقدمها مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني.

علاوة على ذلك فقد أصدر البرلمان الأوروبي في ٢٣ يوليو ٢٠١٤ اللائحة الأوروبية بشأن خدمات الهوية الإلكترونية والثقة للمعاملات الإلكترونية داخل السوق الأوروبي رقم ٩١٠ - ٢٠١٤ والتي ألغى بموجبها التوجيه الأوروبي رقم ٩٣ - ١٩٩٩، حيث ميز فيها المشرع الأوروبي بين ثلاثة مستويات من موثوقية للتوقيع الإلكتروني، والتي تنقسم إلى بسيطة ومتقدمة ومؤهل، هو ما قام المشرع الفرنسي باعتماده بعد ذلك في التشريع الفرنسي بناء على هذا اللائحة الأوروبية<sup>(٢)</sup>.

**ثانياً.** موقف التشريعية المقارنة من الحماية الجنائية للتوقيع الإلكتروني للمستهلك: في البداية نستعرض موقف المشرع المصري من الحماية الجنائية للتوقيع الإلكتروني عموماً وللمستهلك خصوصاً، فباستقراء القوانين واللوائح نجد أنه لمواكبة السياسة التشريعية الحديثة التي تساهم في تسهيل المتغيرات المتلاحقة والتطور التكنولوجي في مجال التوقيع الإلكتروني، فقد أجرى المشرع المصري في ٢٣ إبريل ٢٠٢٠ تعديلات على

---

<sup>١</sup> - Directive N° 93/1999/CE du Parlement et du Conseil du 13 décembre 1999 sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques, JOCE, 19 Janv. 2000, N° L13, p. 12.

<sup>٢</sup> - Règlement Union Européen, N° 910/2014 du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein sur marché intérieur et abrogeant la Directive n° 93/1999/CE.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

اللائحة التنفيذية لقانون التوقيع الإلكتروني والتي نص فيها على ضوابط لابد من استيفائها من أجل أن تكون منظومة تكوين بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني مؤمنة، وبالتالي حماية المستهلك الإلكتروني الذي يتعامل بنظام التوقيع الإلكتروني، وهذه الضوابط على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. الالتزام بالطابع المتفرد لبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني.
٢. الالتزام بسرية البيانات والمعلومات المتعلقة بإنشاء التوقيع الإلكتروني.
٣. الالتزام بعدم قابلية الاستنتاج أو الاستنباط لبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني.
٤. الالتزام بحماية التوقيع الإلكتروني من التزوير، أو التقليد، أو التحريف، أو الاصطناع أو غير ذلك من صور التلاعب.
٥. الالتزام بعدم إحداث أي إتلاف بمحتوى أو مضمون المحرر الإلكتروني المراد توقيعه.
٦. الالتزام بالألا تحول هذه المنظومة دون علم الموقع علماً تاماً بمضمون المحرر الإلكتروني قبل توقيعه له.
٧. الالتزام بأن تربط التوقيع الإلكتروني بالمحرر الإلكتروني، بطريقة متفردة تمنع إجراء أي تعديل بعد عملية التوقيع دون اكتشافه.
٨. الالتزام بالضوابط الفنية والتقنية والتي تضمن منظومة تكوين بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني المؤمنة وفقاً لتعديلات الجديدة في اللائحة التنفيذية لقانون التوقيع الإلكتروني.

---

<sup>١</sup> - انظر المادتين ٢، ٣ من قرار وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات رقم ٣٦١ لسنة ٢٠٢٠، بتعديل اللائحة التنفيذية للقانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد رقم ٩٥ (تابع)، والصادرة في ٢٣ أبريل ٢٠٢٠.



بالإضافة إلى ذلك فقد تتطلب المشرع المصري وفقا للتعديلات الأخيرة على اللائحة التنفيذية من كل شخص يتقدم بطلب للحصول على رخصة مزاولة نشاط تقديم خدمات التوقيع الإلكتروني الالتزام بالضوابط المنصوص عليها من أجل حماية المتعاملين بنظام التوقيع الإلكتروني منهم المستهلكين، وهذه الضوابط على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. أن يلتزم بتوفير نظام تأمين للمعلومات وحماية البيانات وخصوصيتها، وذلك بمستوى لا يقل عن المستوى الفني والتقني المحدد في اللائحة التنفيذية لقانون التوقيع الإلكتروني.

٢. الالتزام بتوفير نظام لحفظ بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني وشهادات التصديق الإلكتروني أثناء المدة التي تحددها الهيئة في الترخيص، وتبعاً لنوع الشهادة المصدرة، ويستتني من ذلك مفاتيح الشفرة الخاصة التي تصدرها للموقع فلا يتم حفظها إلا بناء على طلب من الموقع وبموجب عقد مستقل يتم إبرامه بين المرخص له والموقع ووفقاً للقواعد الفنية والتقنية المتعلقة بحفظ هذا النوع من المفاتيح والتي يضعها مجلس إدارة هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات.

٣. الالتزام بتوفير نظام للحفاظ على السرية الكاملة للإعمال المتعلقة بالخدمات التي يرخّص بها في مجال التوقيع الإلكتروني وللبينات الخاصة بالعملاء.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي، فمن أجل حماية المستهلك الإلكتروني أثناء استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وغيرها من الوسائل الإلكترونية الحديثة، وكذلك لحماية منظومة استخدام التوقيع الإلكتروني فقد وضع المشرع الفرنسي في ضوء

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٣ من قرار وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات رقم ٣٦١ لسنة ٢٠٢٠، بتعديل اللائحة التنفيذية للقانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد رقم ٩٥ (تابع)، والصادرة في ٢٣ أبريل ٢٠٢٠.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

توجيهات المشرع الأوروبي مجموعة من الضوابط الفنية والتقنية من أجل أن تضمن منظومة متكاملة لتكوين وإنشاء التوقيع الإلكتروني المؤمن، وكذلك عمليات الدفع الإلكترونية وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. أن يكون التوقيع الإلكتروني دالاً ومحددًا ومميزاً لشخص الموقع، فمن أجل أن يحقق التوقيع الإلكتروني دوره في الإثبات لابد وأن يكون هذا التوقيع دالاً بطريقة واضحة ومحددة على صاحبه أي الشخص الذي قام بالتوقيع الإلكتروني ومميزاً لشخصه، وأن يفيد التوقيع التزامه بمضمون المستند الموقع عليه إلكترونياً.
٢. استخدام تقنية التشفير في التوقيع الإلكتروني، من خلال الالتزام بأن تكون تقنية التشفير ذات المفاتيح العام والخاص وكذلك الاستناد إلى مفتاح التشفير الجذري الخاص بالجهة المرخص لها وفقاً لما أصدرته الهيئة المختصة باعتماد التوقيع الإلكتروني، وذلك وفقاً للمعايير الفنية والتقنية المنصوص عليها في اللوائح المعمول بها بهذا الشأن.
٣. الالتزام باستخدام أجهزة التامين الإلكتروني وفقاً للمعايير الفنية والتقنية المنصوص عليها، من أجل توفير الحماية اللازمة لشخص مستخدم التوقيع الإلكتروني وغيرها من وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى.
٤. الالتزام باستخدام تقنية مفاتيح التشفير الجذرية لجهات التصديق الإلكتروني بأطوال لا تقل عن ٢٠٤٨ حرف إلكتروني، وفي ذلك نوع من الحماية الخاصة لأمن هذه البيانات والمعلومات الإلكترونية.

<sup>١</sup> - انظر الفقرة الأولى من المادة السادسة من قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية الصادر في عام ١٩٩٦، والذي حل محله القانون النموذجي الجديد الصادر في عام ٢٠١٧، والصادر في الدورة ٤٥ للأمم المتحدة، فيينا، والمذكرة الإيضاحية لقانون الأونسيترال النموذجي بشأن السجلات الإلكترونية القابل للتحويل، مطبوعات لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، نوفمبر ٢٠١٧، فيينا، ص ١٦ - ١٧.

٥. الالتزام باستخدام البطاقات الذكية غير القابلة للاستساخ والمحمية بالكود السري، والتي تحتوي على عناصر متفردة للموقع مثل بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني وكذلك شهادة التصديق الإلكتروني، بحيث يتم تحديد مواصفات هذه البطاقات الذكية وأنظمتها، وفقا للمعايير الفنية والتقنية المنصوص عليها.

٦. الالتزام بأن تضمن هذه المنظومة إتاحة البيانات الخاصة بالتحقق من صحة التوقيع الإلكتروني لجميع أطراف التعامل، وكلك مدي ارتباطه بالموقع الإلكتروني دون غيره، علاوة على ذلك يجب أن تتضمن عملية الإدراج الفوري والإتاحة اللحظية لقوائم الشهادات التي تم إيقافها أو إلغائها وذلك فور التحقق من توافر أسباب الإيقاف أو الإلغاء لشهادة الاعتماد للتوقيع الإلكتروني، ويتم ذلك خلال فترة محددة ومعلومة للمستخدمين.

ولحماية حق المستهلك الإلكتروني في الأمن المتعلق بوسائل الدفع فقد أصدر المشرع الأوروبي اللائحة رقم ٣٨٩ لسنة ٢٠١٨ المكملة للتوجيه الأوروبي رقم ٢٣٦٦ لسنة ٢٠١٥ من أجل تغيير معايير أمان الدفع الإلكتروني في الاتحاد الأوروبي<sup>(١)</sup>، ويهدف المشرع الأوروبي من ذلك تعزيز أمن المستهلك وحقوقه عند استخدام بطاقته المصرفية لعمليات التسوق والشراء عبر الإنترنت على مواقع التجارة الإلكترونية.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري فباستقراء قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ نجد أن المشرع القطري قد نص حماية التوقيع الإلكتروني باعتباره

---

<sup>١</sup> - Règlement délégué (UE) 2018/389 de la Commission du 27 novembre 2017 complétant la directive (UE) 2015/2366 du Parlement européen et du Conseil par des normes techniques de réglementation relatives à l'authentification forte du client et à des normes ouvertes communes et sécurisées de communication (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE, C/2017/7782.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وسيلة تستخدم في إبرام التعاقد الإلكتروني أو غيرها من الاستخدامات الأخرى، وبناء على ذلك فقد وضع المشرع القطري مجموعة من الالتزامات على عاتق مصدر التوقيع الإلكتروني، وكذلك التزامات على عاتق الموقع نفسه. ففي البداية لابد وأن يستوفى التوقيع الإلكتروني مجموعة من الشروط من أجل الاعتراف بحجتيته، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. أن تكون معلومات وبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني مرتبطة بالموقع وليس بأي شخص آخر، أي أنه يتصف بالتميز الخاص بالموقع الإلكتروني عن غيره من التوقعات الإلكترونية الأخرى.
  ٢. لابد من توافر الحماية والأمن للتوقيع الإلكتروني، وذلك منذ وقت التوقيع الإلكتروني، حيث يشترط أن تكون معلومات إنشاء التوقيع تحت سيطرة الموقع وليس أي شخص آخر.
  ٣. علاوة على ما سبق لابد وأن يكون في الإمكان من الناحية الإلكترونية الفنية اكتشاف أي تغيير يتم على التوقيع الإلكتروني بعد حدوث التوقيع عليه من قبل الشخص صاحب التوقيع الإلكتروني.
  ٤. كذلك لابد أن يكون في الإمكان اكتشاف أي تغيير يتم على معلومات رسالة البيانات بعد وقت التوقيع الإلكتروني، وما إذا كان الغرض من اشتراط التوقيع قانوناً، هو تأكيد سلامة المعلومات التي يتعلق بها التوقيع.
- علاوة على ما سبق فقد نص المشرع القطري لحماية التوقيع الإلكتروني على مجموعة من الالتزامات تقع على عاتق الموقع على التوقيع الإلكتروني، وذلك عندما يقوم بإنشاء التوقيع الإلكتروني، وهي على النحو التالي<sup>(٢)</sup>:

<sup>١</sup> - المادة ٢٨ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية.

<sup>٢</sup> - المادة ٢٩ من القانون القطري رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

١. ضرورة التزام الموقع ببذل العناية المعقولة لتجنب استخدام معلومات إنشاء توقيعه استخداماً غير مسموح به، يتعلق ذلك باتخاذ كافة الإجراءات الوسائل المناسبة في تأمين التوقيع الإلكتروني. وهذا الالتزام على الشخص المستهلك العادي بأن يتوخى الحذر والحيطه عند الدخول على المواقع الإلكترونية، والتأكد قبل استخدام وسائل الدفع الإلكترونية أو التوقيع الإلكتروني في إبرام التعاقدات الإلكترونية على مواقع وهمية أو مضلله من أجل سرقة بياناته الشخصية أو اختراق توقيعه الإلكتروني واستغلاله في ارتكاب الجرائم الإلكترونية.
  ٢. الالتزام باستخدام الموقع الوسائل المتاحة من قبل مقدم خدمة التصديق، وذلك وفقاً لما هو منصوص عليها في القانون دون تأخير، من أجل إخطار أي شخص يفترض الموقع اعتماده على التوقيع الإلكتروني، وكذلك اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لتعزيز التوقيع الإلكتروني، وذلك حالة ما إذا تعرضت معلومات إنشاء التوقيع الإلكتروني لما يثير الشبهة أو وجود احتمال قوى لتعرضها لذلك، مما يوجب عليها الإبلاغ الفوري بذلك للجهات المختصة.
  ٣. بالإضافة إلى ما سبق يلتزم الموقع بأن يبذل قدراً معقولاً من العناية، عند استخدام شهادة التصديق لتعزيز التوقيع الإلكتروني، من أجل ضمان دقة واكتمال جميع التأكيدات الجوهرية المقدمة من قبل الموقع ذات الصلة بشهادة التصديق، طيلة فترة سريانها أو يتوخى إدراجها في شهادة التصديق.
- ويتضح مما سبق أن المشرع القطري قد اخذ بالسياسة التشريعية المزدوجة من أجل ضمان الحماية القانونية الكاملة للتوقيع الإلكتروني، ففي البداية فرض مجموعة من الضوابط من أجل اتاحة التوقيع الإلكتروني وفرض على الجهة المصدرة أن تتأكد من أن التوقيع الإلكتروني يستوفي كافة المعايير القانونية والفنية، ومن ناحية ثانية فرض على موقع نفسه مجموعة من الضوابط عند استخدامه للتوقيع الإلكتروني من أجل حمايته عند استخدامه للتوقيع الإلكتروني.

### المطلب الثالث. الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في حالتي البيع بالتقسيط والتايم شير

مما لا شك فيه أن وسيلة البيع بالتقسيط من الوسائل الشائع استخدامها من قبل المستهلك، وخاصة المستهلك الإلكتروني في ظل انتشار شركات التقسيط الإلكترونية التي تدخل كوسيط بين المستهلك والمهني أو المورد بحيث تقوم بسداد مبلغ المنتجات محل التعاقد عليها على أن يقوم المستهلك بعد ذلك بسداد الثمن على أقساط لهذه الشركة الإلكترونية، كذلك دخلت البنوك عبر البطاقات الائتمانية كوسيط بين المستهلك والمهني أو المورد حيث يقوم البنك بسداد كافة ثمن السلع أو الخدمات محل التعاقد على أن يقوم المستهلك بعد ذلك بتسديد دين بطاقات الائتمانية خلال أجل قصير أو جدولة الدين على فترات زمنية محددة، كل هذه التصرفات والعمليات تحتاج من المشرع التدخل من أجل وضع الضوابط القانونية التي تنظمها وفي نفس الوقت تحمي المستهلك من الأضرار بمصالحه وحقوقه. علاوة على ما سبق فقد انتشرت صورة حديثة لعمليات بيع التايم شير أو اقتسام الوقت، خاصة في مجال الخدمات الفندقية وخدمات السياحة وغيرها من الخدمات الرقمية. لذلك سوف نتناول في هذا المطلب الحماية الجنائية للمستهلك في حالة البيع بالتقسيط في الفرع الأول، ثم بعد ذلك نستعرض في الفرع الثاني الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد بنظام اقتسام الوقت (التايم شير).

#### الفرع الأول. الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في حالة البيع

##### بالتقسيط

أولاً. تعريف البيع بالتقسيط:

في البداية لابد من تحديد ما المقصود بالبيع بالتقسيط ونستطيع أن نعرفه بأنه نشاط تجاري يقدم من خلاله المورد أو المهني السلع أو الخدمات إلى المستهلك على أن

يتقاضى المقابل المالي على مدى فترة زمنية معين يقوم من خلالها المستهلك بسداد الثمن على شكل أقساط. وقد انتشر نظام البيع بالتقسيط في العصر الحالي نظرا لتعدد البدائل المتاحة أمام المستهلك عموما والمستهلك الإلكتروني خصوصا في الشراء ثم الدفع بعد ذلك عن طريق التقسيط أما من خلال البطاقة الائتمانية الصادرة من البنك أو من خلال شركات وسيطه تقوم بالدفع ثم بعد ذلك يقوم المستهلك بتقسيط الثمن له أو من خلال المهني او المورد الذي يتيح للمستهلك الدفع بالتقسيط للسلع او الخدمات التي قام بالتعاقد عليها.

ثانيا. موقف السياسة التشريعية المعاصرة من الحماية الجنائية للمستهلك في حالة البيع بالتقسيط:

انقسمت السياسة التشريعية المعاصرة في التعامل مع البيع بالتقسيط إلى اتجاهين، فقد ذهب الاتجاه الأول من التشريعات وهو الاتجاه التقليدي إلى تنظيم البيع بالتقسيط من خلال القانون التجاري وقانون حماية المستهلك من أجل حماية مصالح المورد أو المهني وفي نفس الوقت الحفاظ على حقوق المستهلكين، ويمثل هذا الاتجاه المشرع المصري والقطري.

أما الاتجاه الثاني وهو الاتجاه الحديث من التشريعات ويرى هذا الاتجاه أن البيع بالتقسيط يعد نشاط تمويل استهلاكي، وبالتالي يجب أن يتم الحصول على ترخيص مسبق للمنشأة قبل أن تزاوّل هذا النشاط وفقا للشروط المحددة التي ينص عليها قانون التمويل الاستهلاكي، مثال على ذلك المشرع الإنجليزي حيث يشترط لمزاولة التمويل الاستهلاكي الحصول على ترخيص من هيئة السلوك المالي، وكذلك المشرع السعودي والأمريكي. ونحن نؤيد هذا الاتجاه لما له من أهمية في التأكد من الملاءة المالية للمستهلك قبل الموافقة على تطبيق نظام البيع بالتقسيط أي التأكد من أن يتناسب مقدار مبلغ القسط المطلوب دفعه مع دخل المستهلك، وذلك عن طريق الاستعلام للائتمان البنكي عن الملاءة المالية للمستهلك، علاوة على ذلك فإن قواعد هذا الاتجاه

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

تحقق نوع من التوازن والتناسب بين حماية المستهلك وبين عدم تحميله بالتزامات تفوق قدرته المالية وبالتالي تعسره أو استحالة الالتزام بالوفاء بالدين في المستقبل، وفي نفس الوقت تحافظ على حقوق المورد أو المهني الذي يقوم بالبيع بالتقسيط، من خلال مراعاة تبسيط الإجراءات وعدم المغالاة في الاشتراطات التي تخالف الواقع العملي. وبناء على ما سبق سوف نستعرض موقف المشرع المصري من حماية المستهلك في حالة البيع بالتقسيط، ففي البداية نص المشرع المصري في القانون رقم ١٠٠ لسنة ١٩٥٧ بشأن البيوع التجارية في الباب الثالث منه على تنظيم البيع بالتقسيط، حيث وضع شرط لمن له الحق في مزاول البيع بالتقسيط بحيث لا يقل رأس ماله عن ثلاثة آلاف جنية، كما اشترط أن يدفع المستهلك ٢٠% الأقل من ثمن السلعة المبيعة، وإلا تزيد مدة التقسيط لباقي ثمن المبيع على سنتين من تاريخ عقد البيع. ثم صدر بعد ذلك قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ لينظم البيع بالتقسيط من خلال النص على حماية المستهلك من فسخ عقد البيع إذا قام بتنفيذ ٧٥% من التزاماته، فلا يجوز فسخ العقد إذا لم يدفع المستهلك أحد أقساط الثمن المتفق عليه في حالة البيع بالتقسيط. كذلك الاتفاق على حلول الثمن بأكمله عند عدم دفع المستهلك أحد الأقساط في ميعاد استحقاقه لا يكون نافذاً إلا في حالة تخلف المستهلك عن دفع قسطين متتاليين على الأقل من ثمن المبيع.

بالإضافة إلى ذلك فقد نص المشرع المصري على بعض القواعد الخاصة التي يجب أن يلتزم بها المورد أو المهني في حالة البيع بالتقسيط، وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. يلتزم المورد بتسليم المستهلك فاتورة أو محرراً يشمل البيانات التالية:
- أ. السعر الإجمالي للبيع للمنتج محل البيع بالتقسيط، ويشمل ذلك كافة المبالغ المالية التي يلتزم بدفعها المستهلك في حالة البيع بالتقسيط.

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٣١ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية، العدد رقم ٣٧ (تابع)، بتاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ص ١٤، ١٥.



- ب. ثمن البيع للمنتج نقداً، أي في حالة ما قام المستهلك بدفع ثمن المنتج كاملاً.
- ت. العائد السنوي، ومجموع العائد المستحق عن فترة التقسيط.
- ث. المبلغ المالي الذي يتعين على المستهلك دفعه مقدماً، إن وجد.
- ج. الجهة المقدمة للمنتج بالتقسيط، ومدته، وعدد الأقساط، وقيمة كل قسط.
- ح. حقوق والتزامات كل من المستهلك والمورد في حالة ما إذا تم الإخلال من أيهما منهما بشروط الاتفاق.

٢. يحق للمستهلك في حالة البيع بالتقسيط في أي وقت في سداد كل الأقساط قبل موعد استحقاقها، على أن يخفض من قيمة ما يتم سداده مقدار العائد المستحق عن باقي المدة، ما لم يتفق على غير ذلك<sup>(١)</sup>.

ويتضح مما سبق أن المشرع المصري قد وضع قواعد خاصة لحماية المستهلك الإلكتروني في حالة البيع بالتقسيط من حيث ضرورة التزام المورد بإعلام وتبصير المستهلك بكافة البيانات والمعلومات عن الثمن الإجمالي وكافة القواعد والضوابط المتعلقة بعملية التقسيط وكذلك التزاماته وحقوقه إذا ما تم الإخلال باتفاق التقسيط، علاوة على ذلك حق المستهلك الإلكتروني في أي وقت في سداد باقي المبلغ المالية للأقساط قبل موعد استحقاقها مع الحق في تخفيضها من قيمة اجمالي الثمن، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك.

وفي حالة مخالفة المورد أو المهني للضوابط والالتزامات السابقة يعاقب بالغرامة المالية التي لا تقل مقدارها عن ثلاثين ألف جنية ولا تزيد مقدارها عن مليون جنية أو مثلي قيمة المنتج محالة المخالفة أيهما أكبر، بالإضافة إلى ذلك نص المشرع المصري على عقوبة تكميلية تتعلق بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدة يومية واحدة وعلى المواقع الإلكترونية واسعة الانتشار، علاوة على

<sup>١</sup> - أنظر المادة ٣٢ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، ص ١٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التزام جهاز حماية المستهلك بالإعلان التفصيلي في موقعة الإلكتروني عن الحكم النهائي الصادرة بالإدانة. وتشدّد العقوبة لتصبح ضعف عقوبة الغرامة بحديها، في حالة ما إذا توافرت حالة العود بالنسبة للمورد<sup>(١)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري فنجد أنه قد سار على نفس توجه المشرع المصري في وضع مجموعة من الضوابط والالتزامات على المزود أو المهني في حالة بيع السلعة أو تقديم الخدمة بالتقسيط، فقد أوجب عليه قبل التعاقد إعلام وتبصير المستهلك بالمعلومات والبيانات التالية<sup>(٢)</sup>:

١. سعر بيع السلعة أو تقديم الخدمة نقداً، بحيث يكون المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً على بينه من أمر في حالة ما إذا كان يريد سداد كامل الثمن نقداً وبدون تقسيط.

٢. سعر بيع السلعة أو تقديم الخدمة بالتقسيط، وفي هذه الحالة يتم تبصير المستهلك بثمن السلعة أو الخدمة في حالة ما إذا سلك المستهلك طريق التقسيط.

٣. مدة التقسيط الممكنة، أي تحديد المدة الزمنية التي سوف يلتزم بها المستهلك من أجل تقسيط ثمن السلعة أو الخدمة محل التعاقد.

٤. عدد الأقساط عن كل مدة وقيمة كل قسط، بحيث يتم إعلام المستهلك بعدد الأقساط التي سوف يلتزم بدفعها نظير شراء السلعة أو الخدمة وقيمة المبلغ المالي لكل قسط وميعاد سداده.

٥. التكلفة الإجمالية للبيع بالتقسيط، يلتزم المورد أو المهني بتبصير المستهلك بالتكلفة الإجمالية للبيع بالتقسيط والتي تشمل كافة الرسوم والمبالغ المالية التي يستحق إدائها نظير إبرام التعاقد بالتقسيط للسلعة أو الخدمة محل التعاقد.

<sup>١</sup> - انظر المواد ٦٥، ٦٩، ٧٥، من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، والنشور في الجريدة الرسمية العدد ٣٧ (تابع)، والصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ١٥ من قانون حماية المستهلك القطري رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨.

٦. المبلغ المتعين دفعه مقدماً إن وجد، في بعض الحالات يكون النظام المتبع في البيع بالتقسيط من خلال التزام المستهلك بدفع مقدم مالي عند إبرام التعاقد على السلعة أو الخدمة، ففي هذه الحالة وجب على المورد أو المهني إعلام المستهلك بذلك مقدماً، وذلك لتبصيره ولحماية إرادة المستهلك المستتيرة والحررة عند إبرام التعاقد

وعلى خلاف المشرع المصري الذي عاقب على مخالفة هذه الضوابط والالتزامات بعقوبة الغرامة المالية فقد، فقد نص المشرع القطري على أن يعاقب المزود في حالة مخالفة هذه الضوابط بعقوبة الحبس لمدة لا تتجاوز سنتين، وبالغرامة المالية التي لا تقل عن ٣,٠٠٠ ريال، ولا تزيد على ١,٠٠٠,٠٠٠ ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين. علاوة على ذلك فقد نص المشرع القطري على أن تشدد العقوبة بحيث يتم مضاعفتها في حالة العود، ويعتبر المتهم عائد، إذا ما ارتكب جريمة مماثلة خلال خمس سنوات من تاريخ انتهاء تنفيذ العقوبة المحكوم بها أو انقضائها بمضي المدة، وتعتبر جميع الجرائم المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك متماثلة بالنسبة لحالات العود<sup>(١)</sup> وبذلك يكون المشرع القطري قد تبنى اتجاه السياسة الجنائية التشريعية المشددة في العقاب للمورد أو المهني في حالة مخالفة ضوابط والتزامات البيع بالتقسيط، ونحن نؤيد هذا التوجه من المشرع القطري وندعو المشرع المصري بأن يسلك هذا الاتجاه وذلك من أجل حماية المستهلك في هذا النوع من البيع، خاصة في ظل انتشاره على مستوى التسوق الإلكتروني وفقاً لنظام الشراء ببطاقات الائتمان المصرفية.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي من حماية المستهلك في حالة البيع بنظام البيع بالتقسيط، فقد نص في مدونة حماية المستهلك على أن عقد البيع أو تقديم الخدمة

<sup>١</sup> - أنظر المادة ١٨ من قانون حماية المستهلك القطري رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨، والتي تعديلتها بموجب مرسوم بقانون رقم ١٤ لسنة ٢٠١١، ثم تم تعديلتها بموجب القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الذي يبرم بين المهني والمستهلك عن طريق التقييط ودفع مقدم في البداية، فإن المبلغ الذي يدفع مقدما يأخذ حكم الودائع المنصوص عليها في المادة ١٥٩٠ من قانون المدني، وبالتالي يمكن لكل طرف في حالة العدول عن عملية البيع أن يسترجع المقدم من الطرف الذي عدل عن البيع، ففي هذه الحالة إذا ما عدل المستهلك خسر المقدم المدفوع، أما إذا ما عدل عن البيع المهني قام برد ضعف المقدم المدفوع<sup>(١)</sup> أي أن المشرع أجاز استرداد المقدم المدفوع في البيع بالتقييط على الفور وبشكل كامل ودون خصم أو تعويض لأي سبب من الأسباب متى كان من عدل عن المبيع المورد أو المهني وفي ذلك حماية للمستهلك في هذا النوع من البيوع<sup>(٢)</sup>. كذلك نص المشرع الفرنسي على أنه في عقود الائتمانية يجوز للمستهلك المقترض الدفع المبكر الكلي أو الجزئي المسبق للأقساط قبل تاريخ الاستحقاق، وفي هذه الحالة يحق له المطالب بتعويض عن الفائدة التي لم يتم استحقاقها بعد، وذلك ما لم ينص العقد المبروم على خلاف ذلك<sup>(٣)</sup>.

ولكن يثور تساؤل حول ما إذا لزم البائع المشتري بكتابة شيك وديعة قبل إبرام اتفاقية الائتمان المستخدمة في عملية تقسيط ثمن السلع أو الخدمات محل البيع بالتقييط، ولكن على شرط عدم إمكانية صرفه إلا في حالة تمام عملية الشراء عن طريق نظام الائتمان، في هذه الحالة نجد أن المشرع الفرنسي يحظر أي دفع للبائع قبل انتهاء الفترة التي تسمح للعميل بالعدول، ويقع تحت طائلة القانون في أي حاله عندما يتم

<sup>١</sup> - أنظر المادة 1 - 214 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والتي تم تعديله بالمرسوم بقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة 41- 313 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسي، والمعدل بالمرسوم بقانون ٣١٥ لسنة ٢٠١٦، الصادر في ٢٥ مارس ٢٠١٦.

<sup>٣</sup> - أنظر المادتين 47- 313 L. و 47- 313 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمعدلة بموجب المرسوم بقانون رقم ١٤٣٣ لسنة ٢٠١٧، والصادر في ٤ أكتوبر ٢٠١٧.

البيع عن طريق الائتمان مخصص بالكامل مبلغ الاستحواذ، حيث أنها مسألة ضمان للحماية الفعالة للمستهلك<sup>(١)</sup>.

أما بالنسبة لموقف المشرع المغربي فقد نظم المشرع البيع بالتقسيط في قانون حماية المستهلك ضمن باب القروض الاستهلاكية، حيث نص على أن تدخل في حكم عمليات القرض البيع أو تقديم الخدمات التي يكون أداؤها محل جدولة أو تأجيل أو تقسيط. وفرض على الإعلانات عن هذا النوع من البيوع بالتقسيط الضوابط التالية<sup>(٢)</sup>:

١. لابد من تحديد هوية المقرض وعنوانه في الإعلان عن البيع بالتقسيط. وإذا تعلق الأمر بالشخص الاعتباري يجب تحديد عنوان مقره الاجتماعي وطبيعة العملية المقترحة والغرض منها ومدتها وكذا التكلفة الإجمالية، وعند الاقتضاء، السعر الفعلي الإجمالي للقرض، باستثناء أي سعر آخر وعمليات التحصيل الجزافي.

٢. مبلغ التسديدات بالدرهم المغربي عن كل استحقاق أو إذا تعذر ذلك وسيلة تحديده ويشمل المبلغ المذكور، عند الاقتضاء، تكلفة التأمين عندما يكون إجبارياً للحصول على التمويل وتكلفة عملية التحصيل الجزافي.

٣. تحديد عدد الأقساط المستحقة، أي أن عدد الأقساط المستحقة فيما يخص العمليات المبرمة لمدة محددة.

٤. علاوة على ذلك يشترط المشرع المغربي في البيع بالتقسيط ضرورة الإشارة إلى أسعار السلع أو المنتجات المعدة للبيع بالتقسيط بأي شكل من الأشكال، وذلك على واجهة المحل، أو على الرفوف أو داخل محل البيع، أو عن طريق لصيقة

<sup>١</sup> - Cour. Cass, 24 Novembre 2020, Pourvoi, N°19 - 85- 829, Dalloz, 2020

<sup>٢</sup> - انظر المادتين ٧٤، و٧٦ من القانون المغربي بتحديد تدابير لحماية المستهلك رقم ٠٨ . ٣١، والصادر في الجريدة الرسمية عدد ٥٩٣٢ في ٧ أبريل ٢٠١١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

تشير إلى السعر، مكتوبه بشكل واضح ومقرؤه سواء من خارج أو داخل المحل حسب المكان الذي تعرض فيه السلع أو المنتجات<sup>(١)</sup>.

وينص كذلك المشرع المغربي على أنه يجوز للمستهلك المقترض في أي وقت سداد المبالغ الباقية غير المستحقة في أي وقت دون تعويض بالتسديد المبكر لمبلغ القسط سواء كله أو بعضاً منه، ويعتبر كل شرط مخالف لذلك يقع باطلاً بقوة القانون<sup>(٢)</sup>.

**الفرع الثاني. الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في التعاقد بنظام اقتسام الوقت (التايم شير)**

مما لا شك فيه أن نظام البيع عن طريق اقتسام الوقت أو التايم شير من الأنظمة التي أصبحت منتشرة في الوقت الحالي، وبالتالي تظهر أهمية الحاجة إلى حماية المستهلك الذي يقوم بإبرام التعاقد إلكترونياً في مجال «التايم شير» التي أصبحت مثار شكوى لكثير من عملاء في الوقت الراهن مما تحتاج معه من المشرع التدخل لحماية المستهلك من سوء استغلال البعض لضعف أو جهل المستهلك الإلكتروني لحقوقه في هذا النوع من البيوع.

وترجع بداية نظام البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير إلى ستينيات القرن الماضي في سويسرا، حيث ظهر أول تنظيم لهذا النظام في فرنسا في عام ١٩٧١ حين أصدر المشرع قانون يتناول كيفية تعامل الشركات بهذا النظام، ثم أعقب ذلك قانون عام

<sup>١</sup> - أنظر المواد من ٨ إلى ١١ من القانون المغربي بتحديد تدابير لحماية المستهلك رقم ٠٨ . ٣١، والصادر بالمرسوم رقم ٢،١٢،٥٠٣ الصادر في ١١ سبتمبر ٢٠١٣، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٦١٩٢ بتاريخ ٣ أكتوبر ٢٠١٣، ص ٦٣٨٤.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ١٠٣ من القانون المغربي بتحديد تدابير لحماية المستهلك رقم ٠٨ . ٣١ لسنة ٢٠١١.

١٩٧١ والذي أرسى قواعد البيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير<sup>(١)</sup>، ثم صدر بعد ذلك قانون عام ١٩٨٦ لتنظيم عقود المشاركة بالوقت باعتبارها عقود ملكية زمنية، ثم نظم المشرع الفرنسي عمليات البيع بنظام مشاركة الوقت بطريقة أكثر دقة في مدونة حماية المستهلك، وأعقب ذلك العديد من التعديلات على هذا القانون كان آخر هذه التعديلات في عام ٢٠١٦ بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦. وكذلك تناول المشرع في الدول العربية تنظيم نظام البيع بمشاركة الوقت ففي مصر كانت البداية بقرار وزير السياحة الصادر في عام ١٩٩٦ والذي تم تعديله بالقرار الصادر في عام ٢٠١٠ بشأن تنظيم تعامل المنشآت التي تطبق نظام التايم شير أو مشاركة الوقت، كذلك نص المشرع المصري على البيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير في قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، وكذلك نظم المشرع التونسي نظام البيع باقتسام الوقت أو التايم شير.

#### أولاً. تعريف عقود مشاركة الوقت أو التايم شير:

في البداية نستعرض محل هذه الجرائم المتعلقة بحماية المستهلك في عقود بيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير، فما المقصود بعقود مشاركة الوقت أو التايم شير؟ يقصد بنظام البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير بأنه عقد يقوم بالأساس على بيع اقتسام الانتفاع بمكان ما من أجل قضاء الإجازة أو الانتفاع بخدمة ما لمدة زمنية

<sup>١</sup> - أنظر: د. محمد المرسي زهرة، الوضع القانوني لنظام اقتسام الوقت، نظام المشاركة بالوقت في فرنسا، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد الأول، السنة الخامسة والثلاثون، ١٩٩٣، ص ١٣٦. د. حسن عبد الباسط جميعي، التعامل على الوحدات العقارية بنظام المشاركة في الوقت، دار الكتب المصرية، القاهرة، ١٩٩٧، ص ١٣. د. إبراهيم عبد الحليم عبادة، د. شذى طاهر محمد الشباب، عقد التملك الزمني التايم شير: مفهومه، جوهره، أنظمتها، واقعه العملي، تكييفه وحكمه الشرعي، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، المجلة ١٣، العدد ٢، ٢٠١٧، ص ٢٠ وما بعدها.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

محددة مسبقاً أو قابله للتحديد مقابل مبلغ نقدي. وقد عرف قرار وزير السياحة المصري رقم ١٥٠ لسنة ٢٠١٠ نظام التايم شير بأنه نظام تدار من خلاله المنشآت ومنها المنشآت الفندقية بنظام اقتسام الوقت، من خلال اتفاق بين إدارة المنشأة والمنتفعين يتم فيه طرح الوحدات التي تدار بنظام اقتسام الوقت للاستغلال بطريق الانتفاع بحصة زمنية محددة يحتفظ المالك بحق الرقبة أو بطريقة تجزئة الملكية للوحدات بحيث يصبح المشتري مالكاً على الشيوع ويتمتع بحق الانتفاع والرقبة<sup>(١)</sup>. كذلك فقد عرف مجمع الفقه الإسلامي الدولي في دورته الثامنة عشر والتي انعقدت في ماليزيا عام ٢٠٠٧ عقد المشاركة بالوقت أو التايم شير بأنه عقد تملك حصص شائعة لمنافع عين معلومة لمدة متعاقبة أما على سبيل شراء العين المعلومة على سبيل الشيوع، أو على سبيل الاستئجار لمدد متعاقبة سواء لعين معلومة أو غير معلومة مع تطبيق خيار التعيين في بعض الحالات لاختصاص كل مالك بفترة زمنية محددة<sup>(٢)</sup>.

ثانياً. موقف التشريعات المعاصرة من الحماية الجنائية للمستهلك في عقود اقتسام الوقت أو التايم شير:

في البداية نستعرض موقف المشرع المصري، فباستقراء القوانين واللوائح نجد أن المشرع المصري قد نص على قواعد خاصة لحماية المستهلك في حالة التعاقد بنظام

<sup>١</sup> - قرار وزير السياحة المصري رقم ١٥٠ لسنة ٢٠١٠، بشأن شركات التايم شير، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩٨ (تابع)، والصادر في ٢٩ أبريل ٢٠١٠.

<sup>٢</sup> - أنظر القرار رقم ١٧٠ والصادر عن مجمع الفقه الإسلامي الدولي في دورته الثامنة عشرة، والمنعقدة في ماليزيا في عام ٢٠٠٧ بشأن عقد المشاركة بالوقت أو عقد التملك الزمني، والمشار إليه في بحث د. ندى سالم حمدون ملاحو، عقد المشاركة بالوقت، دراسة مقارنة، مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون - جامعة الامارات العربية المتحدة، السنة السادسة والعشرون، العدد الواحد والخمسون، والصادر في يوليو ٢٠١٢، ص ١٢.



اقتسام الوقت (التايم شير)، أو المشاركة الجزئية في الملكية، حيث يكون للمستهلك الحق في الرجوع في العقد المبرم خلال أربعة عشر يوماً من تاريخ توقيعه دون إبداء الأسباب، ودون تحمل أي نفقات، وذلك دون الإخلال بالقوانين أو القرارات المنظمة لهذه التعاقدات. كذلك فقد نص المشرع المصري على أن تسري أحكام قانون حماية المستهلك على التعاقد بنظام الملكية الجزئية أو أي أنظمة أخرى مشابهة لنظام اقتسام الوقت<sup>(١)</sup>. ويتضح من ذلك أن المشرع المصري اعتبر أن العقد من عقود نظام البيع بمشاركة الوقت في صورتان هما على النحو التالي:

الصورة الأولى. عقد مشاركة الوقت أو التايم شير عن طريق المشاركة الجزئية في الملكية. ففي هذه الحالة يكون للمستهلك جزء من الملكية ولكنها مقيدة بأن ينتفع بها في وقت محدد من السنة وفقاً للعقد المبرم مع المورد.

الصورة الثانية. عقد مشاركة الوقت أو التايم شير في صورة عقد انتفاع للمستهلك، والذي يكون منصب على الانتفاع فقط دون أي تملك للرقبة، وذلك لمدة محددة من الزمن تتكرر كل عام ولمدد طويلة تصل إلى عشر أو عشرين سنة، حيث يتعاقد المستهلك مع المورد على الانتفاع فقط لمدة محددة في العقد دون أن يملك الرقبة.

ولحماية المستهلك للخدمات المقدمة في هذا النوع من العقود فقد نص المشرع المصري على معاقبة المورد في حالة مخالفة ضوابط البيع بنظام تقسيم الوقت أو التايم شير بعقوبة الغرامة المالية التي لا تقل مقدارها عن خمسين ألف جنية ولا تزيد مقدارها عن مليون جنية، أو مثلي قيمة المنتج محالة المخالفة أيهما أكبر، علاوة على نشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدة يومية وعلى المواقع الإلكترونية واسعة الانتشار كعقوبة تكميلية وجوبية، وكذلك نشر جهاز حماية

<sup>١</sup> - انظر المادة ٣٢ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية، العدد رقم ٣٧ (تابع)، بتاريخ ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، ص ١٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المستهلك عن طريق الإعلان على موقعه الإلكتروني بالحكم النهائي الصادر بالإدانة، وتشدّد العقوبة في حالة العود لتصبح ضعف عقوبة الغرامة المالية بحديها<sup>(١)</sup>.

علاوة على ذلك فقد نص قرار وزير السياحة المصري على عقوبة إدارية جوازية تصدر بقرار مسبب من وزير السياحة تتعلق بإلغاء الترخيص الصادر للمنشأة الفندقية المصريح لها أن تدار بنظام اقتسام الوقت أو التايم شير، وكذلك إلغاء الترخيص الصادر لشركة الإدارة المفوض لها إدارة المنشأة أو الغلق إدارياً أو وقفها مؤقتاً بحسب ما يراه وزير السياحة<sup>(٢)</sup>. ولكن في مقابل ذلك يلتزم المستهلك بالدفع النقدي لمقابل العقد، وكذلك الالتزام بالمحافظة على الوحدة واستعمالها وفق للغرض التي أعدت من أجله وفقاً للضوابط المنصوص عليها في بنود العقد وفقاً لمعيار الشخص المعتاد.

أما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي فنجد أن قد نص على تنظيم عقود البيع التايم شير أو مشاركة الوقت في مدونة حماية المستهلك، وذلك لتوفير حماية قانونية بشقيها الجنائي والمدني للمستهلك من مخالفة المورد أو المهني للضوابط المنصوص عليها، وقد عدد المشرع الفرنسي صور هذا النوع من البيوع على النحو التالي<sup>(٣)</sup>:

١. الصورة الأولى. عقد استخدام سلع بالمشاركة بالوقت لمدة تزيد عن عام يكتسب فيه المستهلك، مقابل الدفع، التمتع بواحد أو أكثر من الممتلكات العقارية أو المنقولة، للاستخدام السكني، لفترات محددة أو قابلة للتحديد، حيث يحق للمستهلك

<sup>١</sup> - أنظر المواد ٦٦، ٦٩، ٧٥ من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة الرابعة والثلاثون من قرار وزير السياحة رقم ١٥٠ لسنة ٢٠١٠، بشأن شروط وضوابط نظام اقتسام الوقت أو التايم شير في المنشآت الفندقية والقرى والمنتجات السياحية، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ٩٨ (تابع)، والصادر في ٢٩ أبريل ٢٠١٠.

<sup>٣</sup> - أنظر المادة 70 - L224 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، المستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ٤ مارس ٢٠١٦.

وفقاً لهذا العقد الانتفاع بالوحدة العقارية أو بالمتلكات المنقولة لمدة محددة مسبقاً في العقد أو قابلة للتحديد، وذلك بغرض الاستخدام السكني فقط دون غيره من الاستخدامات الأخرى.

٢. الصورة الثانية. عقد منتج للإجازة طويل الأجل لمدة تزيد عن عام يكتسب فيه المستهلك، مقابل الدفع، حقاً في الإقامة لفترة محددة أو قابلة للتحديد مصحوبة بتخفيضات أو مزايا أو خدمات أخرى.

٣. الصورة الثالثة. عقد إعادة بيع لخدمة يقوم بموجبه أحد المهنيين بمساعدة المستهلك بهدف بيع أو إعادة بيع أو شراء حق استخدام سلع المشاركة بالوقت أو منتج عطلة أو أجازة طويل الأجل.

٤. الصورة الرابعة. عقد التبادل لعقد مقابل دفع قيمة يستطيع المستهلك بموجبه الوصول إلى نظام التبادل الذي يسمح له، مقابل التعاقد استخدام سلع المشاركة بالوقت أو عقده لمنتج الإجازة لفترة طويلة، بالوصول إلى التمتع بسلعة أخرى، أو سكن آخر أو خدمات أخرى وفقاً للعقود المسابقة.

وباستعراض السياسة التشريعية الفرنسية يتضح لنا أن المشرع الفرنسي كان أكثر تنظيماً لنظام البيع بمشاركة الوقت حيث قام بحصر كافة صورته بخلاف التشريعات العربية التي نظمت عقد البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير، كذلك فقد عرف المشرع الفرنسي نظام البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير من خلال حصر صور هذا النظام في أربعة صور تتمثل في عقد استخدام سلعة بنظام مشاركة الوقت لمدة تزيد عن سنة، وعقد منتج الإجازة الطويلة لمدة تزيد عن سنة، وعقد إعادة بيع لخدمة بنظام مشاركة الوقت، وعقد التبادل الذي ينصب على سلع أو خدمة تستخدم نظام مشاركة الوقت.

علاوة على ذلك فقد فرض المشرع الفرنسي مجموعة من الالتزامات على المهني أو المورد في عقود البيع بالمشاركة الوقت أو التايم شير، فأوجب على المهني أو المورد

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

في الوقت المناسب وقبل أي التزام من جانب المستهلك أن يعلمه بطريقة واضحة ومفهومة، كتابياً أو على وسيط دائم يسهل الوصول إليه، معلومات دقيقة وكافية تتعلق بالسلع أو الخدمات التي تكوم محل التعاقد في عقد من عقود المشاركة بالوقت أو التايم شير، ويجب أن يشير العرض المقدم من المورد أو المهني للمستهلك بالمعلومات والبيانات التالية<sup>(١)</sup>:

١. اسم الشخص الاعتباري الذي يقوم بعرض السلع أو الخدمات بنظام المشاركة بالوقت أو التايم شير وشكله القانوني ومكتبه المسجل.
٢. تحديد وصف السلع أو الخدمات وموقعها والتي سوف يتم أبرام التعاقد عليها وفقاً لنظام البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير.
٣. تحديد موضوع العقد وكذلك الطبيعة القانونية للحقوق الممنوحة للمستهلك في عقود البيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير.
٤. تحديد الفترة الزمنية التي سيتم خلالها ممارسة الحقوق الممنوحة وفقاً لنظام المشاركة أو التايم شير.
٥. مدة عقد مشاركة الوقت أو التايم شير وتاريخ بداية نفاذه ونهايته، من أجل تبصير المستهلك لهذا النوع من العقد بالمدة الزمنية لسريان العقد المبرم.
٦. السعر الاجمالي الواجب دفعه مقابل ممارسة الحقوق الممنوحة للمستهلك بموجب العقد وكذلك ضرورة الإشارة إلى أي تكاليف عرضية إلزامية أخرى يطلب من المستهلك أدائها في المستقبل مقابل الخدمات أو الصيانة أو غيرها من الرسوم الأخرى.
٧. تحديد الخدمات والتسهيلات المتاحة للمستهلك للسلع أو الخدمات المقدمة وفقاً لعقد مشاركة الوقت أو التايم شير وتكلفتها.

<sup>١</sup> - أنظر المادة 73- L224 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

٨. مدة حق المستهلك في العدول عن عقد مشاركة الوقت أو التايم شير وشروط ممارسته لهذا الحق وآثاره.
٩. المعلومات المتعلقة بإنهاء عقد مشاركة الوقت أو التايم شير، حيثما ينطبق ذلك على إنهاء العقد الإضافي، وآثارها.
- ١٠-حظر دفع أي سلف.
- ١١-لابد من توضيح حقيقة أن العقد قد يحكمه قانون آخر بخلاف قانون الدولة العضو في الاتحاد الأوروبي والذي يقيم فيها المستهلك أو موطنه المعتاد في حالة ما إذا كان المستهلك يقيم خارج دول الاتحاد الأوروبي.
- ١٢-بيان اللغة أو اللغات المستخدمة بين المستهلك والمهني فيما يتعلق بأي مسألة تتعلق بعقد مشاركة الوقت أو التايم شير.
- ١٣-إمكانية اللجوء إلى وسيط لتقديم الخدمة للمستهلك وذلك وفقاً للشروط والقواعد المنصوص عليها في مدونة حماية المستهلك.
- ١٤-وجود مدونة سلوك تحكم ممارسات المورد أو المهني في عقود مشاركة الوقت أو التايم شير، وذلك عند الاقتضاء.
- ولحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً من الممارسات غير المشروعة من قبل المهني أو المورد في عقود البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير، فقد نص المشرع الفرنسي على معاقبة المهني أو المورد في حالة انتهاك الضوابط السابقة واعتبار فعله يشكل جريمة من الجرائم التالية:
١. جريمة الإعلان أو البث أو التسبب في بث إعلان على خلاف الحقيقة لمنتج عن طريق عقود البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير، ولا يتوافق مع الالتزامات السابقة

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

المنصوص عليها، حيث ينص المشرع الفرنسي على عقوبة الغرامة المالية وقدرها ١٥٠ ألف يورو لكل مورد أو مهني يخالف هذه الالتزامات (١).

٢. جريمة تقديم المهني أو المورد عرضاً للمستهلك لإبرام عقد من عقود البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير لا يتضمن المعلومات والبيانات المنصوص عليها في القانون والسابق تناولها بالشرح، بحيث يعاقب في هذه الحالة بعقوبة الغرامة المالية وقدرها ١٥٠ ألف يورو (٢).

بالإضافة إلى ذلك فقد حدد المشرع الفرنسي الحالات التي يجوز في المستهلك استعمال حقه في العدول بالنسبة لعقود البيع بمشاركة الوقت أو بنظام التايم شير وهي تنقسم إلى ما يلي (٣):

١. الحالة الأولى. حق المستهلك في العدول في عقد مشاركة الوقت أو التايم شير دون أبداء أي أسباب، ففي هذه الحالة يجيز المشرع الفرنسي في جميع الأحوال للمستهلك ودون أي حاجة لإبداء الأسباب، الحق في العدول خلال أربعة عشر يوماً تبدأ من تاريخ إبرام العقد أو يوم استلامه عقد من عقود البيع بمشاركة الوقت أو التايم شير، دون أي تعويض أو أي تكاليف عليه.

٢. الحالة الثانية. حق المستهلك في العدول بعد نفذ عقد مشاركة الوقت أو التايم شير لوجود أسباب، يحق للمستهلك العدول خلال عام وأربعة عشر يوماً حالة ما إذا لم يكمل المهني أو المورد الخدمة أو السلعة وفقاً لالتزاماته المنصوص عليها في

---

١ - أنظر المادة 27- L242 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

٢ - أنظر المادة 28- L242 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

٣ - أنظر المادة 80 - L224 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

عقد مشاركة الوقت أو التايم شير، أو إذا قدم المهني أو المورد للمستهلك على الورق أو على أي وسيط دائم نموذج آخر غير المنصوص عليه في عقد مشاركة الوقت أو التايم شير. كذلك للمستهلك الحق في العدول خلال ثلاثة أشهر وأربعة عشر يوماً من تاريخ إبرام العقد أو يوم استلامه في حالة عدم قيام المهني أو المورد بتزويد المستهلك كتابياً أو على الورق أو على أي وسيط دائم آخر، بالمعلومات والبيانات الأساسية والسابق ذكرها في التزامات المورد أو المهني بالنسبة للمستهلك في عقد البيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير، فإذا تم تقديم هذه المعلومات إلى المستهلك في غضون ثلاثة أشهر من يوم إبرام العقد أو استلامه، فإن فترة العدول تكون أربعة عشر يوماً من يوم استلام المعلومات. وفي جميع الأحوال لا يجوز للمهني أو المورد تحميل المستهلك الذي يمارس حقه في العدول بأي تكلفه سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، بما في ذلك تلك المتعلقة بأي خدمات مقدمة قبل ممارسة حقه في العدول<sup>(١)</sup>.

ولحماية المستهلك من الممارسات غير المشروعة للمهني أو المورد في عقود مشاركة الوقت أو التايم شير، فقد نص المشرع الفرنسي على أن يعاقب المهني أو المورد في حالة مخالفته لقواعد المنصوص عليها بشأن حق المستهلك في العدول سواء برفضه تنفيذها أو فرض التزامات أو تكاليف على المستهلك في حالة استعمال حقه في العدول عن عقد من عقود البيع بنظام مشاركة الوقت أو التايم شير، بعقوبة الغرامة المالية ومقدارها لا يزيد عن ٣٠٠,٠٠٠ ألف يورو<sup>(٢)</sup>.

<sup>١</sup> - أنظر المادة 28 - L224 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

<sup>٢</sup> - أنظر المادتين 29 - L242 و 30 - L242 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

بالإضافة إلى ما سبق من العقوبات الأصلية فقد نص المشرع الفرنسي على عقوبات تكميلية أضافيه على المورد أو المهني تتمثل في الحرمان ممن ممارسة الوظيفة العامة أو ممارسة النشاط المهني أو الاجتماعي أو التجاري أو الإدارة لمدة لا تزيد عن خمس سنوات. علاوة على ذلك فقد أقر المشرع الفرنسي بالمسئولية الجنائية للأشخاص الاعتبارية عن هذه الجرائم وعقاب عليها الشخص الاعتباري بعقوبة الغرامة المالية المنصوص بها على الأشخاص الطبيعيين وهي الغرامة المالية التي لا تزيد عن ٣٠٠,٠٠٠ ألف يورو، بالإضافة إلى عقوبة تكميلية تتمثل في إيقاف ممارسة الشخص الاعتباري لنشاطه الذي ارتكب من خلالها الجريمة لمدة لا تزيد عن خمس سنوات<sup>(١)</sup>.

### المطلب الرابع. الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الاحتيال

#### والخداع والتضليل في العلامات التجارية

تتمثل هذه الجريمة في قيام بعض المحتالين الدوليين بإرسال رسائل نصية SMS أو بريد إلكتروني توهم المستهلكين بالفوز بمبالغ مالية كبيرة في جائزة لشركات اليانصيب العالمية. حيث أن المحتالين من هذا النوع غالباً ما يستخدمون الشعارات الخاصة بالشركات الحقيقية ومؤسسات اليانصيب لكي تضفي طابع الشرعية علي الأمر لإدخال اللبس والغش علي جمهور المستهلكين وجعلهم يعتقدون خطأ في طبيعة مرسل الرسالة علي أساس أنه كيان قانوني وأنها ليست محاولة للنصب عليه أو القرصنة علي بياناته الشخصية، وهذا الأمر يجعل كثيرا من الضحايا يقعون في هذا الفخ ومنهم من يقوم بتحويل الأموال فعلاً طمعاً في تسلّم مبالغ الجائزة المزعومة.

<sup>١</sup> - المواد ١٢١-٢ و ١٣١-٣٨ و ١٣١-٣٩ من قانون العقوبات الفرنسي، وكذلك المادة 31- L242 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية، والمستحدثة بالقانون رقم ٣٠١ لسنة ٢٠١٦، والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٦.



وسوف نستعرض في هذا المطلب ماهية الخداع والاحتيال للمستهلك عن طريق الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية في الفرع الأول، ثم نتناول في الفرع الثاني صور الخداع والتضليل للمستهلك من خلال الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية.

الفرع الأول. ماهية الخداع والاحتيال للمستهلك عن طريق الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية

تتنوع صور الخداع أو الاحتيال أو التضليل للمستهلك عن طريق الممارسات غير المشروعة، فمثال على ذلك جريمة خداع المتعاقد في صلاحية البضاعة وجريمة عدم إبلاغ جهاز حماية المستهلك باكتشاف وجود عيب في المنتج من قبل المهني أو المورد. وقد حدد القانون الفصل في تحديد مسألة وجود عيب في السلعة من عدمه لجهاز حماية المستهلك<sup>(١)</sup>، وهذه الجريمة من الجرائم التي لا تتقضي فيها الدعوى الجنائية بالتنازل<sup>(٢)</sup>. وقد عرف المشرع المصري السلوك الخادع على أنه كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المنتج أو المعلن مما يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك، أو من شأن أن يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط في التعاقد<sup>(٣)</sup>. وبناء على ذلك نستطيع القول بأن الخداع والاحتيال للمستهلك عن طريق الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية يقصد به كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المهني أو المورد أو المعلن كان من شأنه أن يؤدي إلى خلق انطباع

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٢٤٧١ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٠ مارس ٢٠١١.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٣٠٩٩ لسنة ٨٠ ق، جلسة ١٥ مارس ٢٠١١.

<sup>٣</sup> - انظر الفقرة العاشرة من المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨، الصادر في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨، الجريدة الرسمية العدد ٣٧ (تابع) ٢٠١٨.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

كاذب أو مضلل لدى المستهلك حول العلامة التجارية، أو يكون من شأنه إيقاع المستهلك في الخطأ أو الغلط عند إبرام التعاقد.

وانطلاقاً مما سبق نستطيع القول بأنه هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب قصد جنائي خاص يتمثل في وجود نية الخداع أو التضليل والغش لدة المهني أو المورد أو المعلن عن طريق ممارسات غير مشروعة تتعلق بالعلامة التجارية. وبناء على ذلك يجب أن يبين الحكم بجريمة خداع المستهلك أو تضليله أركان الجريمة وأن يدل على وجود نية الغش وعلم المهني أو المورد أو المعلن بذلك، وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه لما كان الحكم الابتدائي المكمل والمعدل بالحكم المطعون فيه قد بين واقعة الدعوى بما تتوافر به كافة العناصر القانونية للجريمتين اللتين دانة بهما، وأن الحكم قد دلل على توافر علم الطاعن بالغش بما يوفره، ومدلاً على أن أوجه التشابه بين العلامة التجارية الأصلية والعلامات المقلدة مما يندفع بها المستهلك المتوسط الحرص والانتباه مما يحقق حكم القانون وتنتفي به دعوى القصور في التسبب، وإن ما يثور في هذا الشأن ليس في محله<sup>(١)</sup>، والعيار في ذلك معيار المستهلك المعتاد متوسط الخبرة والذكاء.

فضلاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه وحيث أن الحكم المطعون فيه بين واقعة الدعوى، بما يتوافر فيها من كافة العناصر القانونية للجريمتين حيازة وعرض منتجات غذائية للبيع عليها علامة تجارة مقلدة، مع علمه بذلك، واللتين دان الطاعن بهما، وأورد على ثبوتهما في حقه أدلة سائغة، من شأنها أن تؤدي إلى ما رتب عليها من إيقاعه في الغلط أو الخطأ، وكان الحكم المطعون فيه قد أثبت أوجه التشابه بين العلامة الأصلية المسجلة باسم المجني عليه (مخبز كريستال) والعلامة المقلدة التي استعملها الطاعن بذات الاسم، ووضعها على منتجاته، المعروضة للبيع

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الأحكام، الطعن رقم ٥٠٢٣ لسنة ٨١، بتاريخ

١٢ مارس ٢٠١٢.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

(بمخبر حلواني)، بأسباب صحيحة تبرره مستمدة من تقرير إدارة العلامات التجارية، ومن مقارنة العلامتين على وجه الثابت بالحكم، ومن الوقائع المدونة، مما يوفر علم الطاعن بتقليد العلامة التجارية للمنتج الأصلي للسلعة المعروضة، وأثبت أن المجني عليه يستخدم هذه العلامة التجارية الأصلية على منتجات مخبز كريستال، وأن الجاني يستخدم العلامة المقلدة على منتجات مخبز حلواني، الأمر الذي يدحض دفاعه، بمغايرة منتجاته، لمنتجات المجني عليه، ولا يعدو أن يكون محاولة، لتجريح أدلة الدعوى، على وجه معين، تأدياً من ذلك، إلى مناقضة الصورة، التي ارتسمت في وجدان المحكمة، بالدليل الصحيح، وهو ما لا يقبل إثارته أمام محكمة النقض<sup>(١)</sup>، وبالتالي فقد تم إدانته لقيامه بالخداع والتضليل عن طريق استخدام علامة تجارية أصلية للغير على منتجاته مع علمه بذلك، مما كان من شأنه إيقاع المستهلكين في الغلط أو الخطأ.

وتأسيساً على ما سبق نستطيع تحديد مفهوم الممارسات التجارية الالكترونية المضللة أو الخادعة من خلال ما قد أوضح التوجيه الاوربي المتعلق بالإعلانات المضللة رقم ٤٥٠ لسنة ١٩٨٤ والمعدل بالتوجيه رقم ٥٥ لسنة ١٩٩٧ لكي يشمل الاعلانات المقارنة، حيث عرف المشرع الأوربي الاعلان في المادة ٢ / ١ بأنه كل شكل من أشكال الاتصال الذي يتم في سياق النشاط التجاري، الصناعي والحرفي أو المهني من أجل تشجيع توريد السلع والخدمات، بما فيها السلع العقارية والحقوق والواجبات. وقد عرف المشرع الفرنسي الاعلانات المضللة أو الكاذبة وفقاً للمادة ١/٢١ من قانون الاستهلاك بأنه كل دعاية تحتوي علي أيه شكل من أشكال الادعاءات أو المعلومات الكاذبة أو العروض المضللة، سواء شمل طبيعة السلعة أو تكوينها،

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ٢٥٩٩٧ لسنة ٨٤، بتاريخ ٢٧ يوليو ٢٠١٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الانواع، الاصل، الكمية، وطريقة الصنع وتاريخه والممتلكات والأسعار وشروط البيع أو الخدمات الخاضعة للإعلان، وشروط استخدامها، والنتائج التي يمكن أن تتوقع من استخدامها، وأنماط من طرق بيع أو تقديم الخدمات، في نطاق الالتزامات التي تعهد بها المعلن والهوية، من صفات أو قدرات المنتجين والموزعين، المروجين أو مقدمي الخدمات.

وبناء على ذلك فالممارسات الإعلانية التجارية الإلكترونية المضللة أو الخادعة هي كل اعلان الكتروني متضمن معلومات تدفع المستهلك الي الوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعنصر من عناصر الأساسية أو وصف من أوصاف الجوهرية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها من قبل المورد أو المهني. لذلك نري ضرورة التوصية بتبني سياسة الوقاية من الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة للموردين أو المهنيين أو المعلنين، وذلك عن طريق انتهاج إجراءات استباقية لتوعية وتنبية المستهلكين من بعض السلع أو المنتجات الضارة والخطرة، بعد التأكد من المعلومات في هذا الصدد بالإضافة إلى ما يتم ضبطه من سلع مقلدة ومجهولة المصدر قبل بيعها للمستهلكين.

وعليه فقد نص المشرع المصري في المواد ١، ٧، ٦٣، ٦٤، من قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ على أن تقييد جنح بالنسبة للمورد في حالة ما إذا لم يلتزم بالإعلان عن أسعار السلع أو الخدمات التي يعرضها أو يقدمها، بشكل واضح للمستهلكين والمعيار في ذلك شخص المستهلك العادي، على أنه يجب أن يتضمن السعر ما يفرضه القانون من ضرائب أو رسوم أو أي التزامات مالية أخرى، وذلك وفقا للضوابط المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك<sup>(١)</sup>، علاوة على ذلك فقد جرم المشرع المصري كل ممارسة تجارية غير مشروعة من قبل

<sup>١</sup> - أنظر المواد ١، ٧، ٦٣، ٦٤ من قانون حماية المستهلك المصري، رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

المورد أو المهني من شأنها تؤدي إيقاع المستهلك العادي في التضليل أو الخداع بشأن العلامة التجارية.

وبناء على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن قيام الإدارة الفعلية لشركة لاستيراد والتصدير والصيانة والتوكيلات التجارية بوضع علامة تجارية هي لعلامات لشركات عالمية والمملوكة للغير على واجهة الحانوت وعلى النماذج المطبوعة والصادرة من تلك الشركة وخاصة المتعلقة بتعاملات المستهلكين وذلك على النحو الواضح بأوراق القضية بما من شأن ذلك أن يخلق انطباعاً غير حقيقي ومضلل لدى المستهلك العادي، وبالتالي وقوعه في غلط بأن أثبت أنه وكيلاً ولديه مركز صيانة معتمد لشركات عالمية<sup>(١)</sup>، وذلك على اعتبار أن إرادة المستهلك لم تكن حرة ولا مستنيرة أثناء إبرام التعاقد، وبالتالي يمثل ذلك انتهاكاً لحق من حقوق المستهلك الأساسية التي يعمل المشرع على حمايتها.

وتأسيساً على ما سبق وحيث أن العلامة أداة تستخدم لتمييز بين المنتجات المختلفة، فإنها تعتبر من العلامات التجارية كل الكلمات والشعارات والأسماء ومجموعة الأحرف أو الرموز والتصميمات والصور أو مجموع من هذه العناصر التي تستخدم كأداة لتمييز المنتجات، بالإضافة إلى ذلك يمكن أن تكون العلامة التجارية عبارة عن صور أو شكل منتج أو شكل عبوة لمنتج معين، كذلك تشير العلامة إلى أن مصدر المنتج لمالك العلامة بعينه، بحيث يتم إنتاجه تحت إشرافه وأن جميع المنتجات التي تحمل العلامة على ذات مستوى متماثل من الجودة.

ونستنتج مما سبق أهمية العلامات التجارية كأداة تمييز بين المنتجات المتماثلة للمهنيين أو الموردين، وبالتالي نص المشرع على حماية المستهلك من الوقوع في

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ٥٤١٥ لسنة ٨١، بجلسة ١٢ مارس ٢٠١٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

خداع أو تضليل لشراء منتجات مقلدة في حالات التشابه الشكلي والصوتي، وكذلك العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات أو عن صفاتها الأخرى. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة القضاء الإداري بأنه "وحيث أن العلامة رقم ١٣٠٤١٦ عبارة عن كلمة (لي لورين) باللغة العربية وذات الحروف باللغة الأجنبية الواردة في العلامة رقم ٧٦٣١٦ الخاصة بالشركة المدعية وما ورد مع العلامتين من رسوم أو خطوط لا تمثل اختلافاً يرفع اللبس بين العلامتين كما أن الاختلاف الصفة بين العلامتين لا يرفع اللبس لدى جمهور المستهلكين لانحسار الاختلاف في أسلوب الاستخدام للمنتج هذا فضلاً عن أن الثابت من الأوراق تسجيل الشركة المدعية للعلامة في فرنسا وهو ما يمنح للعلامة الحماية القانونية خاصة وأن المشرع قد أوجب على الجهة الإدارية رفض طلب التسجيل إذا تطابقت العلامة مع علامة مشهورة أو أن يكون استخدام العلامة على المنتجات غير المماثلة يحمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين صاحب العلامة المشهورة وتلك المنتجات أو يؤدي هذا الاستخدام إلى إلحاق ضرر بصاحب العلامة المشهورة"<sup>(١)</sup>.

بالإضافة إلى ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن التقليد للعلامة التجارية الأصلية يعتبر نوع من التضليل لجمهور المستهلكين وذلك عندما يتم من خلال البائع والعارض أو الحائز بقصد بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك، وذلك وفقاً لما نصت عليه المادة ٦٥ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية. وحيث أن الثابت من الأوراق حيازة الطاعن بقصد البيع والتداول منتجات تحمل علامة تجارية مقلدة على نحو يحاكي نفس العلامة التجارية الأصلية للمملوكة لشركة أخرى، وذلك بطريقة من شأنها أن

<sup>١</sup> - محكمة القضاء الإداري المصري، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ١٥٧٥٩ لسنة ٥٨، جلسة ١٥ أكتوبر ٢٠٠٥.

تضليل المستهلكين، مع علمه بذلك على اعتبار أنه مديراً لشركة متخصصة تعمل في مجال تجارة المنتجات الصناعية والتي تميزها العلامة المسجلة، بالإضافة إلى درايبته بالمنتجات التي تحمل العلامات الأصلية المسجلة وتلك التي تحمل علامات مقلدة لها<sup>(١)</sup>. فهذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي والذي يتحقق عندما يتعمد الجاني التقليد مع توافر قصد جنائي خاص يتعلق بنية استعمال الشيء المقلد في الغرض الذي من أجله ارتكب التقليد، وفي هذه الحالة ليس لازماً على الحكم ذكر ذلك صراحة مادام قد أورد من الوقائع ما يؤكد توافر هذا الركن من أجل قيام الجريمة<sup>(٢)</sup>.

## الفرع الثاني. صور الخداع والتضليل للمستهلك من خلال الممارسات

### غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية

بعد أن استعرضنا الاحكام القضائية المتعلقة بتحديد ماهية الخداع والتضليل للمستهلك من خلال الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية، نستطيع تحديد صور الخداع والتضليل للمستهلك من خلال الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية، وذلك في ضوء أحكام محكمة النقض الفرنسية بشأن حماية المستهلك من

<sup>١</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، الموسوعة القانونية لوزارة العدل، الطعن رقم ١٩٤٩٩ لسنة ٨٩ ق، جلسة ٢١ نوفمبر ٢٠٢٠.

<sup>٢</sup> - محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، الموسوعة القانونية لوزارة العدل، الطعن رقم ١٣٨٣٠ لسنة ٩٠ ق، جلسة ١ مارس ٢٠٢١.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

جرائم الخداع والتضليل من خلال الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. الحالة الأولى. حين تكون العلامة التجارية المستخدمة كاذبة، بحيث يكون من المحتمل في حد ذاتها تضليل جمهور المستهلكين بشأن إحدى خصائص المنتجات المحددة في تسجيلها، دون مراعاة شروط استغلالها، والتي تتعلق فقط بالمصادرة اللاحقة للحقوق المرتبطة بهذه العلامة التجارية وعدم التمتع بمميزاتها. وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض الفرنسية في شأن حماية المستهلك في مجال مستحضرات التجميل من كافة الممارسات التجارية الخادعة أو المضللة، وبالتالي لا يمكن للشركة التجارية التي تبيع منتجاً تجميلاً عرضه بشكل خاطئ على أنه مخدر، كنوع من الخداع التجاري المضلل، وبناء على ذلك يمكن مقاضاة الشركة المصنعة أو المستوردة لهذا المنتج على أساس نصوص التشريع الخاصة بمستحضرات التجميل من أجل حماية المستهلك من هذا النوع من الخداع والتضليل<sup>(٢)</sup> باعتبار أن المهني أو المورد يقوم بارتكاب جريمة الممارسات التجارية المضللة أو الخادعة بشأن المنتجات المعروضة للمستهلكين.

٢. الحالة الثانية. في هذه الفرضية لم يتم استهداف العلامة التجارية فحسب، بل يتم الاستهداف على وجه الخصوص التسميات المتقاربة بين هذه العلامات التجارية التي من شأنه أن تخلق حالة من التباين والاشتباه لدى المستهلك العادي، ويتم التأكد من هذه الطبيعة التضليلية للعلامة التجارية من خلال تقييم الطبيعة

---

<sup>١</sup> - Cour. Cass. Chambre commerciale financière et économique, 16 Février 2022, N°19-20.562, Formation restreinte hors RNSM/NA, V., [www.courdecassation.fr](http://www.courdecassation.fr), تاريخ الزيارة ٦ أبريل ٢٠٢٢.

<sup>٢</sup> - Cour. Cass, Crim, 20 Octobre 2020, prouvoi n°19 - 81 - 207, Dalloz, 2020



الخادعة لهذه العلامة على المستهلك العادي فيما يتعلق بالمسمى، والذي سيرغب في شراء هذا المنتج، كنوع من الانتهاك لحقوق الملكية الفكرية.

٣. الحالة الثالثة. يكون من شأن العلامة التجارية أن تنشأ طابعاً مضملاً على المستهلك العادي، ويكون تقدير هذا الأمر متروك للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع من خلال التقييم الشامل لجميع العوامل ذات الصلة بوقائع القضية، وفي ضوء معيار شخص المستهلك المعتاد متوسط الذكاء والخبرة، إذا ما كان من شأن هذه العلامة تحتوي على عنصر يحتمل منه أن يخدع أو يضلل المستهلك العادي في إبرامه للتعاقد على هذه المنتجات.

#### المطلب الخامس. الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من الممارسات

##### والأنشطة التجارية غير التنافسية والاحتكارية

مما لا شك فيه أن الممارسات والأنشطة التجارية غير التنافسية والاحتكارية بين المهنيين والموردين والشركات التجارية ومقدمي الخدمات من السلوكيات التي تضرر بشكل كبير بالمستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً وتؤثر على الحقوق والضمانات التي نصت عليها القوانين واللوائح التي جاءت من أجل توفير الحماية القانونية للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية إلا وهو المستهلك، ومثال على تلك الممارسات التجارية للمنافسة غير المشروعة والاحتكارية في تحديد الأسعار ما قامت به مجموعة (جوسلين إن في) عندما عقدت اتفاقاً احتكاريّاً تحت مسمى (كارتل) للهيمنة على السوق الدولية لخدمات الإزالة في دولة بلجيكا، وذلك عن طريق التحكم في تحديد الأسعار بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بالإضافة إلى الاتفاق على تقاسم السوق عن طريق المشاركة والتلاعب في إجراءات تقديم العطاءات. ونتيجة لخطورة هذه الممارسات التجارية غير المشروعة فقد أصدرت مفوضية الاتحاد الأوروبي قرارها

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

بأن اتحاد (كارتل) يعتبر اتحاد احتكاري حيث ظل يعمل تقريباً لمدة ١٩ عاماً في الفترة من أكتوبر ١٩٨٤ إلى سبتمبر ٢٠٠٣، قام خلاله هذا الاتحاد بالتحكم في تحديد الأسعار، وإصدار عروض أسعار مضللة، وتعويض بعضهم البعض عن العروض المرفوضة عن طريق نظام التعويض المالي بالعمولات، مما يشكل معه انتهاك للمادة ٨١ من معاهدة إنشاء الاتحاد الأوروبي<sup>(١)</sup>، على أساس أن هذه الممارسات التجارية غير مشروعة وتشكل صورة من صور الاحتكار. وفي تطبيق آخر للممارسات التجارية غير المشروعة والمتعلقة بالإخلال بقواعد المنافسة العادلة، فقد قررت المفوضية الأوروبية فرض غرامات على شركة تليفونيكا وشركة برتغال تليكوم لاتفاقهما على عدم التنافس فيما بينهما في أسواق الاتصالات السلكية واللاسلكية في أيبيريا، بدلاً من التنافس فيما بينهما وفقاً لقواعد المنافسة العادلة التي تخدم السوق من خلال تقديم أفضل العروض والمزايا للعملاء من جمهور المستهلكين، مما يحقق معه سوق للتنافس الحر والمفتوح والذي يمكن جمهور المستهلكين من الاختيار من العروض المتنوعة. مما يعد معه هذا الاتفاق مخالف للمادة ١٠١ من المعاهدة المنظمة لعمل الاتحاد الأوروبي TFEU والتي تحظر

---

<sup>١</sup> - Judgment of the general Court, eighth Chamber, 16 June 2011, In Joined Cases, T 208/08 and T 209/08, Gosselin Group and Stichting administratiekantoor Portielje v European Commission, p. II - 3647, [http://eur-lex.europa.eu/legal-](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/txt/pdf/?uri=celex:62008TJ0208&from=en)

content/en/txt/pdf/?uri=celex:62008TJ0208&from=en. تاريخ الزيارة في ٢٠ أبريل

الاتفاقيات المناهضة للمنافسة المشروعة<sup>(١)</sup>، ويعتبر نوع من الممارسات التجارية غير المشروعة والتي تخل بقواعد المنافسة العادلة.

ونستنتج من ذلك أن الاتفاقيات الاحتكارية مثل تقاسم السوق وتحديد الأسعار بين التجار والشركات المنافسين تؤثر على الخيارات المتاحة أما المستهلك، وتؤدي إلى ارتفاع الأسعار وتراجع كمية المعروض من المنتجات، وبالتالي التأثير على مصالح المستهلك محل الحماية القانونية، مما تشكل معه هذه الاتفاقيات بطبيعتها اتفاقية مخالفة لقواعد المنافسة العادلة المشروعة باعتبار أنها تخلق احتكار من قبل الشركات ويجعلها قادرة على التأثير سواء بشكل مباشر أو غير مباشر على تحديد الأسعار، وتضرر بحقوق المستهلك مما يوجب على القضاء وجهاز حماية المستهلك التدخل لرفع هذه المخالفات وتصحيحها من أجل حماية مصالح المستهلك وكذلك تحقيق للمنافسة المشروعة والعدالة بين الشركات التجارية.

وتطبيقاً على ذلك فقد قررت المفوضية الأوروبية أن البنود المحررة في اتفاقيات التوزيع بين اتحاد كرة القدم للدوري الممتاز وشركات البث والتي تحظر على الشركة توفير بطاقات فك التشفير لمشاهدي التلفزيون للمباريات خارج الدولة العضو في الاتحاد الأوروبي المانحة لحقوق البث هي اتفاقيات تواطئية للتوزيع على اعتبار أن هذه البنود المذكورة في الاتفاقيات تحد وتناهض لقواعد المنافسة المشروعة والعدالة بين الشركات التجارية، حيث أنها تحظر على شركات البث توفير أي خدمات عبر الحدود وفي نفس الوقت تمنح حقوق بث حصرية إقليمية مطلقة لشركات البث في المنطقة المشمولة بترخيصه، مما يجعل معه المنافسة بين الشركات التجارية شبة معدوم،

<sup>١</sup> - Case 39839, <http://Europa.eu/rapid/press-release-IP-13-39-en.htm>.,

تاريخ الزيارة ٢٠ أبريل ٢٠٢٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وبالتالي يؤثر على حرية المستهلك في الاختيار الحر ويضر بمصالحه التي تنص عليها القوانين واللوائح<sup>(١)</sup>، مما يشكل معه ممارسة تجارية غير مشروعة. وانطلاقاً مما سبق نستطيع القول بأن الاتفاقيات بين الشركات التجارية من مقدمي الخدمات من أجل تحدد الأسعار وكذلك الاتفاق على الشروط التجارية التي سيعملون بموجبها، هذه الاتفاقيات تعتبر اتفاقيات احتكارية لأنها تشكل اعتداءً على مصالح المستهلك وتعتبر نوع من الإخلال بقواعد المنافسة العادلة والمشروعة، وذلك لأنها تعمل على تقييد والحد من المنافسة المشروعة والعادلة بين الشركات التجارية. ويمكن لنا استخلاص بعض الصور على سبيل المثال لمثل هذه الاتفاقيات الاحتكارية غير المشروعة والتي تنتهك حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، باعتبارها ممارسات تجارية تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة وذلك على النحو التالي:

١. الاتفاق بين الشركات التجارية على مواصفات المنتج أو الخدمة أو عناصرها التي سيتم تقديمها، بشكل احتكاري من أجل منع المنافسة المشروعة بين الشركات التجارية وبالتالي الإضرار بمصالح المستهلك في الحق في حرية الاختيار بين السلع والمنتجات.
٢. الاتفاق بين الشركات التجارية على مواصفات المنتج أو الخدمة أو عناصرها داخل الحزمة التي يتم تقديمها من قبل الشركات التجارية، مما يؤدي إلى احتكار هذه السلع أو الخدمات، ويجعل المستهلك ملزم باختيار المواصفات أو العناصر

---

<sup>١</sup> - أنظر الحالتين C- 403/08, C- 429/08 ، وذلك في تقرير هيئة تنظيم الاتصالات بدولة قطر، اطار العمل بالمنافسة، لائحة المنافسة، المذكرة التفسيرية، والصادر في ٢١ أكتوبر ٢٠١٥، دولة قطر، ص ١٩.

داخل الحزمة المقدمة له، وفي ذلك نوع من الاحتكار ومنع للمنافسة المشروعة والعدالة.

٣. الاتفاق بين الشركات التجارية على شروط الاعتماد، وبالتالي منع أي شكل من المنافسة بين الشركات التجارية.

٤. الاتفاق بين الشركات التجارية على فرض قيود على الدعاية والتسويق، مثال على ذلك فرض قيود على طبيعة ونوعية الخدمات المقدمة من مختلف المشاركين في السوق، أو فرض قيود على الدعاية يكون من شأنها تقليص المنافسة سواء عن طريق كم الدعاية أو طبيعتها أو شكلها أو مضمونها.

٥. الاتفاق بين الشركات التجارية بشأن التمييز في سعر المنتج غير المبرر والتمييز غير السعري، ويتحقق التسعير غير المبرر أو التمييز السعري عندما تقوم الشركة المسيطرة بتقديم منتجات مماثلة لنفس المجموعة من العملاء مع وجود اختلافات في شروط التبادل التجاري غير متعلقة بالفروق في تكاليف توفير السلع أو الخدمات، ويترتب على ذلك وضع المنافسين في موطن ضعف على صعيد التنافسية، مما يؤدي إلى استغلال جمهور المستهلكين. ويتصور أن يقع التمييز السعري بدون مبررات موضوعية في الحالتين التاليتين:

أ- الحالة الأولى. حالة تحميل العملاء أسعار متباينة لنفس المنتجات أو الخدمات، مما يؤدي إلى استغلال المستهلك العادي.

ب- الحالة الثانية. حالة تحميل نفس السعر على العملاء المختلفين بالرغم من أن تكاليف توريد المنتج تختلف اختلافاً كبيراً، مما يؤدي إلى إساءة استغلال المستهلك العادي.

أما بالنسبة للتمييز غير السعري فيتحقق عندما يتم تقديم شروط وأحكام مختلفة على المنتجات أو الخدمات دون وجود أية مبرر موضوعي لذلك، على سبيل المثال يعتبر تمييز غير سعري من خلال فرض نفس السعر بالرغم من التباين في منح أولوية

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

لعملاء مختلفين من أجل استخدام الشبكة للربط البيني، وفي ظروف مشابهة<sup>(١)</sup>. وتطبيقاً على ذلك فقد قررت هيئة حماية المنافسة الفرنسية في عام ٢٠٠٤ بإجراء تحقيق في الشكوى المقدمة من مشغل خدمات الهواتف الخلوية (بويج تيليكوم كاريبي)، حيث تبين أن كل من شركة أورانج الكاريبي وشركة فرانس تيليكوم، كانوا يسيئون استغلال مركزهم المسيطر في قطاع خدمات الاتصالات بالهواتف الخلوية والهواتف الثابتة، بالإضافة إلى الممارسات المناهضة للمنافسة في الأقاليم الفرنسية ما وراء البحار في مارتينيك وجواديلوب وغويانا. حيث قامت شركة أورانج الكاريبي بوضع تعريفات مختلفة فيما يتعلق بالمكالمات التي يتم إجراؤها داخل الشبكة الخاصة بها، والمكالمات خارج الشبكة والصادرة من مشترك في شركة أورانج إلى مشترك في شركة بويج، وقد تمت هذه الزيادة في التعريف بصورة غير ملائمة ومبالغ فيها من الناحية العملية، مما أدى بالعملاء من تقليل عمليات الشراء وتركيز اشتراكاتهم على شبكة واحدة فقط وهي شبكة شركة أورانج<sup>(٢)</sup>، وبالتالي فقد أصدرت لجنة حماية المنافسة الفرنسية قرارها بفرض الغرامة المالية على الشركة على أساس أن هذا السلوك مناهض ويحد من المنافسة المشروعة والعادلة بين شركات مقدمي خدمات الاتصال، وفي نفس الوقت يضر بمصالح العملاء من جمهور المستهلكين.

٦. التلاعب بالعطاءات عن طريق الاتفاقيات المبرمة للتواطؤ أو التعاون بين الشركات التجارية عند تقديم العطاءات للحد من المنافسة المشروعة والعادلة

<sup>١</sup> - تقرير هيئة تنظيم الاتصالات بدولة قطر، إطار العمل بالمنافسة، لائحة المنافسة، المذكرة التفسيرية، والصادر في ٢١ أكتوبر ٢٠١٥، دولة قطر، ص ٤٣.

<sup>٢</sup> - انظر تقرير الصادر عن لجنة حماية المنافسة الفرنسية وذلك على الموقع التالي: <http://www.autoritedelaconurrence.fr/user/standard.pdf?id=rub=134&id=article=364>, تاريخ الزيارة ٢٦ أبريل ٢٠٢٢.

بدرجة جوهرية. والذي قد يأخذ العديد من الصور، ومنع على سبيل المثال ما يلي:

أ. الاتفاق بين الشركات التجارية على عدم تقديم العطاءات، من أجل حصر المنافسة على شركة تجارية بعينة.

ب. الاتفاق بين الشركات التجارية على المزايدة بأسعار محددة مسبقاً أو وفق نطاق أسعار محدد،

ت. الاتفاق بين الشركات التجارية على المزايدة بشروط محددة مسبقاً،

وانطلاقاً مما سبق فقد قررت مفوضية الاتحاد الأوروبي باعتبار الاتفاق (كارتل) احتكاري بين منتجي أنابيب التدفئة في المقاطعات الدنماركية، وذلك عن طريق قيامهم بتخصيص مشاريع منفردة لصالح منتجين بعينهم (الشركة الدنماركية للصناعات)، كذلك تم التلاعب في إجراءات المناقصة لضمان رسو المشروع على تلك الشركة المنتجة، ونستطيع أن نستخلص من قرار مفوضية الاتحاد الأوروبي باعتبار هذا الاتفاق احتكاري عن طريق التلاعب بالعطاءات في صورة من صور للانتهاك الرئيسية وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

أ. الاتفاق على تقسيم الأسواق الوطنية فيما بين الشركات التجارية على أساس حصص موزعة، الأمر الذي يؤدي إلى منع المنافسة المشروعة والعدالة بين الشركات التجارية.

ب. الاتفاق على تخصيص أسواق وطنية لصالح منتجين بعينهم وتنظيم انسحاب منتجين آخرين من السوق، مما يجعل معه أنتاج هذه السلع أو تقديم هذه الخدمات حكراً على شركة تجارية بعينة.

<sup>١</sup> - Court of justice of the European union, Case, T - 21/99, تاريخ الزيارة ٢٠ أبريل ٢٠٢٢. <http://curia.europa.eu/juris/showpdf.jsf>.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ت. الاتفاق بين الشركات التجارية على أسعار المنتج والمشاريع المنفردة، مما يؤدي إلى منع المنافسة المشروعة والعادلة في تحديد أسعار السلع أو الخدمات، مما يضر بمصالح المستهلك.

ث. الاتفاق على تخصيص مشروعات منفردة لصالح منتجين بعينهم والتلاعب بإجراءات تقديم العطاءات لتلك المشروعات لضمان حصول منتج معين على عقد المشروع ورسو المناقصة عليه،

ج. الاتفاق بين الشركات التجارية واتخاذ تدابير منسقة لعرقلة النشاط التجاري للشركة المنافسة أو إلحاق الضرر بعملها أو إقصائها من السوق تماماً بغية تأمين الاتفاق الاحتكاري (كارتل) من أي محاولة للمنافسة المشروعة والعادلة من الشركات التجارية الأخرى وقادرتها على المنافسة في هذه العطاءات.

ولكن يثور التساؤل هنا حول هل مجرد مشاركة وتبادل المعلومات بين الشركات التجارية يشكل نوع من المنافسة غير المشروعة وغير العادلة عن طريق الحد من المنافسة بين الشركات التجارية مما يضلل بمصالح المستهلك وبالتالي وجب على المشرع تجريم مثل هذه الممارسات أم أنها من الممارسات التجارية المشروعة التي لا تخل بقواعد المنافسة التجارية المشروعة والعادلة؟ للإجابة على هذا التساؤل لا بد من التفرقة بين صورتين:

الصورة الأولى. وفيها تكون مشاركة وتبادل معلومات معينة بين الشركات التجارية عمل مشروع، مثال على ذلك مشاركة وتبادل المعلومات الفنية المطلوبة لضمان قابلية التشغيل البيئي للأنظمة، ولكن لا بد من أن تكون مشاركة أو تبادل المعلومات لا يترتب عليها أي تغير أو وضع قيود شديدة على أحوال وشروط الممارسة التجارية المشروعة وقواعد المنافسة العادلة، علاوة على ذلك يحظر تبادل أو مشاركة المعلومات ذات الطبيعة السرية أو الحساسة تجارياً أو الاستراتيجية بين الشركات



التجارية. ويمكن أن تتضمن تبادل أو مشاركة المعلومات بين الشركات التجارية المشروعة أمثلة أخرى مشروعة وذلك على النحو التالي:

أ. تبادل معلومات متعلقة بسياسات التسعير الحالية والمستقبلية بين الشركات التجارية بطريقة مشروعة وفي نفس الوقت لا تخل بقواعد المنافسة العادلة، بما يشمل في ذلك عناصر السياسة التسعيرية والتكاليف ومعدلات التبادل التجاري ومعدلات التغيير.

ب. تبادل أو مشاركة المعلومات حول مجموعة العملاء وكيف أنها تتغير مع مرور الوقت بين الشركات التجارية التي تعمل في نفس المجال، وذلك بشك لا يخل بالممارسات التجارية المشروعة والمتعارف عليها بين أصحاب المهنة الواحدة.

ت. تبادل أو مشاركة المعلومات حول السياسة الاستراتيجية المستقبلية بين الشركات التجارية، بشكل لا يخالف قواعد المنافسة المشروعة والعدالة بين الشركات التجارية ولا يضر في نفس الوقت بمصالح جمهور المستهلكين لهذه السلعة أو الخدمة.

الصورة الثانية. يكون في تبادل أو مشاركة المعلومات بين الشركات التجارية عمل غير مشروع يضر ويحد من قواعد المنافسة المشروعة والعدالة، مثال على ذلك تبادل أو مشاركة المعلومات المتعلقة باستراتيجيات التسعير المستقبلية والتي لها تأثير سلبي على المنافسة المشروعة بين الشركات التجارية، وذلك لان تبادل هذه المعلومات يؤدي إلى تقويض المنافسة العادلة والمشروعة بصورة جوهرية، مما يؤدي إلى الإضرار بمصالح جمهور المستهلكين.

كذلك يعتبر كل اتفاق بين الشركات التجارية من أجل الحد من المنافسة العادلة والمشروعة اتفاق غير مشروع يضر بمصالح جمهور المستهلكين، وتطبيقا على ذلك القضية رقم C-8/08 بين شركة تي موبايل الهولندية وشركة بي إن موبايل وشركة أورانج الهولندية وشركة فودافون ليبرتيل إن في، من ناحية وهيئة حماية المنافسة

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الهولندية من ناحية أخرى، حيث ترجع وقائع هذه القضية إلى عام ٢٠٠١ في ذلك الوقت كان لدى هولندا خمسة شركات مشغلين لشبكات الهاتف الخليوي الخاصة بهم في هولندا وهم شركة بن هولندا والتي أصبحت الان تي موبايل، وشركة كيه بي إن، وشركة داتش تون والتي أصبحت الآن أورانج، وشركة فودافون ليبرتيل والتي أصبحت الآن فودافون، وشركة موبايل تلفورت والتي كانت O2 هولندا. حيث عقد ممثلو الشركات المشغلين اجتماعاً في ١٣ يونية ٢٠٠١ تم الاتفاق فيه فيما بينهم على تخفيض العمولة المعتادة للتأجير مقابل بيع خطوط بالاشتراكات الآجلة، على أن يدخل هذا الاتفاق حيز النفاذ في ١ سبتمبر ٢٠٠١. إلا أن هيئة حماية المنافسة الهولندية أصدرت قرارها في ٣٠ سبتمبر ٢٠٠٢ بفرض غرامات مالية على تلك الشركات المشغلين لشبكات الهاتف الخليوي في هولندا على اعتبار أن هذا الاتفاق فيما بينهم يعتبر سلوك يحد من قواعد المنافسة العادلة والمشروعة بشكل ملموس، وبالتالي يضر بمصالح جمهور المستهلكين من العملاء لخدمات الاتصالات، وبناء على ذلك فقد حظر القانون الوطني الهولندي هذه الممارسات التجارية غير المشروعة التي تحد من المنافسة بين الشركات<sup>(١)</sup>. وتأسيساً على ذلك فقد جرت العادة على أن الشركات تكون حرة في اختيار من تشرع بالتبادل التجاري معه، وبالتالي يمكنها اتخاذ قراراتها بعدم التجارة مع مورد أو عميل محدد، إلا أنه إذا اجتمع أطراف تجارة على نفس المستوى من حجم الإنتاج وسلسلة التوزيع على مقاطعة بعض الموردين أو العملاء باتفاق مسبق فيما بينهم، مما يؤدي إلى تقويض المنافسة داخل تلك السوق المعنية، مما يؤثر بالسلب على مصالح المستهلكين، مما تشكل معه هذه ممارسات

---

<sup>١</sup> - Court of justice of the European union, Case C-8/08, <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2009-06/cp090047en.pdf>. تاريخ الزيارة في ٢٦ أبريل ٢٠٢٢.

التجارية غير مشروعة وبالتالي يحظر القانوني الوطني هذه الممارسات ويجرم مرتكبيها.

وفي تطبيق آخر في جمهورية سلوفاكيا، فقد أصدرت هيئة المنافسة السلوفاكية قرارها ضد ثلاثة بنوك رئيسية في سلوفاكيا باعتبار الاتفاق بين البنوك الثلاثة المتعلق بالتنسيق فيما بينهم حول فسخ العقود المتعلقة بالحسابات الجارية المفتوحة لديهم باسم الشركة التشيكية Akcenta CZ a.s وعدم إبرام أي عقود أخرى مع هذه الشركة في المستقبل، على انه اتفاق ينتهك قواعد الاتحاد الأوروبي المتعلقة بحماية المنافسة المشروعة والعادلة. حيث تعتبر شركة (أكستا) التشيكية مؤسسة مالية غير بنكية تقدم خدمات مالية تتضمن معاملات غير نقدية لتحويل العملات الأجنبية، وبالتالي يجب أن يكون لديها حسابات جارية في البنوك من أجل القدرة على مواصلة تقديم خدماتها، والتي تشمل عمليات تحويل العملات الأجنبية من وإلى خارج دولة سلوفاكيا لصالح عملائها. وبناء على ذلك فقد أصدرت هيئة حماية المنافسة السلوفاكية قرارها باعتبار أن البنوك الثلاثة السلوفاكية قد تواطؤ فيما بينهم للحد من نشاط الشركة التشيكية (أكستا) مما شكل معه تقويض وحد من قواعد المنافسة المشروعة والعادلة<sup>(١)</sup>. وذلك على أساس أن هذا الاتفاق قد حد من نشاط الشركة التشيكية مما يشكل معه ضرراً بمصالح جمهور المستهلكين من العملاء.

أما بالنسبة لموقف المشرع القطري، فنجد أن نص على كيفية التعامل مع هذا الممارسات التي تحد من قواعد المنافسة المشروعة والعادلة وذلك في المادة ٤ من قانون الاتصالات الصادر رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦ على أن للمجلس الأعلى للاتصالات

<sup>١</sup> - Court of justice of the European union, press release No 13/13, Luxembourg, 7 February 2013, Case C-68/12, <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2013-02/cp130013en.pdf>. تاريخ الزيارة ٢٦ أبريل ٢٠٢٢.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والتكنولوجيا سلطة فرض المعالجات لمواجهة السلوكيات التي تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة، وذلك على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. وضع التدابير الملائمة لمنع مقدمي الخدمة من القيام أو الاستمرار بالقيام بممارسات غير تنافسية تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة في مجال تقديم خدمات الاتصالات.

٢. بالإضافة إلى ذلك فقد نصت المادة ٤٦ من قانون الاتصالات القطري على أن هذه المعالجات يمكن أن تتضمن على سبيل المثال لا الحصر بعض من صور معينة من الالتزامات للأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا أن تصدر من القرارات ما تعالج به الممارسات غير التنافسية أو إساءة استخدام السيطرة<sup>(٢)</sup>، وذلك على النحو التالي:

أ. الالتزام بالإيقاف للعمل أو للنشاط أو إجراء بعض التغييرات، وذلك من خلال إلزام الأشخاص المعنيين بإيقاف العمل أو النشاط المسبب لهذه الممارسة التنافسية غير المشروعة أو إجراء بعض التغييرات المحددة في هذا العمل أو النشاطات وذلك من أجل إلغاء أو تخفيف من أثره السلبي على قواعد المنافسة المشروعة والعادلة بين الشركات التجارية في مجال تقديم خدمات الاتصالات.

---

<sup>١</sup> - أنظر المادة الرابعة من قانون الاتصالات القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ١٢، بتاريخ ٢٥ ديسمبر ٢٠٠٦.

<sup>٢</sup> - وقد نصت المادة ٤٣ من قانون الاتصالات القطري على نطاق الأعمال المحظورة المتعلقة بإساءة استعمال الموقع المسيطر، حيث يحظر على مقدمي الخدمة القيام بنشاطات أو أعمال قد تشكل إساءة لاستعمال مواقعهم المسيطرة. كذلك فقد نصت المادة ٤٤ من قانون الاتصالات على حظر التمييز غير المبرر، والمادة ٧٥ من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات التي تحظر إساءة استعمال السيطرة.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

ب. الإلزام بتقديم تقارير دورية، حيث يتم إلزام مقدمي الخدمة المعنيين بتقديم تقارير دورية إلى الأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا من أجل معرفة مدى التزامهم بالقرارات الصادرة من الأمانة العامة.

ت. الإحالة إلى النيابة العامة، حيث يتم إحالة المخالف إلى النيابة العامة من الأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا وذلك من أجل اتخاذ الإجراءات الجنائية ضد مرتكب الممارسات التجارية غير المشروعة والتي تخل بقواعد المنافسة العادلة والمشروعة بين الشركات التجارية والتي تشكل معه جرائم يعاقب عليها القانون.

ث. التشاور مع مقدمي الخدمة من أجل تحديد العلاج المناسب، فيجوز للأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا أن تدعو مقدم الخدمة المخالف والأشخاص المتأثرين بهذه الممارسات التجارية التي تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة إلى الاجتماع من أجل التشاور لوضع معالجات محددة لهذه الممارسات<sup>(١)</sup>.

ج. في حالة تكرار عدم تنفيذ مقدم الخدمة للأمر الصادر بالمنع أو إيقاف الممارسات التجارية غير المشروعة والتي تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة، يجوز للأمانة العامة للمجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا بإلزامه بالتخلي عن بعض مجالات الأعمال، مثال على ذلك إلزام مقدم الخدمة بالتصفية، مع مراعاة ما يلي:  
- الإخطار الكتابي لمقدم الخدمة قبل إصدار الأمر بالتصفية من أجل تمكينه من إبداء ملاحظاته في هذا الأمر.

<sup>١</sup> - المادة ٧٦ من لائحة قانون الاتصالات القطري الصادر رقم ١ لسنة ٢٠٠٩، بقرار من مجلس إدارة المجلس الأعلى للاتصالات والتكنولوجيا، والمنشورة في الجريدة الرسمية عدد ٧، بتاريخ ٢٦ يوليو ٢٠٠٩، وكذلك المادة ٤٦ من قانون الاتصالات القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦، والمنشور في الجريدة الرسمية عدد ١٢، بتاريخ ٢٥ ديسمبر ٢٠٠٦.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

- أن يكون هذا الأمر الصادر من الأمانة العامة هو الوسيلة الفعالة لمنع الممارسات التجارية المخلة بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة بين مقدمي الخدمة أو إساءة استخدام الوضع المسيطر.

وتأسيساً على ما سبق فقد وضع المشرع القطري القوانين واللوائح التي تكفل حماية المستهلك من كافة الممارسات التجارية غير المشروعة والأنشطة التي تخل بقواعد المنافسة المشروعة والعادلة، ومثال على ذلك حماية المستهلك من السلوك غير التنافسي للاحتفاظ بالعملاء، فنص على أن إلا تحول الشروط التعاقدية دون السماح لعملاء التجزئة الراغبين في الانتقال من مقدم خدمة إلى آخر، بالإضافة إلى ذلك لا يجوز أن تتضمن العقود المبرمة بين مقدم الخدمة وعملاء التجزئة من المستهلكين ما يلي<sup>(١)</sup>:

أ. أي شروط تؤثر في نهاية مدة سريان عقد عميل خدمات التجزئة، فعلى سبيل المثال وضع بند في العقد ينص على أن يجدد العقد تلقائياً لمدة سريان أخرى دون أن يحصل مقدم الخدمة على موافقة صريحة مسبقة من قبل العميل على ذلك البند في العقد المبرم.

ب. فرض مقدم الخدمة رسوم على عملاء التجزئة من أجل إنهاء العقد خلال الحد الأدنى لمدة التعاقد على الخدمة، في حالة ما إذا كانت هذه الرسوم لا تتناسب مع المبالغ التي لا يزال على عميل التجزئة دفعها للمدة المتبقية للالتزام وفقاً لما نص عليه العقد المبرم<sup>(٢)</sup>.

<sup>١</sup> - هيئة تنظيم الاتصالات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات القطرية، سياسة حماية مستهلك خدمات الاتصالات، قطر، يناير ٢٠١٤، ص ٩، ١٠.

<sup>٢</sup> - أنظر المادة ٥١ من قانون الاتصالات القطري رقم ٣٤ لسنة ٢٠٠٦، والمادة ٨٧ من اللائحة التنفيذية لقانون الاتصالات القطري.

علاوة على ما سبق فقد نص المشرع القطري على توفير الحماية للمستهلك من السلوك غير التنافسي المتعلق بالاحتفاظ بالعملاء، وذلك من خلال فرض مجموعة من الالتزامات على مقدم الخدمة، وهي على النحو التالي:

١. الإخطار المكتوب للعميل خلال ٢١ يوماً على الأقل، أو أي إخطار آخر تحدده هيئة المجلس الأعلى لتنظيم الاتصالات والتكنولوجيا في حالة ما إذا حدث تغييرات في العقد أو الخدمة يكون من شأنه أو يحتمل ما يلي:

- أن تقلل من فوائد العقد أو الخدمة المقدمة للعميل.
  - أن تزيد من أعباء العميل بالنظر للعقد أو الخدمة.
  - أن تحدث اختلافات كبيرة في العقد أو الخدمة عن تلك التي سبق التعاقد عليها.
٢. حق العميل في الانسحاب من العقد في حالة استلام مثل هذا الإخطار من مقدم الخدمة دون توقيع أي غرامات عليه نتيجة لاستعمال حقه في العدول.
٣. يلتزم مقدم الخدمة بإصدار العميل في نفس وقت إرسال الإخطار بإمكانية إنهاء العميل العقد المبرم دون غرامات أو جزاء يذكر، وذلك حالة ما إذا لم يكن التغيير المطلوب مقبولاً من العميل.

وبالنسبة للممارسات التجارية غير العادلة والضارة بالمستهلكين، فقد قضت محكمة النقض الفرنسية في ١٨ نوفمبر ٢٠٢٠ باعتباره الممارسة التجارية غير مشروعة، ذلك في قضية تتلخص وقائعها في أن أحد الشركات محل الاتهام قامت بأعمال البيع عن بعد، وخارج المحال وبالأشطة التجارية المتنقلة من خلال توفير السيارات عبر الانترنت أو من خلال البيع خارج المحل، أو في الأماكن التي يحددها العملاء والحجز عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني، أو التطبيقات الإلكترونية دون الحصول على التصاريح اللازمة لذلك. بالإضافة إلى أن هذه الشركة قد قامت بممارسات تجارية خادعة وتضليله، حيث أنها تقوم بإلزام العميل بشروط بيع وتوفير عقد إيجار مسبق قبل أن يطلب العميل التأجير، مما يجعل العملاء غير قادرين على

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

ممارسة حقوقهم في الانسحاب والعدول في حالة حدوث مشكلة ما. مما يخالف معه أحكام المواد L.111-2.1، L.134.1، L.111-4.1، L.121-1 من مدونة حماية المستهلك الفرنسية<sup>(١)</sup>.

وتأسيساً على ما سبق نستطيع القول بأن الحكم السابق الصادر عن محكمة النقض الفرنسية قد أرجع أسباب المنافسة غير العادلة إلى ما يلي:

١. عندما تكون الممارسات التجارية خادعة وذلك في الحالات التالية:

أ. عندما لا يمكن التعرف بوضوح على الشخص الذي وضع هذه الممارسة نيابة عنه في العمل الفني، بحيث تكون هذه الممارسة خادعة، مع مراعاة الحدود المحددة لوسائل الاتصال المستخدمة والظروف المحيطة بها، وما إذا كانت تحذف أو تخفي أو تقدم بطريقة غير مفهومة أو غامضة أو غير مناسبة معلومات جوهرية.

ب. أو عندما يتم القيام بذلك دون أن يتم الإشارة إلى نيتها التجارية الحقيقية طالما أنها لا تظهر بالفعل من السياق المراسلات أو العروض التقديمية للخدمة أو السلعة.

ت. أو عندما تفرض وسيلة الاتصال المستخدمة حدوداً للمكان أو الوقت، فمن الضروري تقييم ما إذا كانت المعلومات الجوهرية مازالت موجودة ولم تحذف.

ث. في أي اتصال تجاري يشكل دعوته للشراء ويقصد به المستهلك يجب أن يتم ذكر سعر وخصائص السلعة أو الخدمة المقدمة وكذلك كافة المعلومات الجوهرية التالية:

- عنوان وهوية التاجر أو المهني أو المورد.

<sup>١</sup> - Cour. Cass, 18 Novembre 2020, pourvoi n°19- 14- 831, Chambre Commerciale Financière et économique - formation restreinte hors RNSM/NA.



- المعلومات المتعلقة بالضمانات القانونية، ووظائف المحتوى الرقمي، قابلية التشغيل البيئي.
  - وجود الضمانات وطرق تنفيذها وغيرها من الشروط التعاقدية.
  - أن يتم الإبلاغ بطريقة واضحة وبلغه مفهومها وسهلة القراءة.
٢. المنافسة غير العادلة عن طريق عدم ذكر المعلومات الإضافية بتفاصيل الاتصال بالشركة، ونشاط تقديم الخدمة وغيرها من البيانات والمعلومات التي يتم تحديدها بموجب المرسوم الصادر عن مجلس الدولة الفرنسي، وهذا ما تم منذ انشاء الشركة في ٢٣ أكتوبر ٢٠١٤ لتأجير السيارات الفارهة والرياضية.
٣. كذلك قيام الشركة بتنفيذ الأنشطة التجارية دون احترام القوانين واللوائح المعمول بها، مما يمنحها ميزة تنافسية مقارنة بمنافسيها من الشركات الذين يحترمون هذه القوانين واللوائح. وقد نصت الفقرة الأولى من المادة 8-442.L من القانون التجاري الفرنسي على أنه يحظر على أي شخص عرض منتجات للبيع أو تقديم الخدمات باستخدام أسلوب أو وسائل غير لائق، أو في ظل ظروف غير نظامية في المجال العام (الولاية، المجتمعات المحلية، ومؤسساتها العامة). وذلك ما قامت به الشركة عن طريق عرض السيارات في الطريق العام، وبشكل غير منظم، بالإضافة إلى التلوث الضوضائي ومشاكل السلامة العامة، وذلك عن طريق الإعلان عن تأجير السيارات الفارهة والرياضية للأفراد، فالسيارات على الرصيف تحتل الطريق العام بشكل غير منظم، كل هذه التصرفات تؤدي إلى الإخلال بالمنافسة العادلة مما يشكل معه فوضى اقتصادية بالدولة.
٤. علاوة على ما سبق يشكل حالة العمل المخفي منافسة غير عادلة فيما يتعلق بالشركات الأخرى التي تعمل وتمارس نشاطها في العلن وفي ظل رقابة ومتابعة من أجهزة الدولة وتدفع الضرائب وتلتزم بالقوانين واللوائح.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

وبناء على ذلك فقد قضت المحكمة العدل الأوروبية بأن الفقرة الأولى من المادة السادسة والفقرة الأولى من المادة السابعة من التوجيه الأوروبي رقم ١٣ - ٩٣ الصادر في ٥ أبريل ١٩٩٣ بشأن الشروط غير العادلة في العقود المبرمة مع المستهلكين، يتم تطبيقها في ضوء مبدأ التزام التشريعات الوطنية لدول الاتحاد الأوروبي بعدم تعارضها مع اللوائح وقوانين الصادرة عن البرلمان الأوروبي وبالتالي كل شرط تعسفي يظهر في العقد المبروم بين المحترف والمستهلك يعتبر نوع من الشروط غير العادلة التي يتم الغائها لتعارضها مع القواعد الأوروبية<sup>(١)</sup>.

وفي ١١ مايو ٢٠٠٥ أصدر الاتحاد الأوروبي التوجيه الأوروبي رقم ٢٩-٢٠٠٥ بشأن مواجهة الممارسات التجارية غير العادلة من أجل تعزيز ثقة المستهلكين وتسهيل التجارة عبر الحدود للشركات، ومن أجل مكافحة الممارسات التجارية غير العادلة والتي تتضمن على سبيل المثال معلومات غير صحيحة للمستهلكين أو تقنيات التسويق العدوانية للتأثير على خيارات المستهلكين<sup>(٢)</sup>. وقد تم تعديل هذا التوجيه الأوروبي بشأن الممارسات التجارية غير العادلة بموجب التوجيه الأوروبي رقم ١٦١ - ٢٠١٩، والصادر في ٢٧ نوفمبر ٢٠١٩، بشأن تحسين إنفاذ وتحديث قواعد حماية

<sup>١</sup> - L'arrêt du 10 Juin 2021, C-776/19 à C - 782/19, La Cour de justice l'Union européenne., Cour. Cass. Civ, 30 mars 2022, N°19 -12.947; V., www.courdecassation.fr. تاريخ الزيارة ٦ أبريل ٢٠٢٢.

<sup>٢</sup> - DIRECTIVE 2005/29/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL, of 11 May 2005, concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council. Official Journal of the European Union. 12 May 2005.

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

المستهلك في الاتحاد الأوروبي من خلال توحيد النصوص لمواجهة الممارسات التجارية غير العادلة، ولا سيما المادتين السادسة والسابعة من هذا التوجيه<sup>(١)</sup>. وبناء على ذلك فقد حظر المشرع الأوروبي بيع أو شراء أو تقديم مراجعات للمستهلك زائفة للترويج للمنتجات، كذلك وضع التزام واضح على المهني بإبلاغ المستهلك بكيفية التعامل مع هذه المراجعات، وهذه القواعد الجديدة قد دخلت حيز النفاذ في الاتحاد الأوروبي في ٢٨ مايو ٢٠٢٢.

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأنه تعتبر إعادة البيع بخسارة صورة من صور المنافسة غير العادلة، وذلك متي كان هذه التصرف يتنافى مع متطلبات الاجتهاد المهني وأنه في نفس الوقت يؤدي أو من المحتمل أن يؤدي إلى تغيير السلوك الاقتصادي للمستهلك وذلك بطريقة جوهرية<sup>(٢)</sup>، فبموجب التوجيه الأوروبي الصادر في ٧ مارس ٢٠١٣، قضت محكمة العدل الأوروبية في الدعوي التي تتعلق بالقانون البلجيكي والذي يحظر البيع بخسارة في نفس توجه المشرع الفرنسي، حيث يشير الحكم إلى أن التوجيه الأوروبي يعارض من حيث المبدأ الأحكام الوطنية التي تنص على حظر عام، ولكن المحكمة الأوروبية لم تستطع أن تحكم في تفسير القانون الوطني وتقرر ما إذا كانت إعادة البيع بخسارة تعتبر نوع من الممارسة

<sup>١</sup> - DIRECTIVE (EU) 2019/2161 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL, of 27 November 2019, amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernization of Union consumer protection rules, Official Journal of the European Union, L 328/7, 18 Dec 2019.

<sup>٢</sup> - Cour. Cass. Crim., 16 Janvier 2018, N° 16- 83.457, Publié au Bulletin, V., www.courdecassation.fr., ٢٠٢٢ أبريل ٦ تاريخ الزيارة .

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

التجارية غير العادلة، كما هو الحال في الحالة السابقة المتعلقة بالسعر المرجعي، حيث تشير المحكمة لأوروبية إلى أن المحكمة الوطنية المختصة تقيم كل حالة على حدة دون أن تضع قاعدة عامة ملزمة<sup>(١)</sup>. وفي تطبيقاً آخر فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بوجود ممارسة تجارية غير عادلة تقيد المنافسة لا تهدف إلى حماية المستهلكين، عن طريق القضاء على الموزعين المحليين من السوق واحتكار السوق من أجل فرض سعر بعد ذلك. ويأتي ذلك في ضوء التوجيه الأوروبي رقم ٢٩ - ٢٠٠٥ الصادر في ١١ مايو ٢٠٠٥ بشأن الممارسات التجارية غير العادلة بين الشركات والمستهلكين<sup>(٢)</sup>، حيث فسر الحكم الصادر من محكمة العدل الأوروبية الصادر في ١٩ أكتوبر ٢٠١٧ في موضوع الممارسات التجارية التي تعتبر منافسة

---

<sup>١</sup> - l'ordonnance du 7 mars 2013 produite, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), statuant à propos de la loi belge qui prohibe la vente à perte à l'instar du droit français, rappelle que la directive s'oppose par principe aux dispositions nationales qui prévoient une interdiction générale, mais estime qu'il ne lui appartient pas de se prononcer sur l'interprétation du droit interne et de déterminer si la revente à perte s'inscrit dans le cadre d'une pratique commerciale déloyale.

<sup>٢</sup> - la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005, des articles L. 442-2 du code de commerce, 591 et 593 du code de procédure pénale, ensemble le principe de la hiérarchie des normes juridiques: "en ce que l'arrêt infirmatif a déclaré la société Central 'Vêt coupable des faits de revente à perte, et s'est prononcé sur la peine؛

غير عادلة، حيث فرقت المحكمة ما بين حالتين من المنافسة، وهما على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. الحالة الأولى. الممارسات التجارية التي تتم بين المهني والمستهلكين وفي هذه الحالة يتم تطبيق النص عليها باعتبار البيع بخسارة من الممارسات التجارية للمنافسة غير العادلة.

٢. الحالة الثانية. أما في حالة المعاملات بين المهنيين فلا تنطبق هذه القاعدة ولا يمكن اعتبار البيع بخسارة ممارسة غير عادلة للمنافسة، وذلك على اعتبار أن الوسيلة غير فعالة ولا تضرر بمصالح المستهلكين.

وتعليقا على ذلك أرى أن هذا الحكم الصادر من محكمة العدل الأوروبية قد جانبه الصواب، وذلك لأنه في جميع الأحوال يجب اعتبار البيع بخسارة ممارسة غير عادلة للمنافسة سواء تم ذلك في العلاقة بين المهني والمستهلك أو تمت بين المهنيين على أساس خطورة استغلال مثل هذه التصرفات من أجل القضاء على المنافسة المشروعة بين المهنيين مما يؤدي بعد ذلك إلى احتكار السوق في المستقبل، وهذا ما استقرت عليه أحكام محكمة النقض الفرنسية.

### **المطلب السادس. حماية الجناية للمستهلك الإلكتروني من سرقة الهوية الرقمية**

تقع هذه الجريمة عادة عندما يتلقى المستهلك اتصال أو بريد إلكتروني أو رسالة على الهاتف الخليوي أو على الأجهزة الإلكترونية المختلفة من الشخص المحتال أو نصاب يطلب من الضحية إرسال بياناته البنكية من أجل تحديث بياناته، وإذا لم يرسل هذه

<sup>١</sup> - la Cour de justice de l'Union européenne, l'arrêt du 19 octobre 2017, Europa mur Alimentation SA, C-295/16, paragraphe 28.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

البيانات على وجه السرعة سوف يتوقف حسابه البنكي أو بطاقته الائتمانية، أو أن بطاقته الائتمانية تم استخدامها من شخص في الخارج وفي سبيل إيقاف هذه المعاملة سوف يتلقى كود في رسالة نصية قصيرة عليه أخباره بأرقامها. أو يطلب منه الضغط على الرابط الإلكتروني من أجل تحديث معلوماته البنكية أو أنه قد ربح اليانصيب كل تلك الصور الغرض منها اختراق وجمع البيانات الشخصية ثم اختراق حساباته البنكية أو ابتزازه بغرض الحصول على الأموال.

وقد نص المشرع الفرنسي في القانون رقم ٢٦٧ لسنة ٢٠١١ بشأن التوجيه والبرمجة لأداء الأمن الداخلي LOPSI II وكذلك المادة ٢٢٦ - ٤ - ١ من قانون العقوبات الفرنسي على تجريم سرقة الهوية<sup>(١)</sup>، بالإضافة إلى ذلك يحمى المشرع الفرنسي المستهلك من كافة صور الاعتداء على هويته، وذلك وفقا للصورة المنصوص عليها في القوانين الفرنسية، وذلك على النحو التالي:

١. الصورة الأولى. حماية هوية المستهلك من خلال قانون الملكية الفكرية باعتبار السلوك الإجرامي يشكل تعدي على الملكية الفكرية للشخص المستهلك، ففي هذه الحالة تتم هذه الجريمة عن طريق سلوك إجرامي في شكل صورة من صور الاعتداء على بيانات الهوية الشخصية للمستهلك.
٢. الصورة الثانية. حماية هوية المستهلك من خلال القانون النقدي والمالي، حيث يكون السلوك الإجرامي المكون لجريمة الاعتداء على هوية المستهلك عن طريق الاعتداء على الشخص المستهلك بتزوير وسائل الدفع من خلال اختراق هوية الرقمية واستخدامها للدفع الإلكتروني أو غيره من وسائل الدفع عن بعد.

---

<sup>١</sup> - Loi N° 2011 - 267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure, loi LOPSI II, L'article 226 - 4 -1 du Code pénal.

٣. الصورة الثالثة. حماية هوية المستهلك من خلال مدونة حماية المستهلك الفرنسية لحماية هوية الشخص المستهلك، ومن كافة صور الاعتداء سواء على بياناته الاستهلاكية الشخصية أو المالية.

٤. الصورة الرابعة. حماية هوية المستهلك من خلال قانون حرية الصحافة، وقانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري فنجد أن حماية هوية المستهلك في البداية كانت من خلال قانون العقوبات المصري والذي نص على تجريم إفشاء المعلومات أو تسهيل الكشف له أو استخدام سجل أو وثيقة تم الحصول عليها من خلال تسجيل أو نقل المحادثات الهاتفية الخاصة أو عن طريق تصوير أو التقاط أو نقل صورة لأي شخص في مكان خاص بأي وسيلة بدون موافقته، وعقب ذلك فقد نص المشرع المصري على حماية هوية الشخص عموماً والمستهلك خصوصاً من خلال قانون التوقيع الإلكتروني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤، باعتباره القانون الذي ينظم استخدام الوسائل الإلكترونية وإصدار وتبادل تخزين المستندات وبالتالي ضمان مصداقية وإنفاذ المعاملات الإلكترونية والحفاظ على حقوق من يقوم بهذه الإجراءات ومنهم المستهلكين الإلكترونيين. بالإضافة إلى ذلك فقد نص المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ على حماية هوية المستهلك الإلكتروني، مثال على ذلك حماية الهوية في حالة الخدمات المصرفية، أو المبيعات عبر الحدود أو بمناسبة البيع عن بعد.

علاوة على ذلك فقد نص المشرع المصري في قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨ على تنظيم الممارسات الإلكترونية وكذلك مراقبة المحتوى عبر الإنترنت من أجل توفير حماية من الاحتيال والقرصنة الإلكترونية، وكذلك نص قانون حماية البيانات الشخصية المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠ على حماية البيانات

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

والمعلومات الشخصية المتعلقة بالهوية ومنها بالتأكيد حماية البيانات والمعلومات المتعلقة بهوية المستهلك الإلكتروني.

### المطلب السابع. الإشكاليات القانونية الناتجة عن جائحة فيروس كورونا المستجد المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني

في واقع الأمر أن التجارة الإلكترونية رغم أهميتها في ظل الظروف الحالية الناشئة عن جائحة فيروس كورونا المستجد، إلا أنها في حقيقة الأمر تنطوي على مخاطر قانونية جديدة وغير معروفة بالنسبة للتجارة التقليدية، سواء بالنسبة للتاجر أو المستهلك<sup>(١)</sup>. وبالتالي نتج عن ذلك العديد من الإشكاليات القانونية بالنسبة لحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية تتعلق بالعديد من المخاطر الناتجة عن ممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة، وبناء على ذلك فقد سعت السياسة التشريعية المعاصرة في اتخاذ العديد من السبل لمكافحة هذه المخاطر، وذلك باتباع العديد من الوسائل، وهي على النحو التالي:

أولاً. التزام المورد أو المهني في مجال التجارة الإلكترونية بالتحقق من القبول المستتير والحر للمستهلك الإلكتروني<sup>(٢)</sup>، وذلك عن طريق فرض مجموعة من الإجراءات الإلزامية عالية لتحقيق القبول الإلكتروني الحر والمستتير للمستهلك الإلكتروني، ومنها التأكيد من خلال أكثر من خطوة أو إجراء على قبول المستهلك المستتير والحر

<sup>١</sup> - Josef DREXL, Le commerce électronique et la protection des consommateurs, Revue international de droit économique, 2 -3 (T.XVI), 2002, Cairn, Paris, p.405 - 444.

<sup>٢</sup> - د. حساين عومرية، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل جائحة كوفيد ١٩، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد ١٣، العدد ٢، الجزائر، ٢٠٢١، ص ٤٣٣.



للعرض التجاري الإلكتروني دون أي لبس أو غلط. علاوة على ذلك تحديد اللحظة التي يتم فيها قبول العقد وبالتالي إبرام التعاقد بمجرد استيفاء المستهلك الإلكتروني للمعلومات والبيانات التي تتضمن قبوله أو موافقته الإلكترونية وتصدير هذه المعلومات والبيانات إلى المورد أو المهني.

ثانياً. التزام المورد أو المهني بتوفير حماية خاصة للمعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، حيث أن جائحة فيروس كورونا المستجد كانت سبب في استخدام العديد من المستهلكين العاديين لوسائل التسوق الإلكتروني لاستيفاء احتياجاتهم دون أن تتوفر لديهم الخبرة اللازمة للتعامل مع هذه المواقع والتطبيقات الإلكتروني، وبالتالي يجب على مشغلي هذه المواقع والتطبيقات الإلكتروني مراعاة ذلك بالحفاظ على سرية المعلومات والبيانات الشخصية الخاصة بالعملاء، وعدم نشر أو نقل أو بث لبياناتهم الشخصية ومنها بالتأكيد المعلومات والبيانات البنكية<sup>(١)</sup>، مع الالتزام بتبسيط إجراءات الدفع والتعاقد الإلكتروني مما يسهل على المتعاملين مع هذه المواقع والتطبيقات الإلكترونية إبرام التعاقد دون أي غلط أو خطأ.

وتطبيقاً على ذلك فقد نص المشرع الفرنسي بحظر إساءة استغلال الضعف، أي كل فعل يتضمن إساءة استخدام أو استغلال أحد المهنيين لضعف المستهلك الإلكتروني أو جهله من أجل دفعه لإبرام التعاقد، فعلى سبيل المثال البيع خارج المحل، أو الاستدراج عبر الهاتف أو عبر مواقع التسوق الإلكترونية أو عبر الإنترنت أو غيرها من الوسائل التكنولوجية المختلفة من أجل الالتزام بالتعاقد على شيء ما ودفعه ثمنه سواء بالبطاقات الإلكترونية أو عن بعد. وقد اعتبر المشرع الفرنسي هذا الفعل يشكل

<sup>١</sup> - د. حساين عومرية، المرجع السابق، ص ٤٣٤.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

جريمة يعاقب مرتكبيها وفقا لقانون العقوبات الفرنسي<sup>(١)</sup>، باعتباره نوع من الممارسات التجارية غير المشروعة.

ثالثا. التزام المورد أو المهني بتوفير حماية إضافية للمستهلك الإلكتروني عند تنفيذ العقود الاستهلاكية الإلكترونية، فنتيجة لما تثيره المعاملات الإلكترونية من مخاوف لدى المستهلك العادي متوسط الذكاء والخبرة، وكذلك انتشار ثقافة عدم الثقة في الموردين أو المهنيين الذين يستخدمون المواقع والتطبيقات الإلكترونية من أجل إبرام العقود الاستهلاكية، فيجب على المشرع التدخل من أجل توفير بيئة إلكترونية آمنة ومناسبة للمستهلك العادي، يتم فيها فرض التدابير وكافة الإجراءات الفعالة لمواجهة المخاطر العالية التي تلازم المستهلك العادي في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني وخاصة مرحلة التنفيذ والدفع الإلكتروني واستلام المنتجات، والتي تضمن عدم إيقاع المستهلك في أي غلط أو خطأ أو خداع أو أي تصرف من الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة، وكذلك فرض الجزاء الجنائي الزاجر والمناسبة للمورد أو المهني في حالة مخالفته لهذه الضوابط والالتزامات المنصوص عليها، مما يحقق نوع من الثقة والطمأنينة لدى جمهور المستهلكين في آليات وسائل وتطبيقات التجارة الإلكترونية.

وتطبيقا على ذلك فقد قضت محكمة العدل الأوروبية في ٧ أبريل ٢٠٢٢ بشكل قاطع بأن الموقع الإلكتروني للتجارة والتسوق يجب أن توضح بشكل لا لبس فيه التزام المستهلك للحصول على الخدمة الإلكترونية أو التطبيق الإلكتروني دفع مقابل لذلك أم أن الخدمة مجانية<sup>(٢)</sup>. كذلك فقد صدر الأمر الفرنسي رقم ١٧٣٤ - ٢٠٢١ في ٢٢

<sup>١</sup> - أنظر المواد من 4 - 15 - L.223 إلى المادة 2- 15 - L. 223 من قانون العقوبات الفرنسي. والمادة 10 - 121 L. من مدونة حماية المستهلك الفرنسية.

- انظر حكم محكمة العدل الأوروبية، والصادر في ٧ أبريل ٢٠٢٢، وذلك على الموقع<sup>٢</sup> ، تاريخ الزيارة ٢٣ مارس ٢٠٢٣. [www.quechoisir.org](http://www.quechoisir.org) الإلكتروني،

## مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

ديسمبر ٢٠٢١ والذي دخل حيز النفاذ في ٢٨ مايو ٢٠٢٢، والذي بموجبه تم فرض التزامات جديدة على مواقع التجارة الإلكترونية وهي على النحو التالي<sup>(١)</sup>:

١. التزام مواقع التجارة الإلكترونية بعرض سعر الخدمة أو السلعة على الموقع الإلكتروني قبل تطبيق التخفيض عليه، أي أنه قبل إبرام عقد بيع للسلع أو الخدمات أو المحتوى الرقمي أو الخدمات الرقمية، لابد أن يزود المهني المستهلك بكافة المعلومات والبيانات بطريقة واضحة ومفهومة عن خصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، سعرها، فترة أو تاريخ التسليم، المعلومات المتعلقة بهويته وتفاصيل الاتصال به، وطرق تسوية المنازعات، وتكاليف الاتصال به، والشروط التعاقدية الأخرى.

---

<sup>١</sup> - Ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021 transposant la directive 2019/2. Le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données); Le règlement (UE) 2017/2394 du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2017 sur la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs et abrogeant le règlement (CE) n° 2006/2004، la directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil du 27 novembre 2019 modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29/CE et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

٢. التواصل مع المستهلك في منزلة، لا يجوز السماح به إلا إذا وافق المستهلك الإلكتروني بشكل لا لبس فيه في استقبال المهني قبل ذلك بعد عرض المهني ذلك الأمر على المستهلك.

٣. يحظر على مواقع التجارة الإلكترونية ذكر أو تصنيف المنتجات دون تحديد الاتفاقيات المالية التي أثرت في طريقة وثمان هذه المنتجات.

٤. كذلك يحظر على مواقع التجارة الإلكترونية المصادقة على رأي المستهلكين دون تحقق من ذلك، وذلك لمواجهة ظاهرة الآراء الوهمية أو الآراء المصطنعة من خلال أنظمة الذكاء الاصطناعي والتي تستخدم في إيهام المستهلك الإلكتروني في مميزات غير حقيقية أو تدفعه لإبرام التعاقد بناء على معلومات غير صحيحة أو وهمية.

علاوة على ذلك فإن المشرع الفرنسي قد تنبى سياسة تشريعية حديثة لحماية المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، حيث أجاز له رفع الدعوى الجماعية بموجب المادة ٦٠ في القانون رقم ١٥٤٧ - ٢٠١٦ والصادر في ١٨ نوفمبر ٢٠١٦ بتعديل المادة 1 - 623 L. من مدونة حماية المستهلك، في حالة انتهاك أي حق من حقوقه بموجب مدونة حماية المستهلك أو قانون حماية البيانات الشخصية رقم ١٧ لسنة ١٩٧٨ وتعديلاته<sup>(١)</sup>، وذلك في حالة ما إذا لم يتلقى المستهلك المعلومات والبيانات

---

<sup>١</sup> - P. Hilt, « L'action de groupe consacrée par la loi n° 2014- 344 du 17 mars 2014 relative à la consommation : peut-on s'en satisfaire ? », Gaz. Pal. 2014, n° 114, p. 28 ; M.-J. Azar-Baud, « L'action de groupe au service des consommateurs : enjeux de la réforme », LPA 2014, n° 128, p. 29 ; S. Bernheim-Desvaux, « L'action de groupe, mesure emblématique de la loi "Consommation" Hamon, enfin adoptée ! », LEDC 2014, n° 1, p. 1 ; S. Piedelièvre, « La loi du 17 mars 2014 et l'action de

المنصوص عليها في القانون أو عندما تكون هناك شروط مسيئة أو غير مقروءة أو غير مفهومة في العقد المبرم، حيث يمكن للمستهلك أن يلجأ إلى تحريك الدعوى الجماعية للمطالب بالتعويض من قبل جمعية معتمده لحماية المستهلك<sup>(١)</sup>، لوضع حد لهذه الانتهاك والمطالب بالتعويض عن الأضرار الناشئة عن هذه الانتهاكات<sup>(٢)</sup>. علاوة على ذلك أنشئ المشرع الفرنسي المركز الوطني للمنافسة وحماية المستهلك ومنع الاحتيال DGCCRF ليشرف على مراقبة التطبيق الفعال لقواعد حماية المستهلك<sup>(٣)</sup>، والعمل على تنفيذ وتفعيل القوانين المتعلقة بحماية حق المستهلك في

groupe », Gaz. Pal. 2014, n° 88, p. 11 ; A. Astaix, « Action de groupe : un nouveau revers. Proposition de loi sur les actions de groupe », D. act., 2009 ; F. G'ssell, « L'action des associations de consommateurs : à la recherche du groupe perdu », Gaz. Pal. 2014, n° 284, p. 15 ; N. Molfessis, « L'exorbitant de l'action de groupe à la française », D. 2014, p. 947 ; Th. de Ravel d'Esclapon, « La loi Consommation décryptée », D. act. 2014 ; S. Guinchard, « Une class action à la française ? », Dalloz. 2005, Paris, p. 218.

<sup>١</sup> - L. n° 2016-1547 du 18 novembre 2016, art. 60 et suiv; C. Zolynski, «Les nouveaux contours de l'action de groupe et de l'action collective au lendemain de la loi pour la protection des données: un empotement renforcé» , D. IP/IT 2018, Paris, p. 470; C. Fleuriot, « L'action de groupe s'ouvre à de nouveaux domaines»,. L. n° 2016-1547, 18 nov. 2016, JO 19 nov. Dalloz. act. 2016.

<sup>٢</sup> - L. Grynbaum, C. Le Goffic et L. Morlet-Haïdara, *Op. Cit.*, p. 126-127, n° 181.

<sup>٣</sup> - Art. L. 141-1 VII C. cons ; J. Calais-Auloy et H. Temple, *Op. Cit.*, p. 30, n° 33.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

الإعلام والتبصير<sup>(١)</sup>، وإجراء التحقيقات، واتخاذ الأوامر بالإذارات، كذلك استطلاع وتقييم الممارسات التجارية وخاصة الإلكترونية، للكشف عن الممارسات التجارية الإلكترونية غير العادلة أو المضللة أو المخادعة أو غيرها من صور الممارسات التجارية غير المشروعة، مثل البنود غير القانونية في العقود، مراجعة ومتابعة الإعلانات التجارية والتخفيضات والأوكازيونات<sup>(٢)</sup>، وقد تم تعزيز صلاحية هذا المجلس بموجب التعديلات على مدونة حماية المستهلك الفرنسية بالحق في اتخاذ العقوبات الإدارية، وإحالة الأمر الشكوى إلى النيابة العامة لاتخاذ الإجراءات الجنائية وذلك بموجب القانون رقم ١٣٢١ لسنة ٢٠١٦ والصادرة في ٧ أكتوبر ٢٠١٦<sup>(٣)</sup>،

<sup>١</sup> - S. Piedelièvre, Droit de la consommation, Economica, 2e éd., 2014, Paris , p. 402, n° 506; DGCCRF, La Direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes.

<sup>٢</sup> - N. Ferrier et A.-C. Martin, «Loi relative à la consommation en faveur des consommateurs... et de certains professionnels. À propos de la loi n° 2014344 du 17 mars 2014 », JCP G 2014, p. 376 ; S. Piedelièvre, « La loi du 17 mars 2014 relative à la consommation », *Op. Cit.* ; G. Raymond, « Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation. Inventaire des mesures relatives au droit de la consommation », JCP E 2014, act. 213 ; G. Notté, « Projet de loi relatif à la consommation », JCP G 2013, p. 554 ; H. Aubry, « Avant-propos : enjeux de la réforme du droit de la consommation », in Les enjeux de la réforme du droit de la consommation, actes du colloque du 27 mars 2014, LPA 2014, n° 128, p. 3.

<sup>٣</sup> - L. n° 2016-1321 du 7 octobre 2016, art. 50; V., Ola Mohty, Chapitre I. L'insuffisance du régime classique des sanctions, L'information du consommateur et le commerce électronique (2020), pages 261 à 320.

كذلك الحق في اللجوء إلى المحاكم المدنية من أجل إزالة شروط التعاقد غير العادلة في بعض العقود من أجل حماية المستهلك منها. كذلك تلعب اللجنة الوطنية الفرنسية لحماية البيانات والمعلومات الشخصية CNIL، دور أساسي وفعال في حماية خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، مما لا شك فيه أن الإشكاليات القانونية الكثيرة الناجمة عن التكنولوجيا والرقمنة وانترنت الأشياء وأنظمة الذكاء الاصطناعي أثر بشكل كبير على ضمانات الحماية أثناء نقل وتخزين ومعالجة البيانات والمعلومات الشخصية التي يتم الحصول عليها أثناء الممارسات التجارية الإلكترونية للمستهلك<sup>(١)</sup>، لذلك فقد وسعى المشرع الفرنسي من صلاحيات هذه اللجنة من أجل أن تستطيع مجابهة هذه المتغيرات السريعة والمتلاحقة للأدوات والوسائل التكنولوجية<sup>(٢)</sup>، كما تخويلها سلطة توقيع العقوبات الإدارية والغرامات المالية على الشركات المخالفة ولكن بعد توجيه تحذير مسبق لها.

<sup>١</sup> - S. Staubet al., Protection des données personnelles. Réussir sa mise en conformité, Éditions législatives, 2e éd., 2019, Paris, p. 17.

<sup>٢</sup> - L. n° 2016-1321 du 7 octobre 2016, art. 59 ; L. n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles.

## الخاتمة :

في نهاية هذا البحث نستطيع القول بأن انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني تشمل شقين، الشق الأول العام يتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني وفقاً للقواعد العامة لحماية المستهلك عموماً سواء كان مستهلك تقليدي أو مستهلك إلكتروني، الشق الثاني يتعلق بالقواعد الخاصة لحماية المستهلك الإلكتروني، حيث يوفر الإنترنت مجالاً واسعاً للعرض والسلع والخدمات ويزيل الحدود بين الدول، وفي ضوء ذلك تناولنا الصور المستحدثة من جرائم الاعتداء على المستهلك الإلكتروني في ضوء دراسة مقارنة بين الأنظمة القانونية المختلفة وفي نهاية البحث فقد انتهينا إلي مجموعة من النتائج والتوصيات وهي كالتالي:

### أولاً. النتائج:

١. انتهينا في هذا البحث إلى أن التشريعات المقارنة تتفق على تحديد تعريف للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية بأنه ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها. وبالتالي يجب على المشرع توفير الحماية القانونية بشقيها الجنائية والمدنية للمستهلك الإلكتروني في هذه التشريعات، سواء كان ذلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد إلكترونياً أو عن بعد أو أثناء إبرام التعاقد، أو في المرحلة التالية لإبرام التعاقد عبر الإنترنت أو عن بعد من خلال الهواتف النقالة الذكية أو غيرها من الوسائل التكنولوجية المختلفة الأخرى.
٢. كذلك انتهينا إلى أن السياسة التشريعية الفرنسية للحماية المستهلك الإلكتروني تنقل عبء الإثبات للامتثال المتعلق باستيفاء الالتزامات تجاه المستهلك الإلكتروني على عاتق المورد أو المهني وليس على المستهلك، ويعتبر ذلك



التوجه من المشرع الفرنسي توجهاً محموداً من أجل حماية مصالح وحقوق المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقات التعاقدية عبر الإنترنت أو عن بعد، بالإضافة إلى التوسع في حماية المستهلك الإلكتروني من كافة الممارسات التجارية غير المشروعة.

٣. كذلك فقد انتهينا إلى أن المشرع المصري قد حظر أي اتفاق أو تعاقد بين الموردين لنفس المنتجات في رفع أو خفض أو تثبيت أسعار البيع أو الشراء للمنتجات محل التعامل والمعرضة للمستهلكين، وفي ذلك حماية من المشرع المصري لحق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً في سعر عادل للسلعة أو الخدمة المعروضة في الأسواق التجارية، ودون أي اتفاق بين الموردين من شأنه التلاعب في أسعار هذه السلع أو الخدمات بما يضر بقواعد المنافسة العادلة والمشروعة.

٤. علاوة على ذلك فقد حظر المشرع المصري كل اتفاق أو تعاقد بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه، إذا كان من شأنه أن يحد من قواعد المنافسة العادلة والمشروعة، وفي ذلك حماية من المشرع المصري لمصالح المستهلكين من أضرار بعض الأشخاص من المستهلكين باتفاقهم مع المورد من أجل الحد من قواعد المنافسة المشروعة.

٥. ونتيجة للإشكاليات القانونية الناتجة عن انتشار فيروس كورونا المستجد، فنجد أن السياسة التشريعية المعاصرة قد اتجهت إلى وضع النصوص القانونية الحديثة من أجل توفير بيئة إلكترونية آمنة ومناسبة للمستهلك العادي، يتم فيها فرض التدابير وكافة الإجراءات الفعالة لمواجهة المخاطر العالية التي تلازم المستهلك العادي في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني وخاصة مرحلة التنفيذ والدفع الإلكتروني واستلام المنتجات، والتي تضمن عدم إيقاع المستهلك في أي غلط أو خطأ أو خداع أو أي تصرف من الممارسات التجارية الإلكترونية غير المشروعة، وكذلك

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

فرض الجزاء الجنائي الزاجر والمناسبة للمورد أو المهني في حالة مخالفته لهذه الضوابط والالتزامات المنصوص عليها، مما يحقق نوع من الثقة والطمأنينة لدى جمهور المستهلكين في آليات وسائل وتطبيقات التجارة الإلكترونية

### ثانياً. التوصيات:

١. ضرورة أن ينشأ في جامعة الدول العربية تجمع لأجهزة حماية المستهلك على مستوى الدول العربية يطلق عليها المفوضية العربية للمستهلك على غرار الاتحاد الأوروبي، يكون هذا الجهاز بمثابة شبكة لتطبيق نظام الإنذار المبكر لتستفيد الأجهزة الحكومية من تبادل المعلومات فيما بينها إلى جانب تحرير قائمة سوداء موحدة تضم المنتجين والمستوردين على مستوى الوطن العربي وإنشاء لجنة عليا عربية لمراقبة الأسواق تضم ممثلين عن الأجهزة الرقابية، وذلك حماية للمستهلك الإلكتروني من الجرائم العابرة للحدود الوطنية.
٢. ندعو المشرع المصري باتباع نهج السياسة التشريعية المعاصرة في تجريم كافة السلوكيات الإجرامية التي تضر بمصالح المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، وخاصة المتعلقة بخدمات المحتوى الرقمي والتكنولوجيا، حيث أنها ثغرة في التشريع المصري تسمح لمقدمي المحتوى الرقمي بالإفلات من العقاب رغم انتشار هذه الخدمات في العصر الحالي وخطورتها على مصالح المستهلك وعادات وتقاليده المجتمعية المصري.
٣. ندعو المشرع القطري بتعديل المادة ٥٧ من القانون رقم ١٦ لسنة ٢٠١٠ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية في الفقرة التي تنص على أنه يسقط الحق في العدول في حالة وجود اتفاق بين المستهلك الإلكتروني ومزود الخدمة في العقود التي تم إبرامها بواسطة الاتصالات والوسائل الإلكترونية على عدم أحقية المستهلك الإلكتروني في استعمال الحق في العدول عن العقد المبرم بنفسه أو

إنهائه، حيث يتعارض هذا الشرط مع هو مستقر عليه في السياسة التشريعية الحديثة والتي تعتبر هذا الشرط من الشروط الباطلة باعتباره يقلل أو يلغي حق من الحقوق المستقرة في القوانين لحماية المستهلك، وبالتالي يجب على المشرع القطري التدخل بتعديل هذه المادة والنص على أنه يقع باطلاً كل شرط يقلل أو يلغي حق من حقوق المستهلك، وخاصة حقة في العدول.

٤. ضرورة تعديل المشرع المصري لقانون حماية المستهلك والنص فيه على أن يتم نقل عبء الإثبات في الجرائم الماسة بمصالح المستهلك على المورد أو المهني عن طريق اتباع مبدأ الإثبات العكسي المطبق في التشريع الفرنسي، وذلك حماية لمصالح المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقود الاستهلاكية للسلع أو الخدمات، وبالتالي ندعو المشرع المصري أن يساير هذه الاتجاه الحديث من السياسة التشريعية المعاصرة.

٥. ندعو المشرع المصري إتباع السياسة التشريعية المعاصرة في مكافحة الجرائم الماسة بمصالح المستهلك، بحيث تراعي التناسب بين السلوك الإجرامي المرتكب والذي يمس بمصالح أو حقوق المستهلك الإلكتروني وبين مقدار العقوبة أو الجزاء الجنائي المنصوص عليها، بحيث تحقق العقوبة الردع بنوعيه العام والخاص من أجل زجر مرتكبي هذا النوع من الجرائم، وكذلك التوسع في تطبيق التدابير الاحترازية والوقائية لمواجهة المخاطر التي تماس بمصالح المستهلك الإلكتروني عن طريق إعطاء سلطات وصلاحيات أوسع لجهاز حماية المستهلك للقيام بدوره الفعال في حماية حقوق المستهلك عموماً والمستهلك الإلكتروني خصوصاً، على غرار المجلس الوطني لحماية المستهلك.

٦. كذلك ندعو المشرع المصري إلى إصدار قانون خاص لتنظيم المزادات الإلكترونية والتي تتم عبر الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية على أجهزة الهواتف الذكية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية الحديثة، لسد ثغرة عدم وجود قانون لتنظيم

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

- مثل هذه الممارسات التجارية الإلكترونية، بدلاً من تطبيق القواعد العامة والتي تختلف في طبيعتها عن طبيعة هذه النوع من الممارسات التجارية الإلكترونية.
٧. ضرورة إعداد برامج تثقيفية لرفع قدرات المواطن وخاصة المرأة والتوعية بحقوق الأسرة فيما يتعلق بقضايا حماية المستهلك، خاصة في ظل انخفاض الوعي الاستهلاكي في كيفية الشراء عبر الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية للتسوق، وقلة معرفة المستهلك الإلكتروني لحقوقه التي تنص عليها القوانين، وكيفية التصرف في حالة ما إذا اكتشف تلف أو وجود عيب في السلعة أو الخدمة محل إبرام التعاقد الإلكتروني أو عن بعد.
٨. ضرورة التصدي لظاهرة الاعلانات المضللة العابرة للحدود مع أهمية وضع مواصفة قياسية عربية لها. وبالتالي ضرورة إجراء المشرع المصري بتعديلات على قانوني حماية المستهلك وحماية المنافسة وذلك لضبط الاسواق والقضاء على ظاهرة السلع الرديئة والإعلانات المضللة والخادعة.
٩. ندعو المشرع المصري إلى النص على تجريم وسائل الإعلام الإلكترونية غير المستوفي الشروط القانونية والتي تقوم بالإعلان عن السلع والخدمات عن بعد دون الالتزام بالضوابط المنصوص عليها، وبأساليب وأفعال مخالفة للقانون، مثال على ذلك الإعلان من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية.
- ١٠- ضرورة قيام المشرع المصري بتعديلات على قانون حماية البيانات الشخصية، بحيث ينص على تشديد العقوبة من أجل توفير حماية إضافية خاصة للبيانات الشخصية الحساسة للمستهلك الإلكتروني والتي يتم معالجتها كجزء من العمليات التجارية من خلال تطفل أي طرف ثالث بما في ذلك جهات الحكومية، خاصة ما تزايد استخدام منصات الحوسبة السحابية في التخزين الرقمي لكميات هائلة للبيانات والمعلومات المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني من قبل المؤسسات التجارية.

١١- ضرورة تسخير التكنولوجيا وأنظمة الذكاء الاصطناعي وأنترنت الأشياء في تحسين حماية حقوق المستهلك الإلكتروني في سلامة السلع والخدمات وفي أعلام وتبصير المستهلك وفقا للآليات الذكية وقادرة على الرد على استفسارات المستهلك الإلكتروني وتقديم الحلول المناسب له. خاصة في ظل انخفاض معدلات التفاعل مع المستهلكين الإلكترونيين في عمليات العدول والاسترجاع للسلع المباعة عبر الإنترنت أو بعد بحيث أصبحت ظاهرة يعني منها المستهلك الإلكتروني تحتاج من المشرع الوطني التدخل لتشديد العقاب عليها.

١٢- ضرورة وضع مبادئ دولية مشتركة لحماية المستهلك الإلكتروني يمكن في ضوءها تكييفها وفقا لسياقات التشريعات الوطنية، وذلك من خلال مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، مع تفعيل التعاون بين الدول لمواجهة الجرائم العابرة للحدود الوطنية والتي تتعلق بانتهاك حق من حقوق المستهلك الإلكتروني، خاصة في ظل التوسع في آليات التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي الذي يستهدف إتاحة السلع والخدمات بطريقة إلكترونية ميسرة وسريعة، وفي نفس الوقت استغلال الجناة لتلك الوسائل التقنية والتكنولوجية من أجل ارتكاب جرائم الاحتيال والتضليل والخداع للمستهلك الإلكتروني وغيرها من الصورة الأخرى الحديثة التي تناولها بالعرض في هذا البحث.

١٣- وفي النهاية يجب توفير جميع أنواع الدعم للمجتمع المدني وجمعيات حماية المستهلك وجهاز حماية المستهلك من أجل أن تقوم هذه المؤسسات والأجهزة بدورها في ضبط الأسواق والعمل على نشر ثقافة ومفاهيم حقوق المستهلك عموما والمستهلك الإلكتروني خصوصا في المجتمع.

## قائمة المراجع

### أولاً. قائمة المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم عبد الحليم عبادة، د. شذى ظاهر محمد الشياب، عقد التملك الزمني التايم شير: مفهومه، جوهره، أنظمته، واقعه العملي، تكييفه وحكمه الشرعي، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، المجلة ١٣، العدد ٢، ٢٠١٧.
- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥.
- أسامة عبد الله قايد، الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٨.
- بشار ظلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، الأردن، عالم الكتب الحديث. ٢٠٠٤.
- جاسم ناصر عبد العزيز المليغي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة حلوان، جمهورية مصر العربية، ٢٠١١.
- حسام شوقي، حماية وأمن المعلومات على الإنترنت، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.
- حساين عومرية، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل جائحة كوفيد ١٩، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلد ١٣، العدد ٢، الجزائر، ٢٠٢١.
- حسن عبد الباسط جميعي، التعامل على الوحدات العقارية بنظام المشاركة في الوقت، دار الكتب المصرية، القاهرة، ١٩٩٧.
- حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، الطبعة الأولى، دار الفكر، القاهرة، ١٩٩٦.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

زينب غريب، النظام القانوني للبريد الإلكتروني، رسالة دكتوراه، جامعة محمد الخامس، الرباط، المملكة المغربية، ٢٠١٦.

سامي عبد العزيز، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري: رؤية تحليلية، مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية الأخلاقية، ٢٨-٢٩ مارس ٢٠٠٩.

سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، الطبعة الأولى، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨.

شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية، رؤية مستقبلية، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، في الفترة من ١٠ - ١٢ مايو ٢٠٠٣.

طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، المفاهيم والتجارب والتحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، مصر، الدار الجامعية، ٢٠٠٣.

عبد الحليم بوقرين، ا. مبارك صادقي، نحو حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي الاغواط، العدد ١، الجزائر، ٢٠١٧.

عبد الصمد حوالم، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ٢٠١٥.

عبد الكريم غالي، الحماية القانونية للإنسان من مخاطر المعلومات، رسالة دكتوراه، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، الرباط، ١٩٩٥.

عبد اللطيف كرازي، الحماية الجنائية للمستهلك: أية سياسة جنائية مطلوبة؟ مجلة الأبحاث والدراسات القانونية، المركز المغربي للدراسات والاستشارات القانونية وحل المنازعات، العدد ١٧، المغرب، ٢٠٢٠.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

عبد الله ذيب عبد الله، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، ٢٠٠٩.

عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء بالدفع الإلكتروني، مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، في الفترة ١٠ - ١٢ مايو ٢٠٠٣، الإمارات، ٢٠٠٣.

فواز لجلط، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، ٢٠٢١.

محمد أبو العلا عقيدة، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، ندوة مركز بحوث الشرطة بأكاديمية الشرطة حول المردودات الأمنية لنظام التجارة الإلكترونية، أكاديمية الشرطة ٢٩ أبريل ٢٠٠٢.

محمد المرسي زهرة، الوضع القانوني لنظام اقتسام الوقت، نظام المشاركة بالوقت في فرنسا، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، العدد الأول، السنة الخامسة والثلاثون، ١٩٩٣.

محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والدولية وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، دار الفكر، القاهرة، ٢٠٠٦.

محمد خميخم، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، ٢٠١٧.

محمد عمر نوابة، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دراسة قانونية مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦.

مدحت عبد الحليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، ٢٠٠١.



مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

ميرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، بدون دار نشر، القاهرة، ١٩٩٩.

نهى خالد عيسى الموسوي، د. إسراء خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، مجلد ٢٢، عدد ٢، العراق، ٢٠١٤.

### ثانيا. قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

**A. Astaix**, « Action de groupe : un nouveau revers. Proposition de loi sur les actions de groupe », Dalloz, . act., Paris, 2009.

**A. Blandin-Obernesser, M. Boizard, S. Gambs et G. Piolle**, « Le droit à l'oubli: présentation du projet DAO», 4e Atelier sur la protection de la vie privée (APVP' 13), Les Loges en Josas, HAL-Iniria, juin 2013.

**A. Chapuis-Doppler & V. Delhomme**, A regulatory conundrum in the platform economy, case C-390/18 Airbnb Ireland, European Law Blog, 12 fév. 2020, <https://europeanlawblog.eu/2020/02/12/a-regulatory-conundrum-in-the-platform-economy-case-c-390-18-airbnb-ireland/> ; X. Delpech, Juris tourisme 2020, n° 226.

**A. Debet**, « Moteurs de recherche. Mise en œuvre de l'arrêt Google Spain par les tribunaux français », Comm. com. électr. 2016, n° 9, comm. 75.

**A. L. BOMSE**, «The Dependence of Cyberspace», Duke Law Journal 50, 2001.

**A. Lecourt**, Impossibilité pour la France d'exiger d'Airbnb de disposer d'une carte professionnelle d'agent immobilier, Dalloz IP/IT 2020.

**A. Wiewiórowska-Domagalska**, Online Platforms: How to Adapt Regulatory Framework to the Digital Age?, European Parliament Briefing, PE 607.323, 2017.

**A.L.Bomse**, The dependence of cyberspace, Duke Law Journal, 50, 2001.

**B. Devolder** (ed.), The Platform Economy, Unravelling the Legal Status of Online Intermediaries, Intersentia, Cambridge, USA, 2019.

**B. G. Edelman et D. Geradin**, Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber?, Stanford Technology Law Review 2016, n° 19.

**C. Busch, G. Dannemann, H. Schulte-Nölke, A. Wiewiórowska-Domagalska et F. Zoll** (eds), Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms : Commentary, Jagiellonian University Press 2019.

**C. Fleuriot**, « L'action de groupe s'ouvre à de nouveaux domaines»,. L. n° 2016-1547, 18 nov. 2016, JO 19 nov. Dalloz. act. 2016.

**C. HULTMARK RAMBERG**, «The E-Commerce Directive and Formation of Contract in a Comparative Perspective», European Law Review 26, 2001.

**C. Kleitz**, « Les balbutiements du droit à l'oubli numérique », Gaz. Pal. 2014, n° 170.

**C. Zolynski**, « Les nouveaux contours de l'action de groupe et de l'action collective au lendemain de la loi pour la protection des données: un empotement renforcé» , D. IP/IT 2018, Paris.

**Charlotte-Marie Pitrat-Laurent le Veneux**, Protection du consommateur et des données personnelles. Voir le site: [www.finance.gouv.fr](http://www.finance.gouv.fr)

**Éric CAPRIOLI**, La directive européenne, N°93/1999 CE, sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques, Gaz. Pal, 29/31 Oct. 2000.

**F. G'ssell**, « L'action des associations de consommateurs : à la recherche du groupe perdu », Gaz. Pal. 2014, n° 284.

**Francesco Miani**, le cadre réglementaire des traitements de données personnelles effectués au sein de l'union européenne, revue trimestrielle de droit européen, Dalloz, n°2, 2000.

**G. Notté**, « Projet de loi relatif à la consommation », JCP G, Paris, 2013.

**G. Raymond**, « Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation. Inventaire des mesures relatives au droit de la consommation », JCP E 2014, act. 213.

– Droit de la consommation, LexisNexis, 4e éd., 2017, Paris, n° 300.

**G.R. Smith**, “Confronting Fraud in the Digital Age”, Paper presented at the Fraud Prevention and Control Conference, the Australian Institute of Criminology in association with the Commonwealth Attorney-General’s Department, Surfers Paradise, 24-25 August. 2000.

**H. Aubry**, « Avant-propos : enjeux de la réforme du droit de la consommation », in Les enjeux de la réforme du droit de la consommation, actes du colloque du 27 mars 2014, LPA 2014, n° 128.

**H.D. Gabriel**, « The New United States Uniform Electronic Transactions Act: Substantive Provisions, Drafting History and Comparison to the UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce », Rev. dr. unif. 2000.

**J. CALAIS – AULOY**, Droit de la consommation, Précis, Dalloz, 1992, N°3 ; Cass. Civ, L. 28 avril 1987, chr. 253.

**J. Clesse et F. Kéfer**, Enjeux et défis juridiques de l’économie de plateforme, Anthemis, 2019.

**J. GHESTIN**, Traite de droit civil, obligations, Le contrat, 1988, N°59.

**J. Sénéchal et S. Stalla-Bourdillon** (dir.), in Rôle et responsabilité des opérateurs de plateforme en ligne : approche(s) transversale(s) ou approches sectorielles ?, IRJS Éd., 2018.

**J.-M. Bruguière**, « Le "droit à" l'oubli numérique, un droit à oublier », D. 2014.

**Josef Drexl**, Le commerce électronique et la protection des consommateurs, Mondialisation et société de l'information, Revue internationale de droit économique 2002/2-3 (t. XVI), Paris.

**L. Benabou et J. Rochfeld**, « Les moteurs de recherche maîtres ou esclaves du droit à l'oubli numérique ? », Dalloz, Paris, 2014.

**L. Marino**, « Comment mettre en œuvre le "droit à l'oubli" numérique ? », R. D. 2014.

**L. Grynbaum, C. Le Goffic et L. Morlet-Haidare**, Droit des activités numériques, Paris, Dalloz, 1re éd., 2014, n° 205.

**Luc GRYNBAUM Philippe Stroffel - Munk**, Contrats et responsabilité, communication commerce électronique, 7<sup>e</sup> année, n°3, Mars 2005, Paris.

**M. Bourgeois et A. Bounedjoun**, « Les impacts de la loi pour une République numérique sur la loi Informatique et libertés », JCP E 2016, n° 51-52.

**M. Laazouzi**, La clause marché intérieur, in Quel avenir pour la théorie générale des conflits de lois ? Droit européen, droit conventionnel, droit commun, T. Azzi et O. Boskovic (dir.), Bruxelles, Bryulant, 2015.

**M.-J. Azar-Baud**, « L'action de groupe au service des consommateurs: enjeux de la réforme », LPA 2014, n° 128.

**Marion Ho-Dac**, La (dé)règlementation des services d'intermédiation fournis par la plateforme Airbnb à l'aune de la directive « commerce électronique », Revue critique de droit international privé 2020/3 (N° 3), Cairn, Paris.

**Mickael BOUTROS**, Le droit du commerce électronique: une approche de la protection du cyber consommateur, droit Université de Grenoble, 2014.

**N. Ferrier et A.-C. Martin**, « Loi relative à la consommation en faveur des consommateurs... et de certains professionnels. À propos de la loi n° 2014344 du 17 mars 2014 », JCP G 2014.

**N. Molfessis**, « L'exorbitant de l'action de groupe à la française », Dalloz, Paris, 2014.

**Ola Mohty**, Chapitre I. L'insuffisance du régime classique des sanctions, L'information du consommateur et le commerce électronique, Paris, 2020.

**P. Hilt**, « L'action de groupe consacrée par la loi n° 2014- 344 du 17 mars 2014 relative à la consommation : peut-on s'en satisfaire ? », Gaz. Pal. 2014, n° 114.

**R.E. LITAN**, « Law and Policy in the Age of the Internet », Duke Law Journal 50, 2001.

**R.T. NIMMER**, « UCITA : A Commercial Contract Code », The Computer Lawyer, vol. 17, n°5, 2000.

**Roger Clarke et Dan Svantesson**, Privacy and consumer risks in cloud computing, computer law& security review, N°26, 4, JULY, 2010.

**S. Bernheim-Desvaux**, « L'action de groupe, mesure emblématique de la loi "Consommation" Hamon, enfin adoptée ! », LEDC 2014, n° 1.

**S. GUINCHARD, T.DEBARD**, Lexique des termes juridiques, V, Consommateur, 20 éd, Dalloz, Paris, 2013.

**S. Guinchard**, « Une class action à la française ? », Dalloz. 2005, Paris.

**S. M. Ho-Dac**, Le principe de reconnaissance mutuelle et la loi du pays d'origine, in Les dimensions de la reconnaissance

١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

mutuelle en droit de l'Union européenne, C. Marzo et M. Fartunova (dir.), Bruxelles, Bruylant, 2018.

**S. Piedelièvre**, « La loi du 17 mars 2014 et l'action de groupe », Gaz. Pal. 2014, n° 88.

– Droit de la consommation, Economica, 2e éd., 2014, Paris, p. 402, n° 506.

**S. Staubet al.**, Protection des données personnelles. Réussir sa mise en conformité, Éditions législatives, 2e éd., 2019, Paris.

**T. Douville et H. Gaudin**, Service de la société de l'information, Airbnb bénéficie de la libre circulation, JCP Entreprise et Affaires n° 12, 19 mars 2020.

**Th. de Ravel d'Esclapon**, « La loi Consommation décryptée », Dalloz. act. Paris, 2014.

**Tierry Leonard, E.** Marketing et protection des données à caractère personnel voir le site: [www.droit-technologie.org](http://www.droit-technologie.org)

**V. Boehme – Nessler**, Europaisches internetrecht, Europaisches wirtschafts – und steuerrcht "EWS". 2001.

**V. Hatzopoulos**, The collaborative economy and EU law, 2018, Hart Publishing.



### ثالثاً. القرارات والتقارير والأحكام العربية:

الأمم المتحدة، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، نيويورك وجنيف، ٢٠١٦، ص ٦.

تقرير البنك المركزي الأوروبي، للعملة الافتراضية - في تحليل آخر، والصادر في فبراير ٢٠١٥، وكذلك التقرير البنك المركزي الأوروبي، تقرير العملات الرقمية، الصادر في أكتوبر ٢٠١٢، وذلك على الموقع الإلكتروني [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)، تاريخ الزيارة ٢٠ أكتوبر ٢٠٢٢.

تقرير الصادر عن لجنة حماية المنافسة الفرنسية وذلك على الموقع التالي: <http://www.autoritedelaconurrence.fr/user/standard.pdf?id=rub=134&id-article=364>، تاريخ الزيارة ٢٦ أبريل ٢٠٢٢.

تقرير عن الغش التجاري في المجتمع الإلكتروني، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الرابعة لمكافحة الغش التجاري والتقليد في دول مجلس التعاون الخليجي، من الغرفة التجارية الصناعية بالرياض خلال الفترة ٢٠-٢١ سبتمبر عام ٢٠٠٥.

تقرير لمركز نيلسون الأمريكي للأبحاث يظهر أن غالبية الشركات والمؤسسات بمختلف أحجامها تدرك أهمية التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي. اكتساب العملاء من خلال هذه الشبكات والتعرف على سلوك هذا المستهلك الإلكتروني، التقرير صادر في عام ٢٠١١.

تقرير هيئة تنظيم الاتصالات بدولة قطر، إطار العمل بالمنافسة، لائحة المنافسة، المذكرة التفسيرية، والصادر في ٢١ أكتوبر ٢٠١٥، دولة قطر.

تقرير هيئة تنظيم الاتصالات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات القطرية، سياسة حماية مستهلك خدمات الاتصالات، قطر، يناير ٢٠١٤، ص ٩، ١٠.

مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية بشأن حماية المستهلك، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، في عام ٢٠١٦، نيويورك - جنيف، ص ٥ - ٧.

١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

<http://unctad.org/en/publicationslibrary/ditccplpmisc2016d1-ar.pdf>.

محكمة التمييز القطرية، موسوعة الأحكام والمبادئ القضائية القطرية، المجلس الأعلى للقضاء، تمييز مدني، الطعن رقم ٢٧٥ لسنة ٢٠١٦، جلسة بتاريخ ١٥ نوفمبر ٢٠١٦.

محكمة القاهرة الاقتصادية، الدائرة الأولى جنح اقتصادية، في اللجنة رقم ٨٩١ لسنة ٢٠١٢ جنح اقتصادية القاهرة، جلسة ٣٠ ديسمبر ٢٠١٢.

محكمة القضاء الإداري المصري، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ١٥٧٥٩ لسنة ٥٨، جلسة ١٥ أكتوبر ٢٠٠٥.

محكمة النقض المصري، المحكمة الاقتصادية، الطعن رقم ٢٠١ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٤ مايو ٢٠١١.

محكمة النقض المصري، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض جنائي، الطعن رقم ٢٥٣٥ لسنة ٣٢ ق، جلسة بتاريخ ١٤ مايو ١٩٦٣، مكتب فني ١٤، جزء ٢، ق ٨٠، ص ٤١٣.

محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٢٤٧١ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٠ مارس ٢٠١١.

محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٣٠٩٩ لسنة ٨٠ ق، جلسة ١٥ مارس ٢٠١١.

محكمة النقض المصري، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠ لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.

محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام، نقض مدني، الطعن رقم ٨٦٨٠ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ٢٤ يناير ٢٠١٧.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام،  
نقض جنائي، الطعن رقم ٢٦٣٤٣ لسنة ٨٨ قضائية، جلسة ٩ أكتوبر ٢٠١٩.  
محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام،  
نقض جنائي، الطعن رقم ٤٢٥ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٢١ مايو ٢٠١١.  
محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام،  
نقض جنائي، الطعن رقم ١٢٦١ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ٣ أبريل ٢٠١٠.  
محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام،  
نقض جنائي، الطعن رقم ١١٥٠٢ لسنة ٨٠ قضائية، جلسة ١٩ أكتوبر ٢٠١١.  
محكمة النقض المصرية، الموسوعة القانونية لوزارة العدل المصرية، موسوعة الأحكام،  
نقض مدني، الطعن رقم ١٢٣٤ لسنة ٧٧ قضائية، جلسة ٢٢ أبريل ٢٠١٣. وكذلك  
الطعن رقم ٩٥٦٠ لسنة ٨٢ قضائية، جلسة ١١ يونية ٢٠١٣.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠  
لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠  
لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي في الجرائم الاقتصادية، الطعن رقم ٨٣٨٠  
لسنة ٨٠ ق، جلسة ٢٣ مايو ٢٠١١.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، الموسوعة القانونية لوزارة العدل، الطعن رقم  
١٩٤٩٩ لسنة ٨٩ ق، جلسة ٢١ نوفمبر ٢٠٢٠.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، الموسوعة القانونية لوزارة العدل، الطعن رقم  
١٣٨٣٠ لسنة ٩٠ ق، جلسة ١ مارس ٢٠٢١.  
محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ٢٥٩٩٧ لسنة  
٨٤، بتاريخ ٢٧ يوليو ٢٠١٥.

## ١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الأحكام، الطعن رقم ٣٢ لسنة ٢٠١٣، الصادر في جلسة ١٨ نوفمبر ٢٠١٤.

محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الأحكام، الطعن رقم ٥٠٢٣ لسنة ٨١، بتاريخ ١٢ مارس ٢٠١٢.

محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، موسوعة الاحكام، الطعن رقم ٥٤١٥ لسنة ٨١، بجلسة ١٢ مارس ٢٠١٢.

محكمة النقض المغربية، الغرفة التجارية، عدد ٢٤١/٣/١/٢٠١٩، بالقرار رقم ٢٤٢ والصادر بتاريخ ٢ يوليو ٢٠٢٠. وذلك على الموقع الإلكتروني [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma)، تاريخ الزيارة ٢٩ أكتوبر ٢٠٢٢.

محكمة النقض المغربية، نقض تجاري، منازعات تجارية، الملف رقم ٦٣٢ - ٣ - ١ - ٢٠١١، القرار رقم ٤٠٢ والصادر في ١٢ أبريل ٢٠١٢، وذلك على الموقع الإلكتروني: [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma)، وتاريخ الزيارة ٧ نوفمبر ٢٠٢٢.

محكمة النقض المغربية، نقض جنائي، ملف عدد ٤٣٩ - ٩٦، القرار رقم ٦٠٨ - ٦، والصادر في ١٢ فبراير ٢٠٠١، ص ٣٧٢، وذلك على الموقع الإلكتروني: [www.juriscassation.cspj.ma](http://www.juriscassation.cspj.ma)، تاريخ الزيارة ٧ نوفمبر ٢٠٢٢.

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف، ٢٠١٦.

موسوعة النيابة، قيود وأوصاف الجنح، القيود والأوصاف حماية المستهلك، ق ١٨١ لسنة ٢٠١٨.

## رابعاً. القرارات والتقارير والأحكام الأجنبية.

Australian Competition and consumer commission v Google LLC, N°4, 12 August 2022, FCA, 942.

CA Paris, 20 septembre 2010, n° 08-06734.

CA Rennes, 3 avril 2003, CCC 2004, n° 2, comm. 33, note G. Raymond.

CA Versailles, 30 septembre 2004, Comm. com. électr. 2004, comm. 163, n° 12, obs. L. Grynbaum; CA Agen, 8 août 2007, CCC 2008, n° 4, comm. 123, note G. Raymond.

Cass. crim., 10 décembre 2003, n° 270, Al Adl 2005, p. 211.

Cass. crim., 12 novembre 1986, Bull. crim. 1986, n° 335, p. 861.

Cass. crim., 15 décembre 2009, n° 09-83059, Bull. crim. n° 212 ;

Cass. crim., 5 mai 1981, JCP G, 1981, IV p. 261) ou inscrites sur l'emballage d'un produit (CA Versailles, 17 mai 1978, Gaz. Pal. 1978, 2, p. 539, note J. Calvo.

Chambre de commerce international, ICC publicité et marketing code de communications, Édition 2018, Paris, p. 15.

CJCE, Avis du 24 Janvier 1991, C -339/89, Alsthom Atlantique SA, V. Compagnie de construction mécanique Sulzer SA, Rec. 1991, p. 1 - 107, 124 N°15.

CJCE, Avis du 24 Novembre 1993, n°267 et 268/91, Keck et Mithouard, Rec, 1993, p. I - 6097.

١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

CJCE, Avis du 7 Mars 1990, n°382/88, GB – Inno – BM contre confédération du commerce Luxembourgeois, Rec., 1990, p. I – 667.

CJUE 19 décembre 2019, aff. C-390/1, M. Abenhaim, Services de la société de l'information, Europe n° 2, févr. 2020, comm. 55 ;

CJUE 20 déc. 2017, aff. C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi, AJDA 2018. 329, chron. P. Bonneville, E. Broussy, H. Cassagnabère et C. Gänser ; D. 2018. 934, note N. Balat; JT 2018, n° 205, p. 12, obs. X. Delpech ; RTD eur. 2018. 147, obs. L. Grard ; ibid. 273, étude V. Hatzopoulos.

CJUE, 13 mai 2014, C-131/12, Google Spain SL, Google Inc. c/Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González. ; D. 2014, 1476, note V.-L. Benabou et J. Rochfeld ; D. 2014, 1481, note N. Martial-Braz et J. Rochfeld ; AJDA 2014, 1147, chron. M. Aubert, E. Broussy et H. Cassagnabère ; JCP G. 2014, p. 768, note L. Marino ; AJ Collectivités territoriales 2014, p. 502, chron. O. Tambou ; Comm. com. électr. 2014, étude 13, note A. Debet ; JCP E 2014, 1327, note G. Busseuil ; RCA 2015, n° 5, étude 5, J.-M. Bruguère.

مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

CJUE, 16 avril 2015, C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság c/UPC Magyarország Kft ; LPA 2015, n° 125, p. 7, note E. Petit.

CJUE, 16 avril 2015, C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság c/UPC Magyarország Kft, préc.

CJUE, 19 décembre 2013, C-281/12, Trento Sviluppo et Centrale Adriatica, RDC 2014, n° 3, p. 452, comm. R. Ollard.

CJUE, 19 septembre 2013, C-435/11, CHS Tour Services c/Team4 Travel GmbH ; JT 2013, n° 157, p. 15, comm. X. Delpech.

Cour. Cass, 18 Novembre 2020, pourvoi n°19- 14- 831, Chambre Commerciale Financière et économique – formation restreinte hors RNSM/NA.

Cour. Cass, 18 Novembre 2020, pourvoi n°19- 14- 831, Chambre Commerciale Financière et économique – formation restreinte hors RNSM/NA.

Cour. Cass, 24 Novembre 2020, Pourvoi, N°19 – 85- 829, Dalloz, 2020

Cour. Cass, Crim, 20 Octobre 2020, prouvoi n°19 – 81 – 207, Dalloz, 2020.

Cour. Cass. Chambre commerciale financière et économique, 16 Février 2022, N°19-20.562, Formation restreinte hors RNSM/NA, V., [www.courdecassation.fr](http://www.courdecassation.fr).

١ - انعكاسات السياسة التشريعية المعاصرة على الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

Cour. Cass. cim., 7 juillet 2015, n° 14-1930, inédit. De la même manière, la cour d'appel précise dans un arrêt du 18 juin 2014 (CA Paris, 18 juin 2014, Robert Bosch GmbH et France c/Oscaro.com).

Cour. Cass. Civ, 30 mars 2022, N°19 -12.947; V., [www.courdecassation.fr](http://www.courdecassation.fr).

Cour. Cass. crim. 11 décembre 2007, n° 07-82903, CCE 2008, comm. 120, note G. Raymond.

Cour. Cass. crim., 15 décembre 2009, n° 09-83059, Bull. crim., n° 212.

Cour. Cass. Crim., 16 Janvier 2018, N° 16- 83.457, Publié au Bulletin, V., [www.courdecassation.fr](http://www.courdecassation.fr).

Cour. Cass. crim., 23 mars 1994, n° 92-86351, Bull. crim. 1994, n° 114, p. 251.

Court of justice of the European union, Case C-8/08, <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2009-06/cp090047en.pdf>.

Court of justice of the European union, Case, T - 21/99, <http://curia.europa.eu/juris/showpdf.jsf>.

Court of justice of the European union, press release No 13/13, Luxembourg, 7 February 2013, Case C-68/12, <http://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2013-02/cp130013en.pdf>.



مجلة روح القوانين - العدد المائة وثلاث - إصدار يوليو ٢٠٢٣ - الجزء الأول

Judgment of the general Court, eighth Chamber, 16 June 2011, In Joined Cases, T 208/08 and T 209/08, Gosselin Group and Stichting administratiekantoor Portielje v European Commission, p. II - 3647, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/txt/pdf/?uri=celex:62008TJ0208&from=en>.

La Cour de justice de l'Union européenne, l'arrêt du 19 octobre 2017, Europa mur Alimentation SA, C-295/16, paragraphe 28.

Management Advisory Services & Publications (MASP) How to Prevent, Detect and Combat Business Fraud and Technology and Infrastructure Abuse -Best Strategies and Practices & an Action Plan to Secure Your Company, The Information Technologies Control, Security Auditing and Business Continuity Company, Wellesley Hills, - map-47 - May, 2001.

Recommandation du Conseil relative aux lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique, adoptée le 9 décembre 1999, site: [www.oecd.org/dsti/sti/it/consumer/prod/Guidelines\\_final\\_fr.pdf](http://www.oecd.org/dsti/sti/it/consumer/prod/Guidelines_final_fr.pdf), V, Le 5 mars 2023.

TGI Paris, 13 mai 2016, Monsieur X. c/Google France et Google Inc.