



حمايه المستهلك فى عقد البيع الالكترونى

إعداد

الباحث / أحمد عبدالعزيز محمد سليمان

مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط

العدد الحادى عشر يناير-2025

الجزء الأول

مقدمة البحث :

إن الالتزام بضمان المطابقة كغيره من الالتزامات الملقة على عاتق البائع، له مفهوم خاص به قد يحدد ما يدخل في نطاقه حتى يمكن معه استصحاب أحكامه على البائع الذي أخل به، على أن تختلف تلك الأحكام باختلاف نوع المطابقة الذي أخل بها البائع، إلا أن هذا المفهوم قد تعددت محاولات الفقه لبيانه بشكل واف وكاف بحيث يمكن معه الإحاطة بجميع الحالات الخاصة بالتسليم غير المطابق، وهوما استتبعه اعتبار هذا الالتزام قانونيًا وعقدًا في أن احد، لذا كان لزاما علينا التطرق إلى بيان طبيعة هذا الالتزام، ونطاقه القانوني المحدد له ،و يتمحور مفهوم حماية المستهلك في كفالة حق المستهلك في الحصول على منتج يلبي رغباته واحتياجاته في مقابل ما قدمه من ثمن وفقاً لما اتفق عليه مع المورد أو ما هو متعارف عليه بصده ، وهذا المفهوم المجمل قد وصلته الأمم المتحدة في صورة تعداد ثمانية حقوق أقرتها.

ويقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق مثل المهنيين في كافة المجالات سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو شركات أو ذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة. وحماية المستهلك تنحصر في أربعة مجالات أولها حماية الأمن الجسدي للمستهلك ويلي ذلك الحماية الاقتصادية للمستهلك وحماية الإرادة التعاقدية للمستهلك وأخيراً حماية فكر المستهلك وثقافته.

ملخص البحث

إن عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني هو أحد أنواع العقود الإلكترونية التي تبرم عن بعد بين غائبين باستخدام أي وسائط إلكترونية من أجهزة وبرامج معلوماتية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة التي تعمل آلياً وتلقائياً بمجرد إصدار أوامر التشغيل إليها، وهو اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بوسيلة مسموعة مرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل. ويعد عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني من طائفة

العقود المبرمة عن بعد، وإن كان يختلف عنهما في وسيلة إبرامه وتنفيذه، إذ إنه من الممكن أن ينفذ أيضًا إلكترونياً، ولكن هناك إشكاليات تنثور حول عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني، مثل كيفية التحقق من شخصية المتعاقدين، وكيف يتم التأكد من صحة البيانات والمعلومات الخاصة في

الفصل الاول

المستهلك فى عقد البيع الالكترونى

المبحث الاول

حمايه المستهلك فى عقد البيع الالكترونى

تمهيد وتقسيم:

أن حماية المستهلك هي حماية كل فرد من أفراد المجتمع من أي استغلال ومكافحة الغش لتأمين سلامة معاملات الأفراد عند شراء احتياجاتهم من السلع والخدمات التي يتعاملون بها ففي ذلك حماية لهم من أية أضرار يمكن أن يتعرضون لها من خلال هذا التعامل محققا لهم الطمأنينة لدى إجراء أي معاملة تجارية.

المطلب الأول

ماهية الحماية

المفهوم الاصطلاحي والقانوني لحماية المستهلك

إن حركة حماية المستهلك حركة حديثة النشأة ، ولم تتبلور إلا في الستينات من هذا القرن السابق^(١)، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية مهد هذه الحركة بعد أن برزت فيها مخاطر المجتمع الاستهلاكي مع بلوغ النظام الاقتصادي الرأسمالي أوج نموه، أما مصطلح حماية المستهلك فهو اصطلاح حديث نسبياً بدأ يتكرر تصوره في المؤلفات والكتابات الاقتصادية بناء على تحول

(١) وتسمى هذه الحركة le comsommerisme أو

lecomsommatevrisme والحق أن هذه الحركة مهد لظهورها إضافة إلى العوامل الاقتصادية مفكرون منهم الفيلسوف marcvse في كتابه khommeunidimemslonnel وعالما الاقتصاد z.k galbraith في كتابه leredelaopuleance والذي كان أول من حذر من الخطر الذي يمثله الإشهار والدعاية والكثير من الكتاب والمؤلفين القانونيين.

اقتصاديات السوق على المستوى الدولي وغيره، فالمفهوم الاصطلاحي لحماية المستهلك يجب تعريفه كفرع أول، وتعريف المفهوم القانوني لحماية المستهلك كفرع ثاني

المفهوم الاصطلاحي لحماية المستهلك : حمى فلاناً . حمياً

. وحماية : منعه ودفع عنه ، ويقال حماه من الشيء وحماة الشيء والمريض حمية منعه مما يضره^(١) ومضمون المعنى منع الآخر من الضرر بالأول أو منع الشخص مما يضره بأي شكل من الأشكال.

المفهوم القانوني لحماية المستهلك : يتمحور مفهوم حماية المستهلك في كفالة حق المستهلك في الحصول على منتج يلبي رغباته واحتياجاته في مقابل ما قدمه من ثمن وفقاً لما اتفق عليه

(١) المعجم الوجيز الصادر عن مجمع اللغة العربية ص ١٧٣ طبعة خاصة

بوزارة التربية والتعليم سنة ١٤١١ هـ ١٩٩٠ م

مع المورد أو ما هو متعارف عليه بصدده ، وهذا المفهوم المجمل قد وصلته الأمم المتحدة في صورة تعداد ثمانية حقوق أقرتها^(١).

والمقصود بالحماية في هذا المبحث هو توفير الأمان بمعناه الشامل تحقيق الحد الأدنى من الحياة الكريمة من خلال تعظيم قدراته وتقويتها ومساندتها بالقوانين التي تتصدى للممارسات الضارة بمعالجة واتخاذ الإجراءات التي توفر له هذه الحماية إجمالاً في مختلف الإتجاهات. ويقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق مثل المهنيين في كافة المجالات سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو شركات أو ذلك

(١) هذه الحقوق هي الحق المعرفة، وحق التعويض، والحق في سماع رأيه وحقه في الصحة والسلامة، وحقه في الاختيار، وحقه في الكرامة الشخصية، وحقه في المشاركة في جمعيات حماية المستهلك، وحقه في التقاضي، وهذه الحقوق مجتمعة تشكل في مضمونها معنى حماية المستهلك والتي تمحور مشروع قانون حماية المستهلك تكريسها وتحقيقها .

في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة^(١). وتكمن أهمية توفير الحماية للمستهلك في أنه الطرف الضعيف في التعاقد، بينما المهنيون في مركز القوة، فالمستهلك هو الشخص الضعيف اقتصادياً وقانونياً، كما أنه قليل الخبرة بالنظر إلى المهني المحترف، وأيضاً لأنه في بعض المعاملات منها الإلكترونية يكون التعاقد عن بعد إلا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك، وهنا وجب على القانون أن يتعرض لحماية المستهلك لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التعاون في العلاقات الاستهلاكية بما يدفع الضرر والخطر عن المستهلك^(٢).

وليس ذلك على المستوى الوطني فقط بل في المعاملات الدولية أيضاً خاصة التي تتم عن طريق شبكة المعاملات

(١) د. محمد عفيفي حمودة، مفهوم حماية المستهلك، بحث مقدم للجنة العلوم الإدارية بالمجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ١٩٨١، ص ٣.

(٢) جاسم ناصر عبد العزيز ناصر الحماية الجنائية للمستهلك دراسة مقارنة مصر والكويت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة حلوان، ٢٠٠٥م.

(الإنترنت) ومن ثم فهي تمتد لتشمل كافة أرجاء المعمورة، مما يستدعى توحيد النظام القانوني الداخلي والخارجي بهدف التنسيق بين المركز القانوني للمتعاقدین واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك. وتستهدف هذه الحماية خلق الثقة بين المهنيين وغير المهنيين (المستهلكين) لضمان تعزيز التجارة الإلكترونية^(١).

ولعل من الأمور المميزة لحماية المستهلك هو الاعتراف بالمستهلكين كمجموعه لها مصالح متميزة والاعتراف لها بهيئات تمثلها وتحميها وتتولى الدفاع عن مصالحها بجماعية ، وأصبح لتلك الهيئات التي تمثل المستهلكين الحق في اللجوء إلى القضاء^(٢)

¹) Voir en ce sens : VIVANT (M.), « La protection du consommateur être tentations, tensions et hésitations », in AA.VV, Liber amicorum Calais-Auloy, Dalloz, 2004, p. 1151, n°3.

^(٢) د. أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، المرجع سابق، ص ١٠، فقرة ٣.

واللجوء إلى القضاء لحماية المستهلك في أربعة مجالات أولها صحة المستهلك وسلامته، ثانياً مصالحه الاقتصادية، ثالثاً إرادته في التعاقد، رابعاً فكره وثقافته، وهى ما تسمى مجالات حماية المستهلك

المطلب الثانى

مجالات حماية المستهلك

حماية المستهلك تنحصر في أربعة مجالات أولها حماية الأمن الجسدي للمستهلك ويلى ذلك الحماية الاقتصادية للمستهلك وحماية الإرادة التعاقدية للمستهلك وأخيراً حماية فكر المستهلك وثقافته.

أولاً: حماية سلامة للمستهلك

بالنظر إلى طبيعة المصلحة المحمية ، يمثل هذا المجال قدراً من الأهمية خاصة في ضوء التطور الصناعي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتنوعها والخدمات وتنوعها ومع التطور العلمي اختص النموذج البسيط للسلعة التي كانت تنتج من منتجات

أولية بآلات بسيطة، ومع تطور التكنولوجيا تم استخدام المواد الكيميائية أو الإشعاعية والأنظمة الكهربائية والكهرومغناطيسية والميكانيكية إلى تعرض صحة وجسد المستهلك لقدر كبير من المخاطر، وتتنوع المخاطر والمنتجات الخطرة ولكن تتميز جميعها بما تشكله من خطورة على امن وسلامة مستعملها وعلى أموالهم^(١).

فالمنتج يعتبر خطر على الأمن الجسدي للمستهلك عندما يعرض حياته للخطر، والمنتج الخطر هو الذي ينبعث منه تهديد بالخطر لارتباط ذلك بإحدى خصائصها^(٢). لذلك كان الاهتمام بوضع ضوابط ومعايير يجب أن تخضع لها السلع عند إنتاجها، وكذلك اعتماد التدابير المناسبة وبصفة خاصة التدابير القانونية

(١) د. أحمد عبد العال أبو قرين، عقد البيع في ضوء الفقه والتشريع وأحكام القضاء، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٦ ص ٤٣٣ .

(٢) د. أحمد عبد العال أبو قرين، عقد البيع في ضوء الفقه والتشريع وأحكام القضاء، المرجع سابق، ص ٤٣٥ .

وتدابير الأمن والسلامة لضمان جودة المنتج وخلوه من العيوب الخفية، ويتحقق عنصر السلامة لجميع المستهلكين مع آليات السحب والمنتجات التي تظهر خطورتها بعد طرحها في الأسواق نتيجة لفسادها أو انتهاء صلاحيتها مع إخطار وإعلام جموع المستهلكين بذلك^(١).

ثانياً: الحماية الإقتصادية للمستهلك

والمقصود هنا هو الاستفادة القصوى من الموارد المالية للمستهلك عن طريق حماية من الممارسات التي تضر بمصالحه الاقتصادية، فساد المستهلك مبلغ السلعة أو الخدمة يعنى حقه في الانتفاع بها على نحو يوازى ما سدده مقابل ذلك. ولذلك فإن المصالح الاقتصادية للمستهلك تتأثر بصورة مباشرة لدى تعرض أي من قدرها وجودتها ومطابقة للمواصفات التي تتناسب سعرها

(١) د. حسن عبد الباسط جميعي، مفاهيم حماية المستهلك في مصر والعالم، المرجع السابق، ص ١٩.

وسلاماتها من العيوب للنقص أو اختلافها عن ما يمثّلها في السوق، فهنا تتأثر مصالح المستهلك الاقتصادية ويهدر ماله مقابل سلعة لا توازى هذا المال في المنفعة التي من أجلها أقدم المستهلك عليها. وترتيباً على ذلك فوجود المنافسة النزيهة بين المنتجين تؤثر إيجاباً في إنتاج السلع وتقديم الخدمات بصورة جيدة وبأقل تكلفة^(١) ، فتعرض السلع والمنتجات لأساليب الغش المختلفة على نحو يتحقق معه العبث بمكوناتها الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحقيق المصالح الاقتصادية للمستهلكين.

ثالثاً: حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك

أن حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك يجب أن يتكامل لها عناصر قوتها من الحرية والوعي والسلامة باعتبارها مصدراً للتعبير عن الرغبة في التعاقد، لأنها من أهم عناصر انعقاد العقد خاصة في مرحلة ما قبل إبرام العقد لما تؤثر هذه المرحلة على صحة

(١) د. حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص ٢٠.

العقد من تعيين، فإذا تمت العملية العقدية دون تأثير سلبي أو ايجابي على المستهلك أو المتعاقد في هذه المرحلة فيصبح معها باقي مراحل التعاقد سلبية وخالية من العيوب ، فيجب بداية أن تتحرر هذه الإرادة من أية ضغوط ترفعها إلى التعاقد دون رغبة حقيقية مثلاً الإعلانات التي تحت على التعاقد ولا تعطى للمستهلك فرصة للتفكير وما فيها من مبالغاة وأساليب إغراء^(١).

فالمعلومات هنا مرتبطة بالسلعة وعناصرها والإجراءات الإدارية ذات العلاقة والقواعد القانونية الحاكمة والأساليب الحمائية^(٢) حتى لا يقع المستهلك في غلط أو تدليس أو تكون إرادته للشراء تحت أي ضغط حتى تكون العملية التعاقدية خالية

(١) د. أبو العلا على أبو العلا النمر، حماية المستهلك في العلاقات الخاصة

ذات الطابع الدولي، دار النهضة، القاهرة، سنة ٢٠٠٤، ص ٨.

(٢) جاسم ناصر عبد العزيز ناصر ، الحماية الجنائية للمستهلك دراسة

مقارنة بين مصر والكويت، مرجع سابق، ص ٨٧.

من العيوب المبطللة للتصرفات حتى أن الحماية وصلت أيضاً إلى حماية فكر المستهلك وثقافته.

رابعاً: حماية فكر المستهلك وثقافته

والمقصود هنا إلمام المستهلكين بأكبر قدر من المعلومات حول السلع والخدمات والسوق بما فيه من عرض وطلب، وأسعار، ومن الممكن أن نطلق عليها ثقافة السوق فيما يتعلق بالمسألة الاستهلاكية إجمالاً، وهو أحد الأساليب التي بها يدرك المستهلك الواقع الاجتماعي بما فيه من علاقات ونظم منهم لما يدور من أحداث وما يعقبه من ردود أفعال متباعدة على نحو يتحقق معه الوصول إلى المستوى المتميز من الوعي الاستهلاكي بوصفه أهم الدعامات التي تساهم في تبصير المستهلكين بحقوقهم وواجباتهم^(١).

(١) د. حسن، خضر حماية المستهلك في ظل النظام المالي الجديد، ندوة منعقدة بوزارة التموين المصرية في ٢/١١/٢٠٠٠، ص ٩.

وتأتى حماية فكر المستهلك وثقافته من خلال توعيته بكافة الطرق منها مثلاً الهياكل الأساسية المنوط بها وضع سياسات حماية المستهلكين وتنفيذها من خلال إمدادهم بالمعلومات المطلوبة عن السلع والخدمات على نحو يؤهلهم للاختيار بوعي ومعرفة وثقافة للمنتج أو الخدمة التي يريد التعاقد عليها ، وأيضاً من خلال جمعيات حماية المستهلك والقوانين التي تهدف إلى نشر البيانات والمعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة والنصوص الجزائية التي تعاقب على مخالفة ذلك. وهذا ما تبناه المشرع المصري في قانون حماية المستهلك الجديد ١٨١ لسنة ٢٠١٨ في المادة ٦٢ بند ٢،٦ والتي تنص على " مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ أو التي يكون من أغراضها أو أهدافها حماية المستهلك طبقاً لأحكام قانون الجمعيات، يكون للجمعيات الاختصاصات التالية بالتعاون مع الجهاز : (١) إجراء مسح ومقارنة الأسعار بالمنتجات وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، ورصد التزام الموردين بالسعر المعلن، ومتابعة ما يصدر من الموردين

والمعلنين من إعلانات وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن.

(٢)- الإسهام في نشر ثقافة حقوق المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء هذه الجمعيات لاختصاصاتها.

(٣)- تقديم الاستشارات للمستهلكين بشأن حماية المستهلك، وإنشاء المراكز الخاصة بذلك في مختلف المدن والمحافظات.

كل ذلك يدفع المستهلك إلى المعرفة سواء عن مراجعة أو إجبار الآخر على إمداده بالمعلومات والبيانات والإعلان عن السلعة بما فيها من مميزات ومخاطر. وفي هذا الإطار يجب وضع برامج تثقيفية تتناول موضوعات عديدة مثل الصحة العامة والتحذير من المواد الضارة بالسلع والمنتجات والإحاطة بالمخاطر الكامنة فيها مع التعرض بالتحليل والمواجهة لأساليب الغش

المختلفة^(١). ويساعد المستهلك التشريعات الحمائية والجهات المعاونة في الحماية الاقتصادية وحقوقه ويمكن القول أن حماية المستهلك فيما يتعلق بفكرة وثقافته إتجاه يهدف إلى تخليصه من سلبياته في مواجهة الاعتراف بداية من بث المعارف المختلفة لإثارة النقاط المظلمة ومراراً بعمليات الإقناع والسلوك الواجب الأخذ به وربط ذلك بمعالجة الواقعية وانتهاء بتفهمه لأبعاد حقوقه ما بين الممنوع والمسموح به والمحمي بقوة القانون^(٢).

لكي يتم التمتع بالحماية للمستهلك التي أقرتها قواعد قوانين الاستهلاك بأنواعها يجب أن يكون المتعاقد مستهلك بالمعنى السابق ذكره، فالقواعد وقوانين الاستهلاك لم تقم أي تفرقة بين طوائف المستهلكين لأن الواقع العملي يرفض ذلك وهو الإتجاه الذي ألصق

(١) د. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر والعالم المرجع السابق ص ٢١.

(٢) د. حسن خضر ، حماية المستهلك في ظل النظام المالي الجديد المرجع السابق، ص ٨.

بهذه الحماية صفة العمومية، ومعنى ذلك أن كل من ينطبق عليه وصف المستهلك يتمتع بعمومية الحماية. ورغم أن موضوعات الحماية بأبعادها المختلفة تتماشى مع مفردات العديد من المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية كما تناولها أكثر من قانون، إلا أنه يظل ذلك الطابع من العمومية^(١).

ذكرنا أن هناك عمومية للحماية وهى عدم التفرقة بين طوائف المستهلكين، ولكن لا يكفى ذلك فيجب لكي تقي حماية المستهلك لمتطلباتها أن تحيط بجميع تعاملات المستهلك دون التفرقة بين مرحلة وأخرى أو مجال وآخر أو مكان وآخر. فالحماية تشمل جميع مراحل التعاقد بدء من مرحلة التفاوض فهي مرحلة ما قبل إبرام العقد ثم بلغها مرحلة تكوين العقد، وآخر مرحلة تنفيذ العقد وانتهاء بالمرحلة التي تلى ذلك، مثل طرفي العقد والموضوع محل

(١) جاسم ناصر عبد العزيز، رسالة دكتوراه مقدمه لجامعة حلوان، مرجع سابق، ص ٩٠ .

العقد وملايسات وظروف العملية العقدية والقواعد القانونية الحاكمة في مجال التعاقد على السلع والخدمات ، وتكتمل الشمولية في هذا الإطار بأن تكفل الحماية جميع المستهلكين في جميع أقاليم الدولة دون تمييز وتفرقة بين إقليم وآخر حتى تأخذ الشمولية شكلها القانوني.

المطلب الثالث

ماهية المستهلك في العقد الإلكتروني

يتطلب تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني بيان تعريف المستهلك بشكل عام اذ ان نطاق تعريف المستهلك يتوقف على تحديد مفهوم أو معنى الاستهلاك ذلك أن الاستهلاك لا يقتصر على مجموعة محددة إنما يعد ضرورة يمارسها جميع أفراد المجتمع ومن ثم يندرجون في عداد المستهلكين.

الفرع الأول

المقصود بالمستهلك

التعريف اللغوي الاصطلاحي للمستهلك: يقصد بالمستهلك لغة المنفق فالمتتبع للفظ استهلك يجد أنه مأخوذ من الفعل هلك وهو مفعول من استهلك يقال استهلك يستهلك استهلاكاً فهو مستهلك والمفعول مستهلك ومن ثم فإن لفظ استهلك يأتي بمعنى الانفاق والنفاد فيقال استهلك ماله أي اهلكه وانفقه ويقال استهلكت السيارة البنزين أي استنفذته^١.

ويعرف المستهلك من الناحية الاقتصادية بأنه: الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك ومن الناحية التسويقية بأنه: الشخص

^١ مجد الدين بن يعقوب الفيروزي، القاموس المحيط، الطبعة الأولى، بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٨٧م، ص ١٢٣٧.

الذي يقوم بشراء السلعة أو الخدمة بغرض الاستخدام النهائي لها وليس الاتجار بها^١.

كما يعرف المستهلك بأنه: ذلك الشخص الذي ينفق مبلغًا من المال مقابل الحصول على سلعة أو خدمة معينة^٢.

وعلى صعيد الفقه القانوني تجدر الإشارة إلى أنهم انقسموا بصدد تعريف المستهلك إلى اتجاهين:

أولهما: يضيق من مفهوم المستهلك إذ يذهب أنصاره إلى أن المستهلك هو الشخص الذي يتعاقد من أجل إشباع حاجاته الشخصية والعائلية دون المهنية والاتجاه الثاني: يوسع من مفهوم

^١ نهلة أحمد قنديل، حماية المستهلك رؤية تسويقية، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، ص ١١ د. علي السلمي، الإعلان، مكتبة غريب بالفجالة، القاهرة، ص ٥٢.

^٢ رجائي الدقي، مختار سعد، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الاعتماد، الإسكندرية، ٢٠٠٠م، ص ٢٠٩.

المستهلك بحيث يشمل كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أو استعمال أو استخدام سلعة أو خدمة خارج نطاق نشاطه المهني^١.

تعريف المستهلك في القانون المصري بأنه: في المادة (١)

تقول كل شخص طبيعي أو معنوي سواء أكان تاجرًا أم غير تاجر يتعاقد مع أحد المهنيين سواء لإشباع حاجاته الشخصية أم العائلية أم للحصول على سلع أم خدمات لقاء مقابل مادي طالما أن محل العقد المبرم بينهما لا يدخل في محل نشاط المتعاقد مع المهني ولم يكن لدي المتعاقد الخبرة أو العلم الكافي بأسرار النشاط الذي يقوم به المتعاقد الآخر (المهني)^٢ ، وهناك من الفقه من يعطي

^١ السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٣م، ص ٢١.

^٢ حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار الفكر الجامعي، ١٩٩٧م، ص ٣٤.

المستهلك مدلولاً أكثر اتساعاً من هذا إذ يعرفون المستهلك بأنه: كل من يقوم باستهلاك السلع والخدمات^١.

مفهوم المستهلك في القانون العراقي من جانب آخر: قد وردت تعاريف عديدة ومن زوايا مختلفة لمفهوم المستهلك وحسب المجال أو الاختصاص الذي يتناولها فالمستهلك بالمفهوم العام هو كل من يستعمل بشكل مباشر أو غير مباشر السلع والخدمات أو الذي يقتنيها لنفسه أو لغيره^٢.

وفي تعريف آخر للمستهلك: هو ذلك الشخص الذي يبرم عقوداً مختلفة من شراء وإيجار وغيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات واذنية وادوية لإشباع حاجاته

^١ أحمد عبدالعال أبو قري، نحو قانون لحماية المستهلك، مركز البحوث، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، ١٩٩٣م، ص ١٦.

^٢ سالم محمد عبود، مني تركي الموسوي، مدخل إلى حماية المستهلك، جامعة بغداد، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، دار الدكتور للعلوم، بغداد، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م، ص ١٦.

الضرورية والكمالية الانية والمستقبلية دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع (التاجر) ودون أن تتوفر لديه القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها^(١).

بينما ذهب المشرع الفرنسي، من خلال القانون المرقم ٣٤٤ لسنة ٢٠١٤ المؤرخ في ١٧ مارس ٢٠١٤ المتعلق بالاستهلاك، والمعروف بقانون هامون Hamon ، إلى وضع تعريفا عاما للمستهلك. وقد تم توسيع هذا التعريف بموجب الأمر التشريعي المرقم ٣٠١-٢٠١٦ المؤرخ في ١٤ مارس ٢٠١٦ المتعلق بالجزء التشريعي لقانون الاستهلاك المعمول به اعتبارا من الأول من يوليو ٢٠١٦. فعرف المستهلك بأنه: " أي شخص طبيعي يتصرف

^١ميرفت عبدالمنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، الطبعة الثانية، ٢٠٠١م، ص٧.

لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه التجاري أو حرفته أو مهنته.^(١)

في الواقع، هذا التعريف لم يأتي بجديد بشأن تعريف المستهلك؛ بل إنه تكرر واضح وبسيط لتعريف المستهلك كما ورد

¹)Pour la première fois, le législateur, via la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, dite Loi Hamon, a fourni une définition générale du consommateur. Cette définition a été élargie par l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, applicable à compter du 1er juillet 2016. Désormais est considérée comme un consommateur « toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole » (C. consom., art. Luminaire .)

في المادة ٢-١ من التوجيه الأوروبي رقم ٨٣/٢٠١١ المؤرخ في ٢٥ أكتوبر ٢٠١١ المتعلق بحقوق المستهلك.^(١)

تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون المصري: أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات

1) Art. 2-1 de la directive n° 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil. «consommateur», toute personne physique qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale;

بالوسائل الإلكترونية^١. إذن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية وهذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقررها المشرع للمستهلك العادي مع الأخذ بين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة إلكترونية^١.

الاتجاه الواسع في تحديد مفهوم المستهلك: يتجه فريق من

الفقهاء إلى التوسع في تحديد مفهوم المستهلك بأن يشمل كل

^١ على أحمد صالح المهداوي، اثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم ١ لسنة ٢٠٠٦ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والقانون الاتحادي رقم ٢٤ بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة والقانون عدد ٤٢، ١٢٩.

شخص يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام سلعة أو خدمة لأغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية خارج نطاق تخصصه لكن لخدمة مشروعه الحرفي أو الإنتاجي ويهدف هذا الاتجاه إلى تمديد نطاق الحماية القانونية الخاصة للمستهلك إلى المهني الذي يبرم تصرفات قانونية خارج نطاق تخصصه ولكن تخدم مهنته كالطبيب الذي يشتري المعدات الطبية اللازمة لعيادته. وفقاً لهذا الاتجاه يعد مستهلكاً كل شخص يتعاقد لغرض الاستهلاك فيعد مستهلكاً من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي ومن يشتريها لاستعماله المهني ما دامت السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق الاستعمال وذلك على أساس أن المحترف غير المتخصص يظهر ضعيفاً مثل المستهلك على أساس أن المحترف غير المتخصص

=

¹ خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، ٢٠٠٨م، ص ٢١.

يظهر ضعيفاً مثل المستهلك العادي ولا بد بعد ذلك من حمايته بموجب قواعد حماية المستهلكين^١.

الاتجاه الضيق في تحديد مفهوم المستهلك: يتبنى هذا الاتجاه مفهوماً ضيقاً للمستهلك من خلال تحديد بكل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجات شخصية أو عائلية لذا يخرج من وصف المستهلك كل من يقوم بأبرام تصرفات قانونية موجهة لأغراض المهنة أو الحرفة ويكون مستهلكاً ويكون مستهلكاً وفق هذا هذا الاتجاه (الشخص الطبيعي او الاعتيادي الذي يستهلك المال أو الخدمة لغرض غير مهني) ويعد مماثلاً لهذا التعريف ما أورده الأستاذ (CORNU) بشأن تعريف المستهلك بأنه (كل مشتري غير مهني لأموال للاستهلاك تخصص لاستعماله)

^١ امانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد في القانون العراقي، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠١٠م، ص ٣١-٣٢.

الشخصي) (١) أما الاستاذ (GHESTIN) فقد عرفه بأنه: (الشخص الذي من أجل حاجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفاً في عقد توريد الأموال أو الخدمات) (٢) بناء على ما ذكر لا يعد مستهلكاً وفقاً لهذا الاتجاه الشخص الذي يحصل على مال أو خدمة لغرض مزدوج أي مهني وآخر غير مهني كان يشتري وكيل عقاري سيارة يستعملها ليس فقط من أجل جولاته المهنية ولكن من

1) CORNU a défini le consommateur comme étant « l'acquéreur non professionnel de bien de consommation destinés à son usage personnel ».

Voir en ce sens : CORNU (Gérard), *Travaux H. capitant*, 1973, p.135, cite par J.C AULOY

2)GHESTIN a défini le consommateur comme étant « la personne qui pour les besoins personnels, non professionnels, devient partie à un contrat de fourniture des biens ou des services». Voir en ce sens : GHESTIN (Jacques), *Le contrat*, L.G.D.J., 1980 n°59, cite par J.C AULOY

أجل نقل أسرته أيضا وإن المفهوم القانوني للاستهلاك استنادًا إلى قوانين حماية المستهلك يقتصر على الاستعمال الشخصي أو العائلي ولا يمتد إلى التصرفات التي تهدف إلى خدمة أغراضه المهنية^١.

الفرع الثاني

المورد (المجهز) في العقد الإلكتروني

يقصد بالمورد الطرف الثاني في العملية التعاقدية في عقود التجارة الإلكترونية ويتمثل المورد في الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه لقب تاجر والشخص المعنوي الشركات وهذا ما يقتضي تحديد المعنى القانوني للمورد وبيان أوجه تمييزه عن المستهلك ، وكما يأتي:

^١ امانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد في القانون العراقي، المرجع السابق، ص ٣٥-٣٦.

أولاً: المعنى القانوني للمورد:

يعرف المورد بأنه: الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يعمل من أجل حاجات مهنته ويسعى إلى الربح وعلى سبيل الاحتراف فاحتراف التجارة هو الذي يكسب الشخص حقه المورد ويرتبط تعريف المورد بالعمل الذي يباشره حيث تشترط القوانين^١. في الشخص سواء أكان طبيعياً أم معنوياً ان تكون الاعمال التجارية التي يمارسها ويحترفها لا كتساب صفه المورد هي الاعمال التجارية بحكم ماهيتها الذاتية^١.

و عرفه قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة

٢٠٠٦ في المادة الأولى منه المورد بأنه كل شخص يقوم بتقديم

^١ جمال زكي الجردلي، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨م، ص ٦٦. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص ٢٠٠.

خدمة أو بإنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في إحدى المنتجات أو التعامل عليها وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق. وقد ذهب جانب من الفقه إلى تعريف المورد بأنه: الشخص الذي يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة دون النظر كما إذا كانت هذه الحرفة تجارية أو مزوده أو صناعية أو فنية أو زراعية. كما عرفه آخر بأنه: هو الشخص الذي تتوافر لديه المعلومات والبيانات والمعرفة التي تسمح له بالتعاقد على بينه ودراية مما يمنع دون حاجته إلى حماية خاصة مثل المستهلك^٢.

=

^١ مساعد زيد عبدالله المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧م، ص ٥٠.

^٢ أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون التعاقدى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤م، ص ٣٢.

ولعله يكون أقرب للصواب تعريف المورد بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي الذي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف فهو شخص يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو زراعياً ويمتلك موقعاً إلكترونياً أو محلاً تجارياً بقصد ممارسته نشاطه أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها أو يقوم بتأجير السلع وتقديم الخدمات.

ثانياً: تميز المورد عم المستهلك:

أن أول معايير تمييز المورد عن المستهلك معيار الاحتراف والمقصود بالاحتراف الأعمال التجارية التي تتم القيام بها على سبيل التكرار وبصفة دائمة ومنتظمة ومستمرة واتخاذها مهنة للحصول على مصدر رزق هذا ويرى البعض أن عقود الاستهلاك لا يشترط في طرفها الثاني الا وهو المورد أن يكتسب صفة التاجر

ولكن يكفي بشأن العلاقة مع المستهلك اعتياد الشخص القيام بعمل يتعلق بمهنته^١.

ويبدو أن هذا الرأي غير صحيح حيث أن الاعتياد أن كان يقتضي تكرار العمل من وقت لآخر إلا أنه يعد مرتبه ادنى من الاحتراف فلا يكفي لاكتساب الشخص صفة التاجر القيام بالأعمال التجارية بل يجب أن تمارس هذه الاعمال بصورة منتظمة بوصفها مصدرًا للرزق. ومن معايير تمييز المورد عن المستهلك معيار الربح فقد ذهب البعض^١. إلى أن معيار الحصول على الربح من ممارسة عمل معين يعتبر هامًا بشأن تحديد مفهوم المورد بينما ذهب البعض الآخر إلى أن هذا المعيار لا يكفي للوقوف على المفهوم القانوني واستشهد في ذلك بما انتهت إليه لجنة تنقيح قانون الاستهلاك الفرنسي التي غضت الطرف عن مسألة الربح عند

^١ أحمد محمد الرفاعي، المرجع نفسه، ص ٣٤.

الوقوف على مفهوم المورد حيث أنه توجد العديد من الجمعيات والنقابات التي تباشر اعمالاً دون أن تهدف من ورائها إلى الحصول على الربح. كما استند البعض في تأييد استبعاد مسألة الربح عند الوقوف على صفة المورد إلى مصلحة المستهلك حيث أن الاستناد على مسألة الربح يؤدي إلى فتح باب على مصراعيه أمام عمليات التحايل لتخلص المتعاقد مع المستهلك من الالتزامات التي تقع على عاتقه والتي تكون ذات أهمية كبيرة خاصة الالتزام بالتبصير وذلك بأثبات انه لم يحقق ربحاً من جراء النشاط الذي يمارسه^٢.
ولربما كان الرأي الأول الذي يقضي باعتبار عامل الربح مهماً في حصول الشخص سواء أكان طبيعياً أم معنوياً على صفة المورد هو الصائب حيث أن تحقيق عنصر جوهرى ورئيسي في جميع

=

^١ مساعد زيد عبدالله المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، المرجع السابق، ص ٥٣.

^٢ مساعد زيد عبدالله المطيري، المرجع نفسه، ص ٥٣.

الأعمال التي تمارس عبر شبكة المعلومات الدولية أو أي وسيلة إلكترونية أخرى أما بالنسبة للجمعيات والنقابات فإنني أرى أن هذه هيئات معنوية هدفها العمل الخيري وبالتالي فإنه يستبعد إطلاق لفظ مورد على هذه الهيئات لأنها لا تهدف إلى الربح ونحن نميل إلى إدراج الجمعيات والنقابات غير الربحية تحت مفهوم المستهلك كذلك القول ان من معايير تمييز المورد عن المستهلك أيضًا معيار التداول ومعيار المشروع^١. وهناك إمكانية للتحايل بأن الشخص المتعاقد عبر شبكة الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى بأنه لم يحقق الربح فهذه العقبة يمكن التغلب عليها بالعديد من الوسائل كالتأكد مثلاً من خلال جهة ثالثة كجهات التوثيق أو التأكد من أسعار السلعة أو الخدمة في مواقع تجارية أخرى وبالتالي يستنتج

^١ هاني دويدار، الأعمال التجارية بالقياس، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤م، ص ٩٨.

أن عامل الربح هو عامل أساسي في تحديد صفة المجهز وتميزه عن المستهلك.

المبحث الثاني

مفهوم عقد البيع الإلكتروني

إن التجارة الإلكترونية مثلها مثل التجارة التقليدية تقوم على تبادل القيم والخدمات في مقابل نقدي أو عيني، غير أن ما يميز التجارة الإلكترونية أنها تتم باستخدام تقنيات نقل بيانات التعاقد في إطار فضاء إلكتروني خلال شبكة من شبكات المعلومات والاتصالات مثل الإنترنت، فالتجارة الإلكترونية تفترض في الأساس وجود سوق إلكترونية في إطار شبكة معلومات واتصالات تربط مجموعة واسعة من المندوبين والموردين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مستلزمات الإنتاج في صناعة أو نشاط معين.

وسوف نقسم هذا المبحث إلى مطلبين وذلك على النحو

الآتي:

المطلب الأول: ماهية عقد البيع الإلكتروني.

المطلب الثاني: تمييز عقد البيع الإلكتروني عما يشابهه

من عقود.

المطلب الأول

ماهية عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني

تقوم فكرة العقد بصفة عامة على أنه توافق إرادتين على أحداث أثر قانوني، سواء كان هذا الأثر هو إنشاء التزام أم نقله أم تعديله أم إنهائه، ولم يضع المشرع العراقي ولا المصري تعريفًا دقيقًا لعقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني، وهذا ما سنوضحه من خلال فرعين، على النحو الآتي:

الفرع الأول

تعريف عقد البيع الإلكتروني

شهدت السنوات الأخيرة ثورة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أثرت تأثيرًا جذريًا على الطريق التي تتم بها المعاملات

أو الصفقات التجارية^١، فأصبح يتم إبرام عقود البيع عبر الوسيط الإلكتروني أو أي وسيلة أخرى عبر الإنترنت، فأطلق عليه عقد البيع الإلكتروني، وذلك نسبة إلى البيئة التي أنشئ بها وطريقة إبرامه، في حين يذهب رأي^٢ إلى أن مصطلح عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني لم يكن معروفًا على مستوى العالم كله إلا من زمن قريب، حيث كان الشكل التقليدي لعقود البيع هو الشكل الوحيد المعروف، وإذا كان هذا الشكل التقليدي ما زال قائمًا فإنه أضحى يضمحل يومًا بعد يوم وبصفة خاصة في دول العالم المتقدم أمام طوفان التقدم الهائل لوسائل الاتصال الإلكترونية.

ومن ثم فإن عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني هو أحد أنواع العقود الإلكترونية التي تبرم عن بعد بين غائبين باستخدام أي

^١ عمر محمد المارية، عقد البيع الإلكتروني، أحكامه وآثاره، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون المدني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٧، ص ٤٨-٤٩.

^٢ عمر محمد المارية، المرجع السابق، ص ٥٠.

وسائط إلكترونية من أجهزة وبرامج معلوماتية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة التي تعمل آليًا وتلقائيًا بمجرد إصدار أوامر التشغيل إليها^١.

إذا تعريف عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني هو اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بوسيلة مسموعة مرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل^٢. ويعرف أيضًا بأنه عقد يلتزم فيه البائع أن ينقل للمشتري عن بعد ملكية شيء أو حقًا ماليًا آخر في مقابل ثمن نقدي عن طريق الإنترنت^١. وعرفته المادة الثانية من التوجيه الأوروبي الصادر في ٢٠ مايو ١٩٩٧، والمتعلقة بحماية المستهلك في العقود التي

^١ إبراهيم الدسوقي أبو الليل، إبرام العقد الإلكتروني في ضوء أحكام القانون الإماراتي والقانون المقارن، بحث منشور على موقع الدليل الإلكتروني للقانون العربي، ص ١.

^٢ ناصر محمد عباس، الوسائل الإلكترونية ودورها في عقد البيع، بدون دار نشر، وبدون سنة نشر، ص ١١٩.

تبرم عن بعد، المقصود بالتعاقد عن بعد أنه "أي عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية، حتى إتمام التعاقد"^٢.

=

^١ ممدوح محمد خيرى هاشم، المرجع السابق، ص ١٣.

² **Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance** définit dans l'article 2 «contrat à distance»: tout contrat concernant des biens ou services conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le fournisseur, qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même;

ويؤخذ على التعريفات السابقة أنها اختزلت الوسيلة الإلكترونية المميزة لعقد البيع الإلكتروني في وسيلة واحدة هي الإنترنت دون غيرها، وقد يرجع ذلك إلى شيوع هذه الوسيلة في الاستخدام واحتلالها الصدارة على باقي وسائل الاتصال الحديثة حتى دفع البعض إلى استخدام مصطلح البيع الإلكتروني كمرادف للبيع عبر الإنترنت، ولكن هذا لا ينفي الصفة الإلكترونية لعقد البيع المبرم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة الأخرى، والأدق في التعبير عند ذكر مصطلح البيع الإلكتروني استخدام عبارة عن طريق وسائل الاتصال الحديثة بدلاً من عبارة عن طريق الإنترنت^١؛ لأن الوسيط الإلكتروني قد يكون خارج بيئة الإنترنت.

وكذلك هناك أمران لابد من الوقوف على ذكرهما:

^١ عمر محمد المارية، المرجع السابق، ص ٦٥.

الأمر الأول: عمومية التعريفات على العقود بصفة عامة، ولم يوضح عقد البيع بصفة خاصة، فإن الإيجاب والقبول ينصرف إلى جميع العقود وليس عقد البيع فقط.

الأمر الثاني: اختزال التعريف مصطلح (الإنترنت دون غيرها)، في حين أن الوسيط الإلكتروني قد يكون خارج بيئة الإنترنت، كما هو الحال في السداد الإلكتروني عن طريق بطاقات الائتمان المصرفية (النقود البلاستيكية)، وبالتالي لا يمكن إغفال الأمرين الأساسيين في عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني.

وعلى مستوى القانون المدني الفرنسي تناول المشرع الفرنسي العقد المبرم بشكل الكتروني حيث خصص له المواد من (١١٢٥ إلى ١١٢٧) فنصت المادة ١١٢٥ من القانون المدني على "يجوز استخدام الطرق الالكترونية في إبرام العقود"¹.

1 Voir en ce sens: Art 1125 du code civil (Modifié par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016) qui prévoit

=

كما أن المشرع الفرنسي - تماشيًا مع مقتضيات العصر - قد أصدر القانون رقم ٥٧٥ لسنة ٢٠٠٤ في ٢١ يونية ٢٠٠٤ والمعروف باسم قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي، حيث عدل هذا القانون أحكام قانون حرية الاتصالات رقم ١٠٦٧ لسنة ٨٦ والصادر في ٣٠ سبتمبر لعام ١٩٨٦، وقد واكب صدور هذا القانون عدة تعديلات أهمها التعديل بموجب القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٨ الخاص بالدعاية عبر الوسائل الإلكترونية وتعديلات بموجب القانون رقم ٥٢٥ لسنة ٢٠١١ الخاص بأمان استخدام وسائل الاتصال عبر الإنترنت في إبرام العقد، كما أن المشرع الفرنسي قنن هذا التصرف في القانون المدني في المواد من ١/١٣٦٩ إلى ١١/١٣٦٩، حيث اعترف في هذه المواد بالزامية

=

que : “La voie électronique peut être utilisée pour mettre à disposition des stipulations contractuelles ou des informations sur des biens ou services.”

ومشروعية العقد الإلكتروني (١) وأركانه^١. وعلى ضوء ذلك يعرف عقد البيع الإلكتروني بأنه عقد معاوضة مالية يلتزم به البائع أن

¹) Sur la définition du contrat électronique, voir: Monsieur Olivier Cachard précise, de son côté, en se référant aux éléments de la définition légale du contrat électronique, qu'il s'agit d'un « un contrat entre non-présents, [...] " à distance et par voie électronique ". Ce peut être un contrat conclu par voie électronique, et/ou exécuté par voie électronique»- CACHARD (O.), « LCEN. Définition du commerce électronique et loi applicable », Comm. Com. Elec. n° 9, Sep. 2004, étude 31 ; Selon Monsieur Grégoire Loiseau « contrats conclus par voie électronique dans les nouvelles dispositions du Code civil, contrats sous forme électronique dans les dispositions actuelles, contrats à distance dans le Code de la consommation, les appellations varient pour désigner l'opération contractuelle réalisée sans la présence physique simultanée des parties par le recours à une ou plusieurs techniques de communication électronique » LOISEAU (G.), « Le contrat

ينقل للمشتري ملكية عين أو منفعة على التأبيد في مقابل ثمن نقدي يتم إبرامه فيما بين غائبين مكانياً، باستخدام إحدى وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة^٢، ومن بينها الوسيط الإلكتروني. وأشارت كل التعريفات إلى أن عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني يبرم من خلال شبكة دورية مفتوحة للاتصال من بعد، وهذه الشبكة هي شبكة الإنترنت.

=

électronique, l'indigent de la réforme du droit des contrats
», Comm. Com. Elec. n° 9, Sep. 2016, étude 15.

¹ Voir en ce sens les articles Art. 1369-1 à 1369-11 du
code civil français.

^٢ عمر محمد المارية، المرجع السابق، ص ٦٧.

الفرع الثاني

خصوصية عقد البيع الإلكتروني

أي عقد، سواء تم إبرامه عبر الإنترنت أو بموجب النموذج التقليدي، يفترض مسبقاً وجود اتفاق إرادة بين الطرفين. يتم اتفاق الإرادة عموماً وفقاً للنمط التقليدي التالي: يقدم أحد الطرفين عرضاً للآخر، والذي، بعد قبوله، يوقع على الالتزام بشكل نهائي^(١). وفي حالة العقد الإلكتروني، يختلف هذا النمط التقليدي إلى حد ما، لأن هذه النوعية من التعاقدات تتم بسرعة كبيرة، وفي غالبية الأحيان لا يستغرق إبرام العقد سوى بضعة دقائق، وقد ذهب بعض الفقه إلى تكييف هذه العقود بأنها تعاقد بين حاضرين من حيث الزمان وغائبين من حيث المكان. كما حددت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي رقم ١٩٩٧/٧ بتاريخ ٢٠ مايو ١٩٩٧ والمتعلق بحماية

¹) BAUDOUIN(J.-L.), JOBIN (R-G.), *Les obligations*, 5e éd., Cowansville, Yvon Biais, 1998, pp. 183 et 184.

المستهلك في العقود المبرمة عن بعد-وسائل الاتصال عن بعد بأنها كل وسيلة تستخدم للاتصال عن بعد بدون حضور مادي متزامن بمقدم الخدمة والمستهلك، وتؤدي إلى إبرام العقد بين هذه الأطراف، وخصوصية عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني تتمثل في الطريقة التي تتم من خلال الوسيط الإلكتروني، إلا أنه من حيث الموضوع والأطراف لا يختلف عن عقد البيع التقليدي¹.

¹) Art. 2 de la **Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance définit** «technique de communication à distance» comme tout moyen qui, sans présence physique et simultanée du fournisseur et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties. Une liste indicative des techniques visées par la présente directive figure à l'annexe I;

انظر أيضاً: محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ١٦.

وقت ألزمت التوجيهات الأوربية الدول بضرورة تزويد المستهلك بدعامات ثابتة لتأكيد المعلومات التي سبق له الحصول عليها من المنتج أو المورد. وقد عرف التوجيه الأوربي الصادر في ١٩٩٩/٧/٢٣ الدعامة الثابتة بأنها: كل أداة تسمح للمستهلك بالاحتفاظ بالمعلومات المنقولة إليه شخصيًا، وبصفة خاصة التي تضم-على سبيل المثال-أسطوانات تخزين المعلومات والأسطوانات المدمجة، فضلاً عن الأسطوانات الصلبة لجهاز الحاسب الآلي والرسائل الإلكترونية. وكذلك تعرف الدعامة الثابتة بأنها كل وسيلة إلكترونية تتيح للمستهلك العلم بالبيانات التي أدلى بها المهني إلكترونياً تنفيذاً لالتزامه بالإعلام أو استرجاعها وقتما يشاء بمناسبة إبرام العقد^١.

^١ مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام بعقود الاستهلاك-دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٠، ص ١٣٣.

وعليه؛ فإن الدعامة هي أداة يقدمها المنتج أو المورد للمستهلك من خلال الوسيط الإلكتروني يوجد بها كافة البيانات والمعلومات الخاصة بالسلعة محل التعاقد. ويشير البعض إلى أن الدعامة الثابتة تمنحه الحق في الرجوع مستقبلاً، وهي تأكيد لمبدأ ثبوت الكتابة، بحيث يستطيع المستهلك الاستناد إليها عند حدوث نزاع مع المنتج أو المورد^١؛ لأن التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني يتم بين عاقلين لا يجمعهم مجلس عقد حقيقي، ولذلك فهو ينتمي إلى طائفة العقود عن بعد. حيث يتم تبادل الإيجاب^(٢) والقبول

^١ نبيل محمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية-دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ع ٢٤، س ٣٢، ٢٠٠٨، ص ٢١٥.

^٢ وعرف التوجيه الأوروبي رقم ٦٦ لسنة ١٩٩٧ بشأن حماية المستهلك الإيجاب الإلكتروني بأنه : " كل اتصال عن بعد يتضمن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان".

=

الإلكتروني عبر الإنترنت، فيجمعهم بذلك مجلس عقد حكومي افتراضي، ولذلك فهو عقد فوري ومتعاصر^١. وقد يكون العقد عبر الوسيط الإلكتروني غير متعاصر؛ أي إن الإيجاب غير معاصر للقبول، وهذا التعاصر هو نتيجة صفة التفاعلية فيما بين أطراف التعاقد^٢. وأحياناً يتصف عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني بالطابع التجاري، وأحياناً أخرى بالطابع المدني. فالتفرقة هنا تكمن في أطراف العقد، فيكون تجارياً عندما يكون الأطراف تجاراً؛ لأن تلك الأطراف غالباً ما تبرم العقد لأغراض تجارية^٣، ويكون مدنياً عندما

=

CE. , Directive 97/17/CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, [1997] J.O. L 144/19 (ci-après citée « Directive 97/7/CE sur les contrats à distance »).

^١ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، المرجع السابق، ص ٢٠.

^٢ السيد محمد السيد الشعراوي، المرجع السابق، ص ٢٩.

^٣ المرجع نفسه، ص ٣٠.

يكون طرفاه تاجرًا ومستهلكًا. إلا أنها بالنسبة للتاجر تكون تجارية في نظره^١.

أما من حيث الوفاء، فقد حلت وسائل الدفع الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني محل النقود العادية؛ ذلك أنه مع تطور التكنولوجيا وازدياد التعامل بأسلوب التجارة الإلكترونية ظهرت تلك الوسائل كأسلوب مبتكر لسداد المدفوعات في مثل هذه المعاملات. أيضًا يتميز عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني عن عقد البيع العادي بأنه يبرم وينفذ إلكترونيًا دون الحاجة إلى الوجود المادي الخارجي؛ إذ من الممكن أن يتم تنفيذه إلكترونيًا مثل الكتب والتسجيلات الإلكترونية^٢.

^١ سامح عبدالواحد تهامي، التعاقد عبر الإنترنت-دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، ٢٠٠٨، ص ٣١.

^٢ REAMS (Benard D), *The Law of electronic commerce*. Lexis Publishing. Secondition. 2002. P. 105.

=

المطلب الثاني

تميز عقد البيع الإلكتروني عما يشابهه من عقود

لقد بينا فيما سبق وجه الخصوصية التي يتميز بها عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني المتمثلة في مفهومه وكيفية انعقاده وإثباته والوفاء به، لذا من الضروري تفرقة عن العقود المبرمة عن بعد، وذلك من خلال تمييزه عن تلك العقود.

أولاً- عقد البيع عن طريق الوسيط الإلكتروني والتعاقد عن

طريق التلفون:

إذا كان التعاقد عن طريق الوسيط الإلكتروني يتشابه مع التعاقد في التلفون في أن كلا منهما تعاقد فوري ومباشر حيث قد يتلاشي عنصر الزمن، إلا أن ما يميز التعاقد بالتلفون هو أنه تعاقد

=

مشار إليه لدي: السيد محمد السيد الشعراوي، الحماية المدنية للمستهلك في عقود البيع الإلكتروني، المرجع السابق، ص ٣١.

شفوي قد يتطلب صدور تأكيد كتابي من الموجب-البائع-يرسله إلى الطرف الآخر المتعاقد-المستهلك-في موطنه؛ نظرًا لصعوبة إثبات التعاقد بالتلفون، ولا ينعقد العقد إلا بتوقيع المستهلك وفقًا للقانون الفرنسي الصادر في ٢٣ يونيو ١٩٨٩، أما في التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني المبرم عن طريق الإنترنت فلا يحتاج الموجب في إبرام العقد إلى إصدار كتابي، بل يعد العقد قد تم بمجرد تعبير الطرف الآخر عن إرادته وقبول التعاقد بواسطة الضغط على عبارة (موافق) عن طريق لوحة المفاتيح المتصلة بالكمبيوتر^١.

يضاف إلى ذلك أنه في التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني يمكن رؤية الرسالة الإلكترونية المرسلة إلى جهاز الحاسب الآلي، وكذلك يمكن طباعتها والحصول على نسخة منها، كما يمكن تخزين الرسائل والاحتفاظ بها في الجهاز، بينما في التعاقد عن

^١ السيد محمد السيد الشعراوي، الحماية المدنية للمستهلك في عقود البيع الإلكترونية، المرجع السابق، ص ٣٢؛ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد

=

طريق التليفون تكون الرسالة شفوية، وهذا هو الوضع ذاته في حالة إذا كانت وسيلة التعاقد تلفونياً مرئياً يتيح فرصة توافر صوت وصورة المتكلم؛ لأن هذا التعاقد شفوي^١. ولكن في حالة إذا كان الاتصال من خلال التليفون اتصالاً مرئياً قد يكون التلفون مزوداً بكاميرا كما في حالة التعاقد من خلال جهاز كمبيوتر مزود بكاميرا إلكترونية، في هذه الحالة لا يختلف الوضع، حيث سيكون التعاقد عن طريق التليفون المرئي تعاقدًا شفويًا أيضًا^٢، بينما عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني يتم كتابة الاتفاق فيه على مستند إلكتروني.

=

الإلكتروني، المرجع السابق، ص ٩٢-٩٣.

^١ السيد محمد السيد الشعراوي، الحماية المدنية للمستهلك في عقود البيع

الإلكترونية، المرجع السابق، ص ٣٢.

^٢ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص ٩٣.

ثانيًا- عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني والتعاقد عن طريق التلفزيون:

يعرف التعاقد عن طريق التلفزيون بأنه عبارة عن طلب سلعة أو منتج بواسطة التلفون أو المينتل، تاليًا على عرض المنقول بواسطة وسائل الاتصال السمعية المرئية (التلفزيون)^١.

وإذا كان التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني والتعاقد عن طريق التلفزيون يتشابهان في السعي لإبرام العقد لكونه موجّهًا للناس كافة بوسيلة مسموعة مرئية، إلا أنه في الثاني لا تستمر مدة الإعلام إلا مدة قليلة، وللحصول على مزيد من التفاصيل يكون من خلال الاتصال مع الشركة عن طريق التلفون أو المينتل^٢. أما الإعلام في التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني فيظل قائمًا ومستمرًا لفترة

^١ محمود عبدالمعطي خيال، التعاقد عن طريق التلفاز، مطبعة النسر الذهبي، ٢٠٠٠، ص ٦.

^٢ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص ٤٩٤؛ السيد محمد السيد الشعراوي، المرجع السابق، ص ٣٣.

يحددها البائع عبر الوسيط الإلكتروني، ويكون الاستعلام عن التفاصيل من خلال التصفح في الإنترنت أو التواصل مع صاحب أو مالك الوسيط الإلكتروني من خلال الوسيط ذاته وعن طريق الإنترنت وبأي وقت؛ لأن الوسيط الإلكتروني هو من يتولي الرد والتواصل مع العملاء كونه معدا لذلك.

إلا أنه يوجد فارق جوهري، وهو أن البث يتم من جانب واحد في حالة التعاقد عن طريق التليفزيون، فلا توجد إمكانية للتجاوب أو لأية مبادرة من جانب العميل، وذلك على عكس العقد عبر الوسيط الإلكتروني الذي يتصف بالصفة التفاعلية من جانب العميل^١؛ أي يكون هناك نوع من التبادل بين الطرفين، ولكن في أغلب الأحيان التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني لا يقبل التفاوض؛ حيث إن العقد فيه نموذجي، وليس أمام المتعاقد الآخر سوى القبول أو العزوف عن التعاقد.

^١ أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص ٥٠.

ثالثاً - التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني والتعاقد عن طريق الفاكس والتلكس:

يختلف المستند الإلكتروني عن المستند المرسل بطريقة إلكترونية، فالأخير له أصل ورقي، ويقتصر استخدام الوسائل الإلكترونية على مجرد عملية إرسال، مثال ذلك المستندات المرسلة عن طريق الفاكس، ولذلك يختلف التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني، عن التعاقد عبر الفاكس والتلكس من حيث إن الأخير يتميز بالتواجد المادي للوثيقة الورقية، ولذلك فإن الرسائل المتبادلة عن طريق الفاكس لا تحتاج إلى معالجة بياناتها بلغة الكمبيوتر، وكل ما يحتاجه الطرف المستقبل للرسالة هو طبعها على الورق، في حين التعاقد عبر الوسيط الإلكتروني يتميز بالطبيعة غير المادية،

حيث إن مكونات الاتفاق لا تكون ثابتة على دعامة ورقية ممهورة بتوقيع الأطراف، بل تكون مثبتة على دعامة إلكترونية^١.

خلاصة القول: يعد عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني من طائفة العقود المبرمة عن بعد، وإن كان يختلف عنهما في وسيلة إبرامه وتنفيذه، إذ إنه من الممكن أن ينفذ أيضًا إلكترونيًا، ولكن هناك إشكاليات تثور حول عقد البيع عبر الوسيط الإلكتروني، مثل كيفية التحقق من شخصية المتعاقدين، وكيف يتم التأكد من صحة البيانات والمعلومات الخاصة في المحل المتعاقد عليه .

^١ فاروق الأباصيري، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية-دراسة تطبيقية لعقود الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٤٤.

قائمة المراجع:

- د. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، إبرام العقد الإلكتروني في ضوء أحكام القانون الإماراتي والقانون المقارن، بحث منشور على موقع الدليل الإلكتروني للقانون العربي.
- د. أبو العلا على أبو العلا النمر، حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، دار النهضة، القاهرة، سنه ٢٠٠٤.
- د. أحمد عبد العال أبو قرين، عقد البيع في ضوء الفقه والتشريع وأحكام القضاء، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٦.
- د. أحمد عبدالعال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، مركز البحوث، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، ١٩٩٣.

- د. أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون التعاقدى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤م.
- د. أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨.
- د. السيد محمد السيد الشعراوي، الحماية المدنية للمستهلك في عقود البيع الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠١٠.
- د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٣م.
- د. امانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد في القانون العراقي، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠١٠م.

- د. جاسم ناصر عبد العزيز ناصر الحماية الجنائية للمستهلك دراسة مقارنة مصر والكويت، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة حلوان، ٢٠٠٥م.
- د. جمال زكي الجردلي، البيع الإلكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨م.
- د. حسن خضر، حماية المستهلك في ظل النظام المالي الجديد، ندوة منعقدة بوزارة التموين المصرية في ٢/١١/٢٠٠٠.
- د. حسن عبد الباسط جميعي، مفاهيم حماية المستهلك في مصر والعالم، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦.
- د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار الفكر الجامعي، ١٩٩٧م.
- د. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.

- د. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، ٢٠٠٨م.
- د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية-دراسة مقارنة، الدار الجامعية، ٢٠٠٧.
- د. رجائي الدقي، مختار سعد، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الاعتماد، الإسكندرية، ٢٠٠٠م.
- د. سالم محمد عبود، مني تركي الموسوي، مدخل إلى حماية المستهلك، جامعة بغداد، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، دار الدكتور للعلوم، بغداد، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م.
- د. سامح عبدالواحد تهامي، التعاقد عبر الإنترنت-دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، ٢٠٠٨.

- د. على أحمد صالح المهداوي، اثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم ١ لسنة ٢٠٠٦ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والقانون الاتحادي رقم ٢٤ بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة والقانون عدد ٤٢.
- د. علي السلمي، الإعلان، مكتبة غريب بالفجالة، القاهرة، ١٩٩٦.
- د. عمر محمد المارية، عقد البيع الإلكتروني، أحكامه وآثاره، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون المدني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٧.
- د. عمرو عبدالفتاح يونس، جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، عين شمس.

- د. فاروق الأباصيري، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية-دراسة تطبيقية لعقود الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣
- د. مجد الدين بن يعقوب الفيروزي، القاموس المحيط، الطبعة الأولى، بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٨٧م.
- د. محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ١٩٩٥.
- د. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣.
- د. محمد عفيفي حمودة، مفهوم حماية المستهلك، بحث مقدم للجنة العلوم الإدارية بالمجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ١٩٨١.
- د. محمود عبدالمعطي خيال، التعاقد عن طريق التلفاز، مطبعة النسر الذهبي، ٢٠٠٠.

- د. مساعد زيد عبدالله المطيري، الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧م.
- د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام بعقود الاستهلاك-دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٠.
- د. ممدوح محمد خيرى هاشم، مشكلات البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت في القانون المدني-دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.
- د. ميرفت عبدالمنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، القاهرة، الطبعة الثانية، ٢٠٠١م.
- د. ناصر محمد عباس، الوسائل الإلكترونية ودورها في عقد البيع، بدون دار نشر، وبدون سنة نشر.

- د. نبيل محمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية-دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ع ٢، س ٣٢، ٢٠٠٨.
- د. نهلة أحمد قنديل، حماية المستهلك رؤية تسويقية، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، ٢٠٠٤.
- د. هاني دويدار، الأعمال التجارية بالقياس، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤م.
- المعجم الوجيز الصادر عن مجمع اللغة العربية ، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم سنة ١٤١ هـ ١٩٩٠م.

المراجع الأجنبية:

- Art 1125 du code civil (Modifié par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016).
- Art. 1369-1 à 1369-11 du code civil français.
- Art. 2 de la **Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance** définit «technique de communication à distance» comme tout moyen qui, sans présence physique et simultanée du fournisseur et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties. Une liste indicative des techniques visées par la présente directive figure à l'annexe I.

- Art. 2.2 de la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, JOUE, 4 juin 1997, prévoit que : “2) «consommateur»: toute personne physique qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité professionnelle;”.
- Art. 2-1 de la directive n° 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

«consommateur», toute personne physique qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit à des fins qui n’entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale.

- Art. L. 121-16 du code de la consommation (Modifié par loi n°2014-344 du 17 mars 2014)
- BAUDOUIN(J.-L.), JOBIN (R-G.), *Les obligations*, 5e éd., Cowansville, Yvon Biais, 1998.
- BOUCHARD (C.) & LACOURSIÈRE (M.), *Les enjeux du contrat de consommation en ligne. Revue générale de droit*, Volume 33, numéro 3, 2003.

-
-
- CACHARD (O.), « *LCEN. Définition du commerce électronique et loi applicable* », Comm. Com. Elec. n° 9, Sep. 2004, étude 31.
 - CE. , Directive 97171CE du parlement européen et du conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, [1997] J.O. L 144/19
 - CORNU (Gérard), *Travaux H. capitant*, 1973.
 - CORNU a défini le consommateur comme étant « l'acquéreur non professionnel de bien de consommation destinés à son usage personnel ».
 - Désormais est considérée comme un consommateur « toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole » (C. consom., art. Luminaire .

- Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance définit dans l'article 2 «contrat à distance»: tout contrat concernant des biens ou services conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le fournisseur, qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même;
- GHESTIN (Jacques), *Le contrat*, L.G.D.J., 1980 n°59, cite par J.C AULOY.

- la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, dite Loi Hamon, a fourni une définition générale du consommateur.
- LOISEAU (G.), « *Le contrat électronique, l'indigent de la réforme du droit des contrats* », Comm. Com. Elec. n° 9, Sep. 2016, étude 15.
- l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, applicable à compter du 1er juillet 2016.
- Monsieur Olivier Cachard précise, de son côté, en se référant aux éléments de la définition légale du contrat électronique, qu'il s'agit d'un « un contrat entre non-présents
- REAMS (Benard D), *The Law of electronic commerce*. Lexis Pubilshing. Secondition. 2002.

VIVANT (M.), «*La protection du consommateur être tentations, tensions et hésitations*», in AA.VV, Liber amicorum Calais–Auloy, Dalloz, 2004.