

الإرشاد الثالث

التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

٣

الورقة البحثية الخلفية لإرشاد التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

١- هدف البحث

وتتضمن الحلول غير القضائية للنزاعات في مجال التجارة الإلكترونية كالوساطة والتحكيم عبر الشبكة الإلكترونية من أجل تسوية الخلافات بالطرق السريعة التي تتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

وأبرز ما تناوله البحث الأعمال التالية:

(١) الوثائق الرسمية الأساسية الصادرة عن الأمم المتحدة والمجلس الأوروبي المتعلقة بهذا المجال ومنها:

- UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment, 1996 with additional article 5 bis adopted in 1998.

- UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration, 1994.

- United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts.

- Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards - the "New York" Convention, June 1958 adopted by uncitral.

http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/arbitration/NY-conv/1958_NYC_CTC-e.pdf

- Directive 97/55/EC of European Parliament and of 6 October 1997 amending Directive 84/450/EEC concerning misleading advertising so as to include comparative advertising.

- Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce").

- Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws

- OECD guidelines for Consumer protection in the context of Electronic commerce

<http://www.oecd.org/dataoecd/18/29/34023811.pdf>

- Green Paper on European Union Consumer Protection COM(2001) 531, October 2001

تتناول الورقة البحثية الخلفية موضوع التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك في الدول العربية الأعضاء في الإسكوا. رصد وتحليل التشريعات العربية التي عالجت هذه المواضيع ومقارنتها مع بعض التشريعات العالمية، وبالتالي تسليط الضوء على النقاط التي أغفلتها التشريعات العربية بهدف مساعدة الحكومات العربية على معالجتها وتنظيمها من خلال سن أو تعديل تشريعاتها الموجودة أو إصدار قرارات أو تنظيمات خاصة تتعلق بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك.

٢- موضوع وأقسام البحث

ينص مشروع إعداد "إرشادات الإسكوا للتشريعات السيبرانية" على أن تؤخذ بعين الاعتبار الخبرات الدولية والاقليمية المتراكمة مع تركيز خاص على "توجيهات الاتحاد الأوروبي" في هذا المجال لأجل صياغة الإرشاد الخاص بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك.

شملت أعمال البحث بشكل رئيسي المواضيع التالية:

(١) الخطابات أو الرسائل الإلكترونية التجارية: تتناول إسناد الرسائل الإلكترونية وإشعارات استلام الرسائل الإلكترونية وزمان ومكان استلام وتسليم الرسالة الإلكترونية والمعلومات الواجب تقديمها في هذا المجال والخطابات أو الرسائل التجارية غير المرغوب بها والمهن المنظمة بقانون والشروط والقيود والضوابط المفروضة على الخطابات والرسائل الإلكترونية بهدف حماية المستهلك.

(٢) العقود الإلكترونية: تتناول مسألة الاعتراف القانوني بهذه العقود وإشكالية استخدام أنظمة الرسائل المعلوماتية الآلية في تكوين العقود والمعلومات الواجب تقديمها وكيفية إجراء طلبية ووجوب تحديد الأسعار وإتاحة المجال للمستهلك للعدول عن طلبه ومسؤولية المحترف.

(٣) قواعد التصرف والحلول غير القضائية للنزاعات والمراجعات القضائية: تتناول القواعد والمبادئ التي تهدف إلى حماية المستهلك وتنظيم الاتصالات والعقود التجارية.

http://www.bcgeu.ca/files/Business_Practices_2006_2010.pdf

(٣) وتناولت أعمال البحث أيضا مختارات من تشريعات وطنية من دول أجنبية^١ مختلفة تناولت تنظيم التجارة الإلكترونية. وبخاصة منها التشريعات الأميركية، الفرنسية، البلجيكية، السويسرية، البريطانية، الكندية، الاسترالية. بالإضافة إلى بعض التشريعات الخاصة من دول آسيا الوسطى.

(٤) كما وقد تم الاسترشاد بالمراجع الفقهية العالمية الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتحكيم الإلكتروني:

- International Trade Law, by Indira Carr, 3rd Edition, Cavendish publishing.
<http://books.google.com/>

- Electronic Transactions: Jurisdictional Issues in the European Union, by E. GUSAKOVA, 2004
http://www.elsa.org/fileadmin/user_upload/elsa_international/PDF/SPEL/SPEL04_1GUSAKOVA.pdf

- Wright (B.): The Law of Electronic Commerce, EDL, E-mail, and Internet: Technologie, Proof and Liability, 2nd Ed., Boston, Little, Brown and Company, 1995.

- Bensoussan (A.), Le commerce électronique sur les autoroutes de l'information, Cahiers Juridiques et Fiscaux de l'Exportation, No 2/96.

- Protecting consumers Online, A Report from the Federal Trade Commission Staff, December 1999
<http://www.ftc.gov/os/1999/12/fiveyearreport.pdf>

- Online dispute resolution ODR http://en.wikipedia.org/wiki/Online_dispute_resolution#cite_note-42
Online Arbitration: Admissibility within the current legal framework, by Rafal Morek rafalmorek@uw.edu.pl,
<http://www.odr.info/Re%20greetings.doc>

- International Commercial Arbitration: Electronic Arbitration (New York: United Nations Conference on Trade and Development, 2003), by O. Cachard
http://www.unctad.org/en/docs/edmmisc232add20_en.pdf at 1.

- Online Dispute Resolution – More Than The Emperor's New Clothes By Julia Hornle, 2003,
<http://www.odr.info/unece2003/pdf/Hornle.pdf>

- Online Arbitration: Binding or Non-Binding?, (2002) ADR online Monthly 11, by T. Schultz, online:
<http://www.ombuds.org/center/adr2002-11-schultz.html>

- GREEN PAPER on alternative dispute resolution in civil and commercial law, Brussels, 19.04.2002 COM(2002) 196 final

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2002/com2002_0196en01.pdf

- Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters, Official Journal L 012 , 16/01/2001 P. 0001 - 0023
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001R0044:EN:HTML>

- Brussels Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters of 27 September 1968,
<http://curia.europa.eu/common/recdoc/convention/en/c-textes/brux-idx.htm>

(٢) بالإضافة إلى ذلك تناولت أعمال البحث بعض قواعد التصرف والاتفاقيات الجماعية التي تحكم العلاقة التجارية فيما بين المهنيين والمستهلكين والتي تهدف إلى حماية المستهلك:

- Uniform Rules of conduct for Interchange of Trade Data by Teletransmission (UNCID)
http://www.unece.org/trade/untddid/texts/d220_d.htm

- FEDMA Code on E-commerce & Interactive marketing, Federation of European Direct Marketing, 5 September 2000
http://www.fedma.org/getfile.php/342989.1014_xdpffdbpwd/Code_of_conduct_for_e-commerce.pdf

- APTICE Code of Practice for e-commerce and e-government, 2001. Spain.
http://www.agace.org/en/pdfs/AGACE_code_of_practice.pdf

- Canadian Code of Practice for Consumer Protection In Electronic Commerce,
<http://www.cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/eng/fe00072.html>

- The Australian Guidelines for Electronic Commerce , Commonwealth of Australia 2006
http://www.treasury.gov.au/documents/1083/PDF/australian_guidelines_for_electronic_commerce.pdf

- Collective Agreement between the Business Practices & Consumer Protection Authority (The "Employer") and the B.C. Government and Service Employees' Union (BCGEU), Effective from April 1, 2006 to March 31, 2010

- ICC International Court of Arbitration,
<http://www.iccwbo.org/court/arbitration/>

- AAA American Arbitration Association, Disputes
Alternatives Resolutions
<http://www.adr.org/>

- Cyber tribunal II,
<http://www.cybertribunal.org>

- WIPO Arbitration and Mediation Center,
<http://www.wipo.int/amc/en/index.html>

- GCC commercial Arbitration Center,
<http://www.gcac.biz>

- الاتحاد العربي للتحكيم الدولي.

www.auica.com

- غرفة التحكيم العربية

<http://www.arado.org.eg/>

١) كذلك تناولت أعمال البحث التشريعات ومشاريع القوانين التابعة للدول العربية الأعضاء في الإسكوا؛ إضافة إلى القرارات والقوانين النموذجية الصادرة عن جامعة الدول العربية والأنشطة والتجارب التي قامت بها ضمن هذا النطاق.

تجدر الإشارة من ناحية أخرى إلى أنه تم التركيز على تحليل التشريعات الوطنية العربية الخاصة بتنظيم المعاملات الإلكترونية، ومقارنتها مع التشريعات الأجنبية لمعرفة مدى شموليتها للنقاط التي يجب أن يتناولها هذا الإرشاد.

وبالتالي سنعرض أهم مخرجات البحث لهذه الجهة.

أ- بالنسبة للتشريعات الوطنية العربية الخاصة بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

التجارة الإلكترونية:

تبين أثناء أعمال البحث أن معظم الدول العربية عملت على إصدار أحكام تنظم التجارة الإلكترونية ضمن تشريعات هي نفسها التشريعات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية. فكان أن أصدرت الدول العربية المعنية في هذه الدراسة، تشريعات موحدة تضم أحكاماً تتعلق بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، حيث جمعت بين العقود الإلكترونية وكيفية انتشارها وصحتها ومفاعيلها القانونية وطرق إثباتها وسائر

- Alternative Dispute Resolution in the European Union, by Julia Hörnle - Research Fellow in E-commerce Law, IT Law Unit, CCLS, Queen Mary College, University of London, j.hornle@qmw.ac.uk

- Dispute Resolution in Cyberspace by Devashish Bharuka and William Fisher, last modified: June 25, 2001
<http://cyber.law.harvard.edu/ilaw/Jurisdiction/>

- Consumer Confidence Alternative Dispute Resolution, September 14, 2001, by Carleton S. Fiorina, Global Business Dialogue on Electronic Commerce
http://www.gbd-e.org/pubs/Tokyo_Recommendations_2001.pdf

- Fourth Annual Conference of the Global Business Dialogue on Electronic Commerce (GBDe), Brussels, 29th October 2002
http://www.gbd-e.org/pubs/BrusselsDeclaration_2002.pdf

- Electronic Commerce: On-line Contract Issues, by Fred M. Greguras,
http://www.batnet.com/oikoumene/ec_contracts.html

- محاضرات الدكتور وسيم حرب - الدراسات العليا في القانون، كلية الحقوق-الجامعة اللبنانية، ١٩٩٥-٢٠٠٥، مكتب المحاماة والاستشارات القانونية والتحكيم.

- التحكيم الإلكتروني للدكتور نبيل زيد - مقابلة - مستشار وحدة التحكيم الإلكتروني في الجمعية العربية لقانون الانترنت، ٢٠٠٧ .
http://www.arab-elaw.com/show_similar.aspx?id=81

- بحث في التحكيم في عقود التجارة الإلكترونية، للدكتور عمر فارس، دكتوراه في قانون الأعمال في فرنسا.
<http://www.mn940.net/forum/forum30/thread8339.html>

- إجراءات التحكيم عبر الإنترنت، القاضي محمد حته
<http://kenanaonline.com/users/hetta11/posts/81161>

- قوانين الاستثمار والتحكيم الجديدة.. القاضي الدكتور محمد وليد منصور
<http://sarab.cz.cc/montada-f67/toc-t7714.htm>

٥) بالإضافة إلى ذلك تناولت أعمال البحث مراكز التحكيم الدولية والعربية، وأبرزها:

المعاملات الإلكترونية والتوقيعات الرقمية وشهادات المصادقة الإلكترونية.

التشريعات العربية المتعلقة بالمعاملات والتجارة الإلكترونية هي التالية:

١- الإمارات العربية المتحدة:

قانون رقم (٢) صادر في ٢٠٠٢/٠٢/١٢ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية

<http://www.theuaelaw.com/vb/showthread.php?t=1137>

٢- البحرين:

مرسوم بقانون رقم ٢٨ الصادر بتاريخ ١٤ سبتمبر ٢٠٠٢ بشأن المعاملات الإلكترونية وتعديلاته

<http://www.moic.gov.bh/MoIC/Ar/Industry/Resources/Laws/CommerceLaw/eLaw/>

٣- سلطنة عمان:

قانون رقم ١٩ لسنة ٢٠٠٨ بشأن المعاملات الإلكترونية

http://www.ita.gov.om/ITAPortal_AR/Businesses/Businesses_Projects.aspx?NID=97

٤- قطر:

قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية تاريخ ١٩ أغسطس ٢٠١٠

http://www.ict.gov.qa/files/images/e-commerce_law_updated.pdf

٥- السعودية:

مرسوم ملكي رقم ١٨ لسنة ٢٠٠٧ خاص بنظام التعاملات الإلكترونية

<http://www.ncda.gov.sa/low21/7.pdf>

أما الدول التي غابت عنها الأحكام الخاصة بالتجارة الإلكترونية (أي التي تتضمن مواد خاصة بالعقود الإلكترونية وصحتها وطرق إثباتها) وان كانت قد أصدرت تشريعات متعلقة بالمعاملات الإلكترونية، فهي:

١- الأردن:

قانون رقم الصادر في ٢٠٠١/١٢/٣١ بشأن المعاملات الإلكترونية

http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=85&year=2001

٢- سوريا:

قانون رقم ٤ الصادر في ٢٠٠٩/٠٢/٢٥ بشأن التوقيع

الإلكتروني وخدمات الشبكة

<http://www.moct.gov.sy/moct/?q=ar/node/69>

٣- الكويت:

مشروع قانون المعاملات الإلكترونية.

٤- مصر:

قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ بشأن التوقيع الإلكتروني

٥- اليمن:

قانون رقم ٤٠ لسنة ٢٠٠٦ بشأن أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية

<http://www.centralbank.gov.ye/ar/CBY.aspx?keyid=80&pid=74&lang=2&cattype=1>

جُدر الإشارة إلى أن ثمة بلداناً عربية أخرى قد أطلقت ورشة إعداد مشاريع قوانين لإصدار قانون خاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، وهي: لبنان، وفلسطين التي قامت بإعداد مشروع قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الصادر عام ٢٠٠٣.

أما العراق فهو البلد الوحيد الذي لم يعالج موضوع المعاملات والتجارة الإلكترونية ولم يصدر أية تشريعات في هذا المجال.

من ناحية أخرى، نفيد ضمن هذا المجال أن جامعة الدول العربية قد قامت بإصدار القانون العربي الاسترشادي للمعاملات والتجارة الإلكترونية، الذي تناول أحكاماً حول العقود الإلكترونية، وشروط صحة التعاقد وحجته وإمكانية العدول عن العقد، بالإضافة إلى أحكام حول عقود نقل البضائع إلكترونياً، والعقوبات التي تفرض عند مخالفة هذه الأحكام، بالإضافة إلى القانون الواجب تطبيقه والحكمة المختصة.

حماية المستهلك

جُدر أيضاً أن معظم الدول العربية المعنية قد أصدرت تشريعات خاصة بحماية المستهلك من الغش والإعلان الخادع والخوول دون استغلاله وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك أحد أطرافها، وهي التالية:

١- الإمارات:

القانون الاتحادي رقم (٢٤) لسنة ٢٠٠٦ (قانون حماية المستهلك)

<http://www.economy.ae/>

٢- البحرين:

مرسوم بقانون رقم (١١) لسنة ١٩٧٧ بتعديل المرسوم بقانون

١٢ - اليمن:

القانون رقم (٤١) لسنة ٢٠٠٨م بشأن حماية المستهلك
http://consumeryemen.org/yacp/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=9

ومن الدول التي تعمل على صياغة مشروع قانون لحماية المستهلك الأردن التي أصدرت: مشروع قانون رقم () لسنة ٢٠٠٦ (قانون حماية المستهلك)
<http://www.mit.gov.jo/>

ب - شمولية التشريعات الوطنية الخاصة:

التجارة الإلكترونية

كما ذكرنا أعلاه، نجد أن معظم الدول العربية لجأت إلى إصدار قانون موحد يضم أحكاماً تنظم المعاملات والتوقيعات الإلكترونية بالإضافة إلى أحكام خاصة حول العقود التجارية وعقود نقل البضائع إلكترونياً، وهذه الدول العربية هي الإمارات العربية المتحدة، سلطنة عمان، السعودية، البحرين، وقطر. فقد تناولت هذه التشريعات ضمن أحكامها مواد تتعلق بإبرام العقود التجارية إلكترونياً، والتعبير عن الإيجاب والقبول وكافة الأمور المتعلقة بإبرام العقد والعمل بموجبها، بما في ذلك أي تعديل أو عدول أو إبطال للإيجاب أو القبول عن طريق السجلات الإلكترونية، والآثار القانونية لهذه العقود من حيث الإثبات والصحة والقابلية للتنفيذ، بالإضافة إلى دور الوكلاء الإلكترونيين في إبرام العقود وإبطالها، والعقوبات المفروضة في حال مخالفة الأحكام المرعية الإجراء بموجب هذه التشريعات. كما ويتضمن بعضها أحكاماً حول الإجراءات والمستندات المطلوبة فيما يتعلق بعقد نقل البضائع إلكترونياً.

وقد انفردت الإمارات العربية المتحدة بأن خصصت مادة للتحكيم الإلكتروني حيث جاء في المادة ٣٧ من قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية: "يجوز للرئيس تشكيل محاكم أو هيئات تحكيم خاصة للفصل في القضايا والمنازعات الناشئة عن هذا القانون".

كما وعمدت دولة قطر ضمن قانونها الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية على وضع مواد قانونية حول تشكيل هيئة مختصة للنظر في النزاعات التي تنشأ عن هذه المعاملات وتعرف بـ "لجنة التظلمات وتسوية المنازعات" وهي تختص بفض المنازعات التي تنشأ بين مقدمي الخدمات أو بين مقدمي الخدمات والمتعاملين.

رقم (١٨) لسنة ١٩٧٥ بتحديد الأسعار والرقابة عليها
<http://www.mohamoon-bh.com/Default.aspx?action=LegsCates&FIID=2190>

٣- سوريا:

قانون رقم ٢/ لعام ٢٠٠٨ بشأن حماية المستهلك
<http://www.dcc-sy.com/files/laws/protect%20law.doc>

٤- العراق:

قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠١٠

٥- سلطنة عمان:

مرسوم سلطاني رقم ٢٠٠٢/٨١ بإصدار قانون حماية المستهلك
<http://www.mocioman.gov.om/MOCI/getdoc/970be5beca-4c6e-b026-cdd7bd28df26/customer-law.aspx>

٦- فلسطين:

قانون رقم ٢١ لسنة ٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك.
<http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=15136>

٧- قطر:

قانون رقم (٨) لسنة ٢٠٠٨ بشأن حماية المستهلك
<http://www.alarab.com.qa/details.php?docId=13023&issueNo=141&seclD=16>

٨- الكويت:

قانون رقم (٢) لسنة ١٩٩٥ في شأن البيع بالأسعار المخفضة والدعاية والترويج للسلع والخدمات.
<http://www.moci.gov.kw/>

٩- لبنان:

مرسوم رقم ١٣٠٦٨ تاريخ ٥ آب ٢٠٠٤ المتعلق بحماية المستهلك
<http://www.consumerslebanon.org/>

١٠- مصر:

قانون رقم ١٧ لسنة ٢٠٠٦ بإصدار قانون حماية المستهلك
<http://www.cpa.gov.eg/doc/Law.doc>

١١- السعودية:

المرسوم الملكي رقم م/١٩ والتاريخ: ٢٣/٤/١٤٢٩هـ بالموافقة على نظام مكافحة الغش التجاري
<http://www.mci.gov.sa/circular/23-1.asp#16>

أما بالنسبة للدول العربية التي أصدرت قوانين خاصة بالمعاملات الإلكترونية دون التطرق إلى معالجة العقود الإلكترونية، فسنورد بعض الشروحات حول ما تتضمنه قوانينها هذه، وأهمها مثلاً:

- أصدرت دولة مصر قانوناً خاصاً بالتوقيعات الإلكترونية (قانون رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٤ بشأن التوقيع الإلكتروني) حيث اقتضت أحكامه على إنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات ومهامها ونظام عملها وعلى التوقيع الإلكتروني وآثاره القانونية وحجته وإصدار شهادات التصديق الإلكتروني. ولم تعالج أحكامه العقود الإلكترونية وكيفية إبرامها وصحتها.

- كذلك الأمر بالنسبة لسوريا التي أصدرت قانون التوقيع الإلكتروني (قانون رقم ٤ الصادر في ٢٥/٠٢/٢٠٠٩ بشأن التوقيع الإلكتروني وخدمات الشبكة) حيث تناولت أحكامه فقط التوقيع الإلكتروني وحجته، وواجبات ومسؤولية وسيط الشبكة الإلكترونية ومقدم الخدمات، بالإضافة إلى إنشاء الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة ومهامها ونظام عملها.

- أما التشريع الذي أصدرته اليمن (قانون رقم ٤٠ لسنة ٢٠٠٦ بشأن انظمه الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية)، فاقترحت أحكامه أيضاً على أنظمة الدفع والتحويل الإلكترونية، وشروط قابلية السند الإلكتروني للتحويل وإجراءات الدفع الإلكتروني، وتوثيق السجل والتوقيع الإلكتروني. وقد غابت الأحكام المتعلقة بتنظيم العقود التجارية وصحتها.

حماية المستهلك

بالرغم من شيوع استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات في إنجاز الأعمال الإلكترونية وإبرام العقود وتنفيذها عبر شبكة الإنترنت، لم يخصص المشرع العربي في التشريعات الخاصة بحماية المستهلك المذكورة أعلاه، مواد قانونية خاصة بحماية العمليات التي يجريها المستهلك عن بعد أو عبر شبكة الإنترنت، باستثناء ثلاثة دول عربية وهي لبنان، مصر وقطر.

خصص لبنان ضمن قانونه الخاص بحماية المستهلك فصلاً (الفصل العاشر) يتعلق بـ "العمليات التي يجريها المحترف عن بعد أو في محل إقامة المستهلك"، حيث حدد فيه أن جميع الأحكام الواردة في هذا القانون تطبق على المعاملات

التي يجريها المستهلك عن بعد أو عبر شبكة الإنترنت. فقد جاء في المادة ٥١: "ترعى أحكام هذا الفصل العمليات التي يجريها المحترف عن بعد أو في محل إقامة المستهلك، لا سيما تلك التي تتم في مكان إقامة المستهلك أو عبر الهاتف أو الإنترنت، أو أية وسيلة أخرى معتمدة لذلك، لا تراعي أحكام هذا الفصل العمليات المالية والمصرفية والبيع بالمزاد العلني والعمليات التي تتناول أموالاً غير منقولة".

المادة ٥٢: "يجب تزويد المستهلك، في الحالات المنصوص عليها في المادة ٥١، بمعلومات واضحة وصريحة تتناول المواضيع التي تمكنه من اتخاذ قراره بالتعاقد، لا سيما:

- تعريف المحترف وإثمه وعنوانه ورقم ومكان تسجيله، وبريده الإلكتروني، بالإضافة إلى أية معلومات تتيح تعريف المحترف.
- السلعة والخدمة المعروضة وكيفية استعمالها والمخاطر التي قد تنتج عن هذا الاستعمال.
- مدة العرض.
- ثمن السلعة أو الخدمة والعملة المعتمدة وكافة المبالغ التي قد تضاف إلى الثمن لا سيما الرسوم والضرائب والمصاريف أيّاً كانت، وكيفية تسديد هذه المبالغ.

وأوردت مصر ضمن قانون حماية المستهلك مادة تفرض على المورد أن يضع على جميع مراسلاته بما فيها المراسلات الإلكترونية بيانات تحدد شخصيته ونشاطه بهدف حماية المتعاملين معه، حيث نصت المادة الرابعة من هذا القانون: "على المورد أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك، بما في ذلك المحررات والمستندات الإلكترونية - البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت،"

أما قطر فقد خصصت فصلاً ضمن قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لحماية المستهلك من الغش الذي قد يحصل أثناء العمليات الإلكترونية، حيث نصت المادة ٥١: "مع عدم الإخلال بقانون رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨ بشأن حماية المستهلك يجب على مقدم الخدمة أن يوفر لمستهلكي خدماته ولأي جهة حكومية مختصة، في الشكل وبالطريقة التي يمكن الوصول إليها بصورة ميسرة ومباشرة ومستمرة، المعلومات التالية،"

هوامش

١- تراجع لائحة تشريعات الدول الأجنبية.

٢- راجع مشروع قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الفلسطيني المنشور على الموقع الإلكتروني:
http://www.pita-palestine.org/PITA%20files/proposed%20e_commerce%20law.doc

مقدمة إرشاد التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

١٩٩١، حين رفعت شركة NSF كل تقييد للاستعمال التجاري لشبكة الإنترنت في الولايات المتحدة الأميركية. واكتمل تحرير الشبكة في أوروبا عام ١٩٩٤. ففي مطلع القرن الحالي وتحديداً في العام ٢٠٠٣، بلغ حجم التجارة الإلكترونية ١٤٠٠ مليار دولار على صعيد العالم، وقد تضاعف منذ ذلك الوقت. في الوقت الحاضر يوجد حوالي ٣٦٥ مليون اسم موقع على الإنترنت حوالي ٢٣٤ مليون موقع يمكن الولوج إليه، ويبلغ عدد مستعملي شبكة الإنترنت حوالي ١.٩٦ مليار شخص حول العالم^١، وهذه الأرقام على تزايد بنسبة تتراوح بين ١٧ و ٢٠ ٪ سنوياً.

الوضع القانوني والحاجة إلى التشريع

في ظل تنامي التجارة الإلكترونية ووجود عوائق قانونية ناجمة عن اختلاف التشريعات الوطنية وعدم توفر الحماية القانونية للتعاملات التجارية التي تجري عن بعد وخارج النطاق المحلي للقوانين الوضعية، بالإضافة إلى احتمال تعرض المتعاملين لإشكاليات وعمليات تلاعب غير قانونية، ولاسيما بفعل حصول التعامل عن بعد ومع شريك أجنبي وفي أغلب الأوقات غير معروف من الشريك الأول الذي قد يقع في دولة أخرى، أضف إلى ذلك ضرورة أن تشمل القوانين الضريبية الأعمال التجارية التي تجري عن بعد. في ضوء ذلك كله، وجد المشتري نفسه قاصراً عن إمكانية وضع تشريع يمكن تطبيقه على التعاملات التجارية الجارية في نطاق أكثر من دولة وذلك بسبب إقليمية تطبيق القوانين.

من هنا كان لا بد من حلول بديلة عن التشريع بالمعنى الضيق، إذ لا يمكن ترك التعاملات التجارية خارجة عن أي تنظيم قانوني ولا يمكن في الوقت نفسه تقنينها من قبل أي مشرّع نظراً لعدم اختصاص أية جهة بذلك. حيث يشكل الفضاء السيبراني إطاراً فيزيائياً جديداً يتخطى الجغرافيا الدولية وبالتالي لا يخضع لأي سيادة وطنية محددة على الخريطة، مما يجعله خارجاً عن إمكانية تطبيق أية شريعة أو قانون وضعي، إذ يتعذر على المشرع الوطني ممارسة سلطته على هذا الفضاء. ولما كان توسع الفضاء السيبراني ما زال مستمراً لم يعد بإمكان أية دولة أن تضع حدوداً لهذا التوسع، خاصة وأنه أخذ في التزايد بسرعة كبيرة^٢.

هذا الأمر أدى إلى استحداث قواعد قانونية نموذجية على صعيد التجارة الإلكترونية تحظى بسيادة عالمية لتطبيقها

تشكل التجارة الإلكترونية نشاطاً اقتصادياً أساسياً نشأ وتعظم في ظل تطور وسائل الاتصال واتساع شبكة الإنترنت وعدد المتعاملين عليها. تطور مفهوم التجارة الإلكترونية على مدى الثلاثين عاماً المنصرمة، فكانت البداية عبر تسهيل التواصل عن بعد عن طريق إمكانية وقبول إرسال واستلام المستندات بوسيلة إلكترونية أو برقية مثل صور الفواتير أو أوامر الدفع. ومن ثم أدى تطور التواصل والمراسلات عن بعد، لاسيما بواسطة طرق الاتصالات الإلكترونية الحديثة وأهمها شبكة الإنترنت، إلى إمكانية أوسع للتبادل التجاري بوسائل إلكترونية.

إن سهولة معاينة السلع وطلبها والخدمات على شبكة الإنترنت وإمكانية الدفع الإلكتروني مع إمكانية تسليم المنتجات والسلع إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، وتوافر شروحات وافية حول المواصفات والمنتجات وأنواعها، قد دفع إلى نشوء أسلوب جديد من أساليب التعامل التجاري، وهو ما يُعرف بالتجارة الإلكترونية. وقد تجاوزت التجارة الإلكترونية الحدود الوطنية إلى العالمية في ظل زوال الحواجز بين الدول وتقليص دور الأبعاد الجغرافية بفضل شبكة الإنترنت^١، وأصبحت شبكة الإنترنت تستخدم كسوق كونية إلكترونية^٢ (e-marketplace) لترويج السلع وتقديم الخدمات، بذلك، أصبح تطور التجارة الإلكترونية يساهم بشكل فعال في زيادة القدرة التنافسية للشركات الوطنية على صعيد العالم ككل، وفي خلق فرص جديدة للعمل على الصعيد الوطني، فالتجارة الإلكترونية أصبحت في أساس نمو الاقتصاد الوطني وازدهاره.

إن التجارة الإلكترونية، وفق التعريف المُعطى في هذا الإرشاد، هي نشاط اقتصادي يعرض بموجبه، أو يؤمن عن بعد وبوسائل إلكترونية، تقديم الأموال أو الخدمات أياً كان نوعها أو طبيعتها، ويدخل أيضاً في إطار التجارة الإلكترونية خدمات تقديم المعلومات مباشرة على الخط وخدمات الاتصالات التجارية وأدوات البحث واسترجاع المعلومات، وخدمات تأمين الوصل بشبكة اتصال أو استضافة البيانات.

وقد عرف سوق التجارة الإلكترونية نمواً مطّرداً منذ الثمانينات^٣ مع ازدياد عدد آلات الصراف الآلي ATM وإمكانية إرسال نسخ المستندات برقياً وإلكترونياً عبر وسائل الاتصال عامة، وقد ازداد حجم التجارة الإلكترونية بشكل كبير عام

الشبكات الإلكترونية، ولا سيما شبكة الإنترنت، تشكل التجارة الإلكترونية، والمبدأ هو حرية التجارة الإلكترونية سعيًا لازدهارها، إلا أنه من الممكن فرض ضوابط وقيود قانونية لحماية المصالح العليا للدولة ولحماية المستهلك^{١١}.

تضع المادة ٢ من الإرشاد تعاريف تختلف المصطلحات المستعملة فيه، فالرسالة الإلكترونية هي المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية، بما في ذلك على سبيل المثال البريد الإلكتروني. ويتم تبادل الرسالة الإلكترونية بين مُرْسِل ومُرْسَل إليه. فمُرْسِل الرسالة الإلكترونية هو الشخص الذي أنشأ هذه الرسالة أو أرسلها قبل تخزينها من قبل المرسل إليه أو الغير، ولا يشمل الشخص الذي يتصرف كوسيط. أما المرسل إليه، فهو الشخص الذي قصد المرسل أن يتسلم الرسالة الإلكترونية، ولا يشمل أيضاً الشخص الذي يتصرف كوسيط. والوسيط هو الشخص الذي يقوم، نيابة عن شخص آخر، بإرسال أو استلام أو تخزين رسالة إلكترونية أو بتقديم خدمات أخرى فيما يتعلق بهذه الرسالة.

كذلك كان من الضروري تعريف الخدمة الإلكترونية باعتبارها موضوع التجارة الإلكترونية، فالخدمة الإلكترونية هي كل خدمة، عادة لقاء مقابل، مقدمة عن بعد بواسطة وسائل معلوماتية لمعالجة وتخزين البيانات، وذلك بناءً لطلب فردي من المتعامل. وتتضمن الخدمات الإلكترونية، المعروفة أيضاً بخدمات مجتمع المعلومات، نشاطات اقتصادية عديدة تتم على الخط مباشرةً مثل بيع السلع عن بعد، ولا تقتصر الخدمات الإلكترونية على النشاطات التي يتم فيها إبرام عقود إلكترونية، بل تمتد إلى خدمات دون مقابل مادي، مثل خدمات تقديم المعلومات على الخط أو الخطابات أو الاتصالات التجارية، وخدمات محركات البحث أو الوصول إلى المعلومات أو نقلها بواسطة شبكة إلكترونية. وكذلك خدمات الربط بشبكة اتصال إلكترونية وخدمات استضافة البيانات وخدمات مشاركة الملفات^{١٢}. إن خدمات التلفزيون والراديو لا تدخل ضمن خدمات مجتمع المعلومات، بمفهوم هذا الإرشاد، ما خلا طبعاً حالة المواقع الإلكترونية التي تبث صوتاً و/أو صورة على الإنترنت مقابل ثمن عادةً ما يكون مدفوعاً سلفاً^{١٣}. كذلك إن استعمال البريد الإلكتروني أو غيره من وسائل الاتصال الفردية من قبل أشخاص طبيعيين، لغايات لا تدخل في نطاق نشاطاتهم التجارية أو المهنية، لا ينضوي أيضاً ضمن خدمات مجتمع المعلومات بمفهوم هذا الإرشاد، كون هذه التصرفات ليست من صلب النشاطات التجارية أو المهنية لهؤلاء الأشخاص. كما أن النشاطات التي بطبيعتها لا يمكن تحقيقها عن بعد أو بوسيلة إلكترونية لا تشكل خدمة إلكترونية.

على شبكة الإنترنت، بهدف تنظيم هذا القطاع وحماية المستهلكين والمتعاملين^{١٤}. في هذا السياق، أصدرت لجنة القانون الدولي لدى الأمم المتحدة بتاريخ ١٢/١/١٩٩٧ قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية، يمكن اعتماده من قبل الدول لتوحيد الحلول القانونية في هذا المجال وتأمين التناسق بين التشريعات. كما أقر البرلمان الأوروبي بتاريخ ٨/١/٢٠٠٠ إرشاداً حول التجارة الإلكترونية.

بالإضافة إلى ذلك تم إنشاء أنظمة تمكن المستهلك من حماية حقوقه نظراً لأنه الفريق الأضعف في التعامل مع المحترف. لا سيما عندما يكون المحترف بعيداً وغير معروف شخصياً و خارجاً عن النطاق الإقليمي للقانون الذي يسود مكان وجود المستهلك. وكذلك جاءت العقود والاتفاقات الجماعية^{١٥} وقواعد حسن التصرف^{١٦} Codes of Conduct لتشكل ضمانات أولية للمستهلك.

يأتي هذا الإرشاد حول التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك ليشكل إطاراً قانونياً متكاملاً في هذا المجال. وقد تم الاسترشاد بالإرشاد الأوروبي^{١٧} الصادر عام ٢٠٠٠ المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبقانون الأونسيترال النموذجي حول التجارة الإلكترونية^{١٨} لعام ١٩٩٧ و ببعض القوانين الوطنية الأجنبية والعربية المختلفة، وذلك في سبيل إعداد نصوص الإرشاد الحالي الموجه للدول العربية حول التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك. وكذلك تم الاستئناس بالقانون العربي الاسترشادي للمعاملات والتجارة الإلكترونية الذي أصدرته جامعة الدول العربية.

لقد تم تقسيم القانون الاسترشادي المقترح على أربعة أبواب تتناول مختلف جوانب التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك. وهذه الأبواب هي:

الباب الأول: أحكام عامة.

الباب الثاني: الخطابات أو الرسائل الإلكترونية التجارية.

الباب الثالث: العقود الإلكترونية.

الباب الرابع: أحكام ختامية.

يتضمن الباب الأول المعنون "أحكام عامة" حديداً لأهداف الإرشاد ولنطاق تطبيقه وكذلك تعريفاً لبعض المصطلحات المستعملة في هذا الإرشاد. وأخيراً يورد الباب الأول قاعدة حرية التجارة الإلكترونية مع بعض الضوابط. فالإرشاد الحالي يهدف إلى المساهمة في ازدهار الأسواق الداخلية من خلال تأمين الانتقال الحر لخدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) بين الدول. فالخدمات الإلكترونية المتاحة على

كما تعرّف المادة ٢ من الإرشاد العقد الإلكتروني الذي سيطبق عليه هذا الإرشاد. وذلك لتمييزه عن العقد المبرم بالوسائل التقليدية غير الخاضع لهذا الإرشاد. والعقد الإلكتروني هو عقد نظم بوسيلة إلكترونية. إن هذا التعريف هو مبسط ومقتضب ويستوعب أية صيغة إلكترونية يبرم بها العقد. كتبادل القبول أو الإيجاب على الإنترنت أو على شبكة تجارية مغلقة أو الدخول في مزاد علني على شبكة الإنترنت وغيرها.

تتم التجارة غالباً بين مستهلك ومورد نسميه محترفاً لكونه يحترف الأعمال التجارية أو أعمال التوريد ويلم بمواصفات البضائع وخصائصها وكيفية استعمالها. والمستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي أو مجموعة معينة يجمع بينها حاجة أو سعي إلى نوع من المنتجات أو الخدمات وتتصرف كجسم واحد من ناحية الطلب على هذه المنتجات أو الخدمات. يشتري سلعة أو خدمة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها. وذلك لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه المهني أو التجاري. أما المحترف فهو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحترف نشاطاً معيناً كبيع السلع أو توزيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات. إن نشوء العلاقة بين المحترف والمستهلك وإتمام تعامل تجاري إلكتروني يستلزمان حصول خطابات أو اتصالات تجارية. فالخطابات أو الاتصالات التجارية هي كل شكل اتصال مخصص لترويج - بشكل مباشر أو غير مباشر- الأموال أو السلع أو الخدمات أو صورة شركة أو مؤسسة أو شخص يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو حرفياً أو يمارس مهنة منظمة بقانون. لكن لا تشكل اتصالات إلكترونية بمفهوم هذه المادة: المعلومات التي تسمح بالوصول المباشر إلى نشاطات الشركة أو المؤسسة أو الشخص، لاسيما إسم الموقع أو عنوان البريد الإلكتروني. وكذلك الاتصالات المتعلقة بالأموال أو بالخدمات أو بصورة الشركة أو المؤسسة أو الشخص. المجرة بشكل مستقل. لاسيما عندما تقدم بدون مقابل مادي. ولما كانت بعض التعاملات الإلكترونية تتم أحياناً من خلال نظام رسائل معلوماتي آلي. فقد أفتضى تعريف هذا النظام بأنه برنامج أو وسيلة إلكترونية تُستخدم لاستهلال إجراء ما أو للاستجابة كلياً أو جزئياً للرسائل الإلكترونية أو لعمليات تنفيذها. وذلك دون مراجعة أو تدخل من شخص طبيعي في كل مرة يستهل النظام إجراء ما أو يطلق استجابة ما.

يضع الباب الثاني المعنون "الخطابات أو الرسائل الإلكترونية التجارية" تنظيمًا لهذه الخطابات. فهو يتناول إسناد الرسائل الإلكترونية وإشعارات استلام الرسائل الإلكترونية وزمان ومكان استلام وتسليم الرسالة الإلكترونية والمعلومات الواجب تقديمها في هذا المجال والخطابات أو الرسائل التجارية غير المرغوب بها والمهن المنظمة بقانون. في مجال تحديد كيفية إسناد الرسائل الإلكترونية. أي تحديد الشخص الذي صدرت عنه الرسالة الإلكترونية. فهذه الأخيرة تعتبر صادرة عن المرسل إذا أرسلها شخص مكلف من قبله أو نظام معلوماتي مبرمج من قبله أو من قبل شخص مكلف من قبله للعمل تلقائياً. إن توضيح هذا الأمر هو ذو أهمية في مجال التعامل الإلكتروني. لأنه يتم عن بعد دون حضور الفرقاء في مجلس واحد. ولأن المرسل قانوناً للرسالة الإلكترونية قد لا يكون هو المرسل الفعلي لها.

تعطي المادة ٥ من الإرشاد إشعارات الرسالة الإلكترونية مفعولاً قانونياً تماماً كإشعارات استلام الرسائل الورقية. فمن الممكن أن يُصدر مزود خدمات إيصلاً تبعاً لتقديم خدمة مدفوعة منه على الخط. إلا أن استلام إشعار إلكتروني إثباتاً لإرسال رسالة إلكترونية أو لاستلامها لا يعني حكماً مطابقة المعلومات التي تم استلامها للمعلومات التي تم إرسالها. وهذا الأمر بديهي لأن الإشعار ثبت واقعة إرسال الرسالة أو استلامها فقط ولا يثبت مضمونها. إذا لم تتم المصادقة على هذا المضمون من قبل طرف ثالث موثوق. أو لم يتم استعمال وسائل حماية تقنية في الرسالة تمنع أي تخوير فيها.

تؤكد المادة ٣ المبدأ الأساسي في هذا الإرشاد. وهو حرية التجارة الإلكترونية ضمن حدود القانون. وذلك لتعزيز التبادل التجاري بين الدول الأعضاء ورفع حجم التجارة الإلكترونية الجارية بينهم. فلا يمكن للدول الأعضاء تقييد الانتقال الحر

بها. في هذا الإطار، ألزمت المادة ٨ مزودي الخدمات التقنية مسك سجلات متاحة للجمهور، يمكن أن يتسجل فيها كل شخص يرغب بإيقاف إرسال الخطابات التجارية غير المرغوب بها. على أن يوقف مزود الخدمات التقنية إرسال الخطابات المنوه عنها لكل من عبر عن رغبته بذلك.

تتطرق المادة ٩ إلى موجبات الأعضاء في المهن المنظمة بقانون، الذين يتولون تقديم خدمات إلكترونية عبر استعمال الخطابات أو الاتصالات التجارية، فهذه الخطابات تكون مسموحة شرط احترام القواعد المهنية التي تتعلق باستقلالية المهنة وبكرامتها وبشرفها وكذلك السر المهني والإخلاص تجاه الزبائن والأعضاء الآخرين في المهنة، ولاسيما حماية المستهلك والصحة العامة.

يشكل الباب الثالث المعنون "العقود الإلكترونية" صلب هذا الإرشاد والباب الأبرز فيه، فهو يتناول مسألة الاعتراف القانوني بهذه العقود وإشكالية استخدام أنظمة الرسائل المعلوماتية الآلية في تكوين العقود والمعلومات الواجب تقديمها وكيفية إجراء طلبية ووجوب تحديد الأسعار وإتاحة المجال للمستهلك للعدول عن طلبه ومسؤولية المحترف.

تطلق المادة ١٠ من هذا الإرشاد المبدأ الأساسي، وهو يتضمن الاعتراف القانوني بالعقود الإلكترونية، واعتمادها في التعاملات بين الأشخاص الطبيعيين والمعنويين كالعقود الورقية، وهذا المبدأ هو ضروري لازدهار التجارة الإلكترونية التي تستند أساساً إلى عقود إلكترونية تبرم عن بعد على الإنترنت وباستعمال وسائل معلوماتية^{١١}. فعلى النظام القانوني أن يسمح بإبرام العقود بوسائل إلكترونية، وأن لا يشكل عائقاً أمام استعمال العقود الإلكترونية، وأخيراً أن لا يحرم هذه العقود من الآثار والاعتراف القانوني لجرد أنها منظمة بوسيلة إلكترونية، كما يجوز استخدام الرسائل الإلكترونية للتعبير عن العروض وقبول العروض، إلا أنه بالنظر لعدم اعتياد العامة كافة على استخدام المعلوماتية وللطابع الذي تتسم به بعض العقود وعلى الأخص العقود الرسمية التي تفترض حضور الشخص أمام المأمور الرسمي، فإنه يمكن استثناء بعض العقود أو فئات منها من الشكل الإلكتروني، وهذه العقود تشمل: العقود التي تنشأ أو تنقل حقوقاً على أموال عقارية، باستثناء عقود الإيجار، والعقود التي من أجلها يتطلب القانون تدخل المحاكم أو السلطات العامة أو مهناً تمارس سلطة عامة من أجل إنتاج مفاعيل بحق الغير كالمصادقة القانونية أو الشهادات، وعقود الضمان المقدمة من قبل أشخاص يتصرفون لغايات لا تدخل ضمن إطار نشاطاتهم المهنية أو التجارية، والعقود التي

تحدد المادة ٦ من الإرشاد الوقت^{١٢} الذي تُعتبر فيه الرسالة الإلكترونية قد أرسلت إلى المرسل إليه، كما تعين الوقت الذي تُعتبر فيه الرسالة قد تم استلامها من قبله^{١٣}. إن تحديد الأوقات ضروري لتبيان ما إذا كان الإجراء قد تم ضمن المهل المفروضة، كذلك قد لا يستلم المرسل إليه الرسالة فعلاً بسبب عطل تقني أو بسبب إهماله استخراجها، إلا أن المرسل يكون قد نفذ قانوناً موجباته بإرسال الرسالة عند دخولها في نظام معلوماتي خارج سيطرته، وتعد الرسالة قد استلمت قانوناً كذلك عندما تدخل النظام المعلوماتي المحدد مسبقاً، وفي حال عدم تحديد مثل هذا النظام، عندما تدخل نظاماً معلوماتياً تابعاً للمرسل إليه، كما تحدد المادة ٦ المكان^{١٤} المفترض لإرسال الرسالة الإلكترونية وكذلك المكان المفترض لاستلامها، وهذا الأمر مهم لتحديد مكان حصول التعاقد وتحديد المحكمة المختصة عند حدوث نزاع قضائي، وكذلك القانون الواجب التطبيق. وتضع المادة ٦ بالتالي قواعد موضوعية تنظم زمان ومكان إرسال الرسالة الإلكترونية، إلا أن هذه القواعد هي مكملة لإرادة الفرقاء، فلا تطبق إلا عند عدم وجود اتفاق مخالف لها بينهم.

إن الخطابات أو الاتصالات التجارية هي ضرورية لتمويل خدمات مجتمع المعلومات وتطوير مجموعة متنوعة من الخدمات الإلكترونية الجديدة، ولكن، من أجل حماية المستهلكين وموثوقية المعاملات الإلكترونية، يجب أن تخضع هذه الخطابات لقيود تتعلق بالشفافية، في هذا الإطار، تضع المادة ٧ شروطاً للخطابات أو للاتصالات الإلكترونية تبين ماهيتها والشخص الطبيعي أو المعنوي الذي تتم لصالحه والحسومات والعروض وشروط المشاركة بين بعضهم البعض، إن هذه البيانات تهدف إلى حماية الشخص - وهو في كثير من الأحيان المستهلك - الذي توجه إليه هذه الخطابات أو الاتصالات، وذلك بإعطائه معلومات كافية غير ملتبسة ليستطيع تقدير موقفه.

لم تحظر المادة ٨ من الإرشاد الاتصالات أو الخطابات التجارية غير المرغوب بها^{١٥}، بل وضعت ضوابط وقيوداً لها، هذا مع العلم بأن إرسال هذه الخطابات قد يكون غير مناسب للمستهلكين ولمزودي الخدمات التقنية ومن شأنه إعاقة حسن عمل الشبكات التبادلية أو الحوارية Interactive، ولهذا السبب تعتمد المؤسسات والشركات آليات لتصفية الرسائل الإلكترونية، تبعاً لذلك، يجب أن تبين ماهية الاتصالات الإلكترونية غير المرغوب بها من أجل الشفافية ومن أجل تسهيل عمل آليات تصفية الرسائل المعتمدة من قبل الشركات، كما يجب أن لا يتم تحميل المرسل إليه أية نفقات إضافية عند إرسال الخطابات التجارية غير المرغوب

طالما بقي ممكناً الوصول إلى هذا العرض بالطرق الإلكترونية. على أن الفقرتين ١ و ٢ من هذه المادة لا تطبقان على العقود التي تبرم حصراً من خلال تبادل بريد إلكتروني أو من خلال اتصالات فردية متوازية. إن أحكام هذه المادة تعتبر أيضاً مكملّة لإرادة الفرقاء المحترفين فقط. أي أنه في حال وجود اتفاق مخالف بين المحترفين فهو الذي يطبق.

تستعرض المادة ١٣ من الإرشاد الأصول والمبادئ المطبقة عند إجراء طلبية من قبل العميل بوسيلة إلكترونية. فمزود الخدمات يجب أن يعلم عن استلام طلبية العميل دون تأخير غير مبرر بوسائل إلكترونية. كما يكون الأطراف الموجهة إليهم الطلبية أو الإشعار بالاستلام قد استلموها عندما يمكن لهم أن يصلوا إليها. كما يضع مزود الخدمات بتصرف العميل وسائل تقنية ملائمة وفعالة ويمكن الوصول إليها. تسمح له بتحديد الأخطاء المرتكبة في إدخال المعلومات وبتصحيحها وذلك قبل إجراء الطلبية. على أن الفقرتين ١ و ٢ من هذه المادة لا تطبقان على العقود التي تبرم حصراً من خلال تبادل بريد إلكتروني أو من خلال اتصالات فردية متوازية. إن أحكام هذه المادة تعتبر أيضاً مكملّة لإرادة الفرقاء المحترفين فقط. أي أنه في حال وجود اتفاق مخالف بين المحترفين فهو الذي يطبق.

تنظم المادة ١٤ من الإرشاد كيفية عرض الأسعار^{٢١}. فهذه يجب أن تذكر بطريقة واضحة. وأن تخدم ما إذا كانت الضرائب ونفقات التسليم مشمولة بالسعر أم لا. كما يجب أن تكون وسيلة الدفع المعتمدة آمنة وسهلة الاستعمال. وأن يُعلم المحترف المستهلك بالشروط المطبقة على وسيلة الدفع والعملية التي يتم بها الدفع. تتناول المادة ١٥ من الإرشاد حق الرجوع الممنوح للمستهلك عن طلبه ضمن مهلة محددة^{٢٢}. حتى يتمكن من إعادة النظر في السلعة والخدمة المقدمة إليه ومدى انطباقها على المواصفات وعلى حاجاته الفعلية. وهذا الحق يتعلق بالنظام العام طالما أنه يتعلق بحماية المستهلك. وقد أكدت هذه المادة على ذلك من خلال عبارة "خلافًا لأي نص آخر". ويحق للمستهلك العدول عن قراره بشراء سلعة أو استئجارها أو الاستفادة من الخدمة في خلال مهلة عشرة أيام تسري اعتباراً من تاريخ العقد بالنسبة للخدمات ومن تاريخ التسليم بالنسبة للبضائع والسلع. يمكن للأطراف الاتفاق على مهلة معينة بإيراد بند خاص في العقد. وفي بعض الحالات لا يحق للمستهلك ممارسة حق الرجوع. بالنظر لطبيعة السلعة أو البضاعة أو لافتراض موافقة المستهلك الصريحة أو الضمنية عليها أو تحديد مواصفاتها مسبقاً أو لنشوء العيب نتيجة فعل صادر عنه. وهذه الحالات هي: حالة استفادته من الخدمة أو

تتعلق بقانون العائلة أو قانون الإرث. أخيراً. إن اعتماد الشكل الإلكتروني للعقد لن يغير في شروطه ومفاعيله القانونية وفي النظرية العامة للعقود. إذ تبقى أحكام القانون المدني والتجاري تطبق على العقود الإلكترونية في كل ما لا يتعارض مع أحكام هذا الإرشاد. ويخضع بالتالي العقد الإلكتروني. بالإضافة إلى النظرية العامة للعقود. إلى الأحكام الواردة في هذا الإرشاد المتعلقة بالشكل الإلكتروني.

يمكن في بعض الأحيان إبرام عقود بواسطة نظام آلي معلوماتي للرسائل الإلكترونية. عبر تبادل رسائل العروض والقبول معها. إن هذا النظام يكون في الواقع مُبرمجاً من قبل العارض. وهو شخص طبيعي أو معنوي. أو من قبل شخص مكلف من قبله. أو يكون خاضعاً لسيطرة العارض. وبالتالي. إن شروط العروض ومواصفاتها تحد من قبل العارض الشخص الطبيعي أو المعنوي. والذي يحدد أيضاً متى يجب أن يصدر النظام الآلي رسالة العرض أو رسالة القبول ومتى يرفض ذلك. فالإرادة في النهاية هي إرادة العارض ولا يتعدى النظام المعلوماتي الوسيلة التقنية المعتمدة للتعامل مع كثرة الطلبات الواردة والتي يمكن توحيد طرق التعامل معها وفق معايير معينة. فالمادة ١١ من الإرشاد الحالي تعترف بصحة العقد الذي يتكون بالتفاعل بين نظام معلوماتي آلي وشخص طبيعي أو بالتفاعل بين نظاميين معلوماتيين آليين. وذلك بالرغم من عدم مراجعة شخص طبيعي المسائل التالية: الأفعال التي قامت بها الأنظمة المعلوماتية للرسائل الآلية. والعقد الناتج عن تلك الأفعال. وتدخله فيها. بغية حماية المستهلكين والعملاء^{٢٣}. أوجبت المادة ١٢ على مزود الخدمات تقديم معلومات معينة لعملائه عن خدماته. ليكونوا على بينة من أمرهم حين طلبهم هذه الخدمات. وهذه المعلومات تتضمن: اسم مزود الخدمات وشهرته ومقامه واسم مثله التجاري ومركزه وعنوانه التجاري وسجله التجاري وعنوان بريده الإلكتروني وأرقام هاتفه. والمراحل التقنية المختلفة الواجب إتباعها من أجل إبرام العقد. وأرشفة العقد وإمكانية الوصول إليه أم لا. والوسائل التقنية من أجل تحديد وتصحيح الأخطاء المرتكبة في إدخال المعلومات. واللغات المقترحة لإبرام العقد. كذلك يجب أن يحدد مزود الخدمات قواعد التصرف الملائمة التي يخضع لها وكذلك المعلومات حول طريقة استعراض هذه القواعد بوسائل إلكترونية. هذا وإن قواعد التصرف تنظم طريقة عمل مزود الخدمات والأصول التي يخضع لها بصورة تفصيلية وكيفية سير إجراءاته واستجابته لطلبات المتعاملين. ويلتزم مزود الخدمات أن تكون البنود التعاقدية والشروط العامة المقدمة للعميل محققة بشكل يسمح له بحفظها وبنسخها. كما يلتزم مقدم العرض بعرضه

بالوسائل الإلكترونية على الجمهور. إن قواعد التصرف^{٢٠} تضع الأصول التطبيقية والتفسيرية والإجرائية لأحكام هذا الإرشاد. كما من الممكن أن تضيف على أحكامه بشرط أن تبقى منسجمة معه. تشكل قواعد التصرف الأداة الأنسب لتحديد القواعد الأدبية المطبقة على الاتصالات التجارية. إن قواعد التصرف لها الصفة الاختيارية حيث يعود للفرقاء المعنيين بها أن يقرروا الالتزام بها أو عدمه. وحتى تكون قواعد التصرف ملائمة وفعالة ومتوازنة تجاه المصالح المتعارضة كافة. يفترض أن تشارك الهيئات والمنظمات التي تمثل المستهلكين في وضع وتطبيق قواعد التصرف المنوه عنها.

تنطرق المادة ١٩ للحلول غير القضائية للنزاعات بين مزودي خدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) والعملاء. وهذه الحلول تهدف إلى تسريع الفصل والتخفيف من تعقيدات الإجراءات وأحياناً الاستعانة بخبرات متخصصة. وتتضمن الحلول غير القضائية للنزاعات الوساطة والتحكيم^{٢١}. وهي تتلاءم مع متطلبات التجارة الإلكترونية. التي تقوم على السرعة وتتسم بطابع دولي^{٢٢}. وتتيح المادة ١٩ للفرقاء استعمال آليات الحلول غير القضائية من أجل تسوية الخلافات^{٢٣}. وذلك من خلال وسائل إلكترونية ملائمة. وباتفاق الفرقاء^{٢٤}. على أن يتم تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطرف المعنية^{٢٥}. لاسيما في مسائل حماية المستهلك. كحفظ حق الدفاع والوجاهية والتقاضي على درجتين وتعليل القرارات.

تناول المادة ٢٠ من الإرشاد المراجعات القضائية. وتقضي بأن تسمح الإجراءات القضائية المطبقة على خدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) باتخاذ تدابير سريعة. لاسيما عبر أمر على عريضة. لوقف كل انتهاك وللوقاية من كل تعد جديد على المصالح المعنية.

لا تكون الضوابط المعتمدة للتجارة الإلكترونية في دولة ما فعالة إلا إذا امتد أثرها إلى الدول الأخرى. وكانت منسجمة بين الدول المختلفة. وذلك بالنظر للطابع الدولي لهذه التجارة. لذلك. كان لا بد من إيلاء التعاون بين الدول الأعضاء أهمية قصوى. تناول المادة ٢١ من الإرشاد هذه المسألة. وهي تلزم الدول الأعضاء باعتماد وسائل للمراقبة وللتحقيق لازمة لتطبيق فعال للإرشاد الحالي وبالسهر على أن يقدم لها مزود الخدمات المعلومات المطلوبة. وعليها أيضاً أن تتعاون لضمان تطبيق فعال للإرشاد الحالي. وأن تسمي فيما بينها أشخاصاً مفوضين للاتصال بهم.

وفقاً للمادة ٢٢ من الإرشاد. ينبغي على الدول مراجعة قوانين حماية المستهلك الوطنية وملاءمتها بالحد الأدنى مع

استعمال السلعة قبل انقضاء مهلة العشرة أيام أو المهلة المتفق عليها. وحالة البضائع أو السلع المصنعة بناءً لطلبه أو وفقاً لمواصفات محددة. وحالة الأشرطة أو الأسطوانات أو الأقراص المدمجة أو البرامج المعلوماتية في حال تم إزالة غلافها. وحالة شراء الصحف والمجلات والمنشورات لاسيما الكتب. وحالة ظهور عيب في السلعة من جراء سوء حيازتها أو حفظها من قبل المستهلك. وحالة تقديم خدمات إيواء أو نقل أو إطعام أو لهُو تقدّم في تاريخ معين أو بصورة دورية محددة. وحالة تحميل برامج عبر الإنترنت إلا إذا وجد عيب في البرنامج منع حصول التحميل. وعند ممارسة المستهلك حقه بالعدول. يتوجب على المحترف إعادة المبالغ التي قبضها من المستهلك إليه. على أن يتحمل الأول مصاريف التسليم.

جاءت المادة ١٦ لتطبق المبدأ الذي أورده المادة ١٠ على الأعمال المتعلقة بعقد نقل البضائع^{٢٦}. إذ يمكن استخدام الرسالة الإلكترونية لتنظيم عقد نقل البضائع أو أي مستند يتعلق بفعل مرتبط به أو أي مستند يتم تنفيذاً له. بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر بيانات مواصفات البضاعة وأعدادها وكميتها أو علاماتها وإيصال البضائع وتأكد تحميل البضاعة وإصدار التعليمات إلى الناقل والمطالبة بتسليم البضاعة والإذن بالإفراج عن البضائع والإخطار بوقوع هلاك أو تلف في البضاعة وجميع الإخطارات والإشعارات المتعلقة بالعقد أو بتنفيذه ومنح حقوق على البضاعة أو اكتسابها أو التنازل عنها أو نقلها والتعهد بتسليم البضاعة إلى شخص معين^{٢٧}.

تضع المادة ١٧ من هذا الإرشاد القواعد القانونية المتعلقة بمسؤولية المحترف. وهذه لا تختلف عن المبادئ الأساسية للقواعد العامة في المسؤولية التعاقدية. إذ يُسأل كل من يمارس التجارة الإلكترونية تجاه العميل أو المشتري عن حسن تنفيذ موجباته الناجمة عن العقد. ولا يمكن إعفاؤه من المسؤولية كلياً أو جزئياً إلا إذا أثبت أن عدم تنفيذ العقد أو سوء تنفيذه يعود للعميل أو للمشتري أو للقوة القاهرة أو لفعل الغير.

يتضمن الباب الرابع المعنون "أحكام ختامية" أحكاماً تتعلق بقواعد التصرف^{٢٨}. وبالحلول غير القضائية للنزاعات وبالمراجعات القضائية وبالتعاون بين الدول الأعضاء وبالعقوبات.

وفقاً للمادة ١٨. تقوم الهيئات أو المنظمات المهنية^{٢٩} أو العائدة للشركات أو للمستهلكين بوضع قواعد للتصرف تهدف إلى حسن تطبيق أحكام هذا الإرشاد. وبعرض هذه القواعد

القواعد المشار إليها في هذا الإرشاد عندما يكون التعامل بين المستهلك والمحترف قد تم عن بعد أو بوسائل إلكترونية على شبكة الإنترنت.

لا يتحقق فرض احترام أي قاعدة إلا إذا اقترنت مخالفتها بعقوبات رادعة ومناسبة. ويعود للدول. وفقاً للمادة ٢٣ من هذا الإرشاد. تحديد نظام العقوبات المطبق على مخالفة أحكامه ضماناً لفعاليتها ووجوب تطبيقها.

هوامش

- 1- See E-commerce Statistics Compendium, November 2009, available: <http://econsultancy.com/uk/reports/e-commerce-statistics>
 - More than 85% of the world's internet users surveyed have purchased something online, according to the Nielsen Company. [Source, Nielsen, Feb 2008]
 - UK shoppers will spend £13.16bn online in the last quarter of 2008, 15% more than Q4 2007. [Source: IMRG /Capgemini via Econsultancy blog, Nov 2008] – This equates to £215 for every person in the UK, but represents a slowdown compared with the 54% year-on-year increase in 2007
 - Online retail sales in the UK are predicted to reach £44.9bn in 2012, up from £19.5bn in 2008. [Source: Verdict Research via eMarketer, Sept 2008]
 - Online retail is still set to reach £31.2 bn by 2013, accounting for 10.0% of total retail spending. [Source: Verdict Research, June 2009]
 - See E-commerce in Saudi Arabia: adoption and perspectives, September 2004, by Sadiq M. Sait 1 Khalid M. Al-Tawil 2 Syed Ali Hussain <http://css.escwa.org.lb/SD/0977/b10.pdf>
 - See E-commerce in Bahrain, <http://css.escwa.org.lb/SD/0977/c5.pdf>
 - See E-commerce in Palestine, published by ESCWA, available: <http://css.escwa.org.lb/SD/0977/c6.pdf>
- 2- See E-market place, available: <http://www.idea.gov.uk/idk/core/page.do?pageId=82639>
- 3- The Future of Internet Economy, A Statistical Profile, OECD ministerial meeting on the future of the internet economy, Seoul-Korea, 17-18 June 2008, available: <http://www.oecd.org/dataoecd/44/56/40827598.pdf>
- 4- See Internet Usage Statistics: Internet Usage and World Population Statistics are for June 30, 2010, available: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- 5- Bing Bang Theory, available: <http://63.111.106.66/technology/whitepapers/bigbangtheory.pdf>
- 6- See OECD guidelines for Consumer protection in the context of Electronic commerce is available online at: <http://www.oecd.org/dataoecd/18/29/34023811.pdf>
- 7- See example on Collective agreement: Collective agreement between the business practices & consumer protection authority (The «Employer») and the B.C. government and service employees' union (BCGEU), Effective from April 1, 2006 to March 31, 2010, available: http://www.bcgeu.ca/files/Business_Practices_2006_2010.pdf
- 8- See Decoding codes: The dialogue between consumers and suppliers through codes of conduct in the European Community, available: <http://www.springerlink.com/content/r202h4651862u602/>

The second Consumer Action Programme of the European Community (1981) has introduced the idea of a dialogue between producers and consumers, leading to voluntary agreements or codes of conduct. Today, several types of codes exist within the area of the European Community. They differ in their geographic origin, their adoption procedure and their modus operandi. Many codes are good examples of a new type of rule-making in European consumer affairs, namely sponsored regulation. In between the public and the private normative order, a grey area of paralegal norms is existing and developing steadily. The EC authorities often prefer to provide the conditions for rule-making by private parties instead of producing norms themselves. In those cases, codes of conduct may replace the law, substitute it, or add to it. Codes of conduct are not the only possible output of the dialogue between producers and consumers, nor are they the only example of sponsored regulation. Others are model contracts, complaint boards, and standardization institutes

- See A Unified Consumer Protection Code, By Kevin Hoy, September 09 2005, available: <http://www.internationallawoffice.com/newsletters/detail.aspx?g=62d4ba76-b386-4a54-8f2e-4c07a52a2aac>

9- See Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce), published in Official Journal of the European Communities dated 17.7.2000, L 178/1, available: http://europa.eu.int/eur-lex/pri/en/oj/dat/2000/l_178/l_17820000717en00010016.pdf.

10- See UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998, United Nations, New-York 1999, available: http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

11- See Protecting consumers Online, A Report from the Federal Trade Commission Staff, December 1999, available: <http://www.ftc.gov/os/1999/12/fiveyearreport.pdf>

«In the electronic marketplace, frauds can appear suddenly, spread rapidly, and disappear without notice or warning. Law enforcement has to be just as fast. The FTC uses technology based tools -- some of which it pioneered -- to protect consumers. Among these tools are Consumer Sentinel, Internet "Surf Days," and the Internet Lab».

12- File sharing

13- Prepaid TV

14- See OECD guidelines for Consumer protection in the context of Electronic commerce» (I. transparent and effective protection) «Consumers who participate in electronic commerce should be afforded transparent and effective consumer protection that is not less than the level of protection afforded in other forms of commerce».
<http://www.oecd.org/dataoecd/18/29/34023811.pdf>

15- See UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998, articles 13, 14, and 15
http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

16- See International Trade Law, by Indira Carr, 3rd Edition, Cavendish publishing. Available: <http://books.google.com/>
«A problem normally voiced about electronic messages is the uncertainty in attributing messages to those who are supposed to have sent them. What guarantee is there that the electronic message is really sent by the person who is indicated as being the originator? One way of resolving this uncertainty would be to follow up the electronic message with a paper document. This defeat the advantages-speed, efficiency and economic benefits – normally advanced in favour of electronic communication. The EC model law handles this uncertainty by presuming that a data message under certain condition would be regarded as that of the originator. So where the originator and the addressee agreed upon an authentication procedure and that procedure is applied by the addressee, the message will be attributed to the originator according to article 13 (3-a) of the EC model law».

17- See UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, Article 15 (2)

18- UNCITRAL Arbitration Rules: Article 2 Notice and calculation of periods of time
«A notice shall be deemed to have been received on the day it is delivered in accordance with paragraphs 2, 3 or 4, or attempted to be delivered in accordance with paragraph 4. A notice transmitted by electronic means is deemed to have been received on the day it is sent, except that a notice of arbitration so transmitted is only deemed to have been received on the day when it reaches the addressee's electronic address».
<http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/arbitration/arb-rules-revised/arb-rules-revised-2010-e.pdf>

19- See UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, Article 15 (3,4)

20- See the Canadian Code of Practice for Consumer Protection In Electronic Commerce, Principle7- Unsolicited E-mail available at: <http://www.cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/eng/fe00072.html>

7.1 Vendors shall not transmit marketing e-mail to consumers without their consent, except when vendors have an existing relationship with them. An existing relationship is not established by consumers simply visiting, browsing or searching vendors' Web sites.

7.2 Any marketing e-mail messages vendors send shall prominently display a return e-mail address and shall provide in plain language a simple procedure by which consumers can notify vendors that they do not wish to receive such messages.

21- The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 -

8. *Unsolicited commercial communications: A service provider shall ensure that any unsolicited commercial communication sent by him by electronic mail is clearly and unambiguously identifiable as such as soon as it is received.*

22- See Business-to-Consumer E-commerce Statistics, Figure 1. B2C e-commerce indicators in selected OECD countries for 2000 or latest available year, available: <http://www.oecd.org/dataoecd/34/36/1864439.pdf>

٢٣- لقد ورد في المادة (٤) من القانون المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بإصدار قانون حماية المستهلك: على المورد أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحركات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقد مع المستهلك ، بما في ذلك المحركات والمستندات الإلكترونية - البيانات التي من شأنها تحديد شخصيته ، وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت . كما ورد في الفصل العاشر ، المادة ٥١ و ٥٢ من القانون اللبناني مرسوم رقم ١٣٠٦٨ تاريخ ٥ آب ٢٠٠٤ المتعلق بحماية المستهلك:

المادة ٥١: « ترعى أحكام هذا الفصل العمليات التي يجريها المحترف عن بُعد أو في محل إقامة المستهلك ، لا سيما تلك التي تتم في مكان إقامة المستهلك أو عبر الهاتف أو الإنترنت ، أو أية وسيلة أخرى معتمدة لذلك . لا ترعى أحكام هذا الفصل العمليات المالية والمصرفية والبيع بالمزاد العلني والعمليات التي تتناول أموالاً غير منقولة .»

المادة ٥٢: « يجب تزويد المستهلك ، في الحالات المنصوص عليها في المادة ٥١ ، بمعلومات واضحة وصريحة تتناول المواضيع التي تمكنه من اتخاذ قراره بالتعاقد ، لا سيما:

- تعريف المحترف واسمه وعنوانه ورقم ومكان تسجيله ، وبريده الإلكتروني ، بالإضافة إلى أية معلومات تتيح تعريف المحترف .

- السلعة والخدمة المعروضة وكيفية استعمالها والمخاطر التي قد تنتج عن هذا الاستعمال .

- مدة العرض .

- ثمن السلعة أو الخدمة والعملة المعتمدة وكافة المبالغ التي قد تضاف إلى الثمن لا سيما الرسوم والضرائب والمصاريف أيًا كانت ، وكيفية تسديد هذه المبالغ .

- الخ . . .

24- See The Australian Guidelines for Electronic Commerce, Commonwealth of Australia 2006, available at: <http://www.treasury.gov.au/>

25- Businesses engaged in electronic commerce should provide enough information about the terms, conditions and costs of a transaction to enable consumers to make informed decisions. 26. This information should be clear, accurate and easily accessible. It should be provided in a way that gives consumers an adequate opportunity for review before entering into the transaction and that allows consumers to retain a copy of the information. 28. All information referring to costs should indicate the applicable currency, including guidance on how to get information on exchange rates, or a link to a site where such information may be found. 31. The information should include a prominently displayed single-figure total minimum price for the product or service. All compulsory charges such as delivery, postage and handling charges should be included in this price. This does not preclude a business itemising the total costs to the consumer collected by the business.

See The Australian Guidelines for Electronic Commerce, Commonwealth of Australia 2006, available at: <http://www.treasury.gov.au/>

34. Businesses should put in place procedures that let consumers:

34.1 review and accept or reject the terms and conditions of the contract;

34.2 identify and correct any errors; and

34.3 confirm and accept or reject the offer.

35. Consumers should be able to retain a record of any order, transaction confirmation, or acceptance of any offer they make.

26- See The General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) covers international trade in goods, available: http://www.wto.org/english/tratop_e/gatt_e/gatt_e.htm

27- «Businesses engaged in electronic commerce with consumers should provide accurate and easily accessible information describing the goods or services offered; sufficient to enable consumers to make an informed decision about whether to enter into the transaction and in a manner that makes it possible for consumers to maintain an adequate record of such information». OECD guidelines for Consumer protection in the context of Electronic commerce (b. information about the goods or services). <http://www.oecd.org/dataoecd/18/29/34023811.pdf>

28- See Uniform Rules of Conduct for Interchange of Trade Data by Teletransmission (UNCID) http://www.unece.org/trade/untdid/texts/d220_d.htm

These rules aim at facilitating the interchange of trade data effected by teletransmission, through the establishment of agreed rules of conduct between parties engaged in such transmission. Except as otherwise provided in these rules, they do not apply to the substance of trade data transfers.

29- See FEDMA Code on E-commerce & Interactive marketing, Federation of European Direct Marketing, 5 September 2000, available at: http://www.fedma.org/getfile.php/342989.1014.xdpfddbpdw/Code_of_conduct_for_e-commerce.pdf

See APTICE Code of Practice for e-commerce and e-government, 2001. Spain, available at: http://www.agace.org/en/pdfs/AGACE_code_of_practice.pdf

30- See the directive on E-Commerce (2000/ /EC), article 16 states « Member States and the Commission shall encourage the drawing up of codes of conduct at Community level, by trade, professional and consumer associations and organisations, designed to contribute to the proper implementation of articles 5 to 15. »

31- See UNCITRAL Arbitration Rules (as revised 2010), available at: <http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/arbitration/arb-rules-revised/arb-rules-revised-2010-e.pdf>

- UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration, available at: http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/arbitration/ml-arb/06-54671_Ebook.pdf

- Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards, available at: <http://www.uncitral.org/english/texts/arbitration/NY-conv.htm>.

- European Convention on International Commercial Arbitration, United Nations, Treaty Series, vol. 484, p. 364 No. 7041 (1963-1964) entered into force in 1964. Currently, there are some works on possible revision of the convention. See: United Nations Economic and Social Council, Advisory Group to Consider Possible Revisions to the European Convention on International Commercial Arbitration of 1961, online: <http://www.unece.org/ie/Wp5/eucon.htm>. This opens the possibility to adapt the Convention to the needs of dispute settlement by means of electronic commerce.

32- Online dispute resolution (ODR) is a branch of dispute resolution which uses technology to facilitate the resolution of disputes between parties. It primarily involves negotiation, mediation or arbitration, or a combination of all three. In this respect it is often seen as being the online equivalent of alternative dispute resolution (ADR). However, ODR can also augment these traditional means of resolving disputes by applying innovative techniques and online technologies to the process. http://en.wikipedia.org/wiki/Online_dispute_resolution#cite_note-42

33- See OECD guidelines for Consumer protection in the context of electronic commerce (B. alternative dispute resolution and redress) <http://www.oecd.org/dataoecd/18/29/34023811.pdf>
Consumers should be provided meaningful access to fair and timely alternative dispute resolution and redress without undue cost or burden.

٣٤- لقد ورد في المادة ٨ من قانون التحكيم السوري الجديد رقم ٤ لعام ٢٠٠٨: « يجب أن يكون اتفاق التحكيم مكتوباً وإلا كان باطلاً، ويكون الاتفاق مكتوباً إذا ورد في عقد أو وثيقة...، أو في أية رسائل متبادلة عادية كانت أو مرسله بوسائل الاتصال المكتوب (البريد الإلكتروني، الفاكس، التلكس) إذا كانت تثبت تلاقي إرادة مرسلها على اختيار التحكيم وسيلة لفض النزاع».

35- See the Canadian Code of Practice for Consumer Protection In Electronic Commerce, Principle 6- Complaint Handling and Dispute Resolution available at: <http://www.cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/eng/fe00072.html>

6.1 Vendors shall provide consumers with access to fair, timely and effective means to resolve problems with any transaction.

6.2 Vendors shall offer an internal complaints-handling process that:

- a) is easily accessible online and offline;*
- b) is available to consumers free of charge;*
- c) is easy to use;*
- d) acknowledges complaints within seven business days of receipt and endeavours to resolve or address these complaints within 45 days of acknowledgment; and*
- e) records and monitors complaints.*

6.3 When a consumer and a vendor cannot resolve a complaint, the vendor is strongly encouraged to offer to refer matters to an appropriate third-party dispute resolution service, use of which shall be at the consumer's discretion.

6.4 Any dispute resolution service(s) offered by the vendor in accordance with 6.3 shall:

- a) be available to be initiated online and irrespective of consumers' location;*
- b) be easily accessible to consumers (e.g. via a hyperlink from vendors' Web sites);*
- c) be easy to use;*
- d) be offered at nominal or no cost to consumers;*
- e) be expeditious, with reasonable time limits for each stage of the process;*
- f) be fair (i.e. meet the standards of due process);*
- g) commit vendors to abide by awards when consumers agree to them;*

h) be operated by an independent and impartial body; and

i) be transparent in all aspects of its operations, including services, procedures, governance structure, dispute resolution personnel, and the results of dispute resolutions. With respect to the last, the dispute resolution service provider shall make public its arbitration case results and detailed statistics on its confidential dispute resolution results covering the number and type of complaints and the proportion resolved in the customer's favour.

نص إرشاد التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك

الباب الأول: أحكام عامة

المستهلك: هو كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعاً أو خدمة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه المهني أو التجاري.

المحترف: هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحترف نشاطاً معيناً كبيع السلع أو توزيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات.

خطابات أو اتصالات تجارية: كل شكل اتصال مخصص لترويج، بشكل مباشر أو غير مباشر، الأموال أو الخدمات أو صورة شركة أو مؤسسة أو شخص يمارس نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو حرفياً أو يمارس مهنة منظمة بقانون. لا تشكل اتصالات إلكترونية بمفهوم هذه المادة:

- المعلومات التي تسمح بالوصول المباشر إلى نشاطات الشركة أو المؤسسة أو الشخص، لاسيما اسم الموقع أو عنوان البريد الإلكتروني؛
- الاتصالات المتعلقة بالأموال أو بالخدمات أو بصورة الشركة أو المؤسسة أو الشخص، المجرة بشكل مستقل، لاسيما عندما تقدم بدون مقابل مادي.

نظام رسائل معلوماتي آلي: هو برنامج أو وسيلة إلكترونية تُستخدم لاستهلاك إجراء ما أو للاستجابة كلياً أو جزئياً للرسائل الإلكترونية أو لعمليات تنفيذها، وذلك دون مراجعة أو تدخل من شخص طبيعي في كل مرة يستهل النظام إجراء ما أو يطلق استجابة ما.

المادة ٣: حرية التجارة الإلكترونية

لا يمكن للدول الأعضاء تقييد الانتقال الحر لخدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) من دولة عضو إلى دولة عضو أخرى.

تُمارس التجارة الإلكترونية بحرية ضمن نطاق القوانين النافذة. لكن يمكن للدول المتعاقدة أن تأخذ في صدد خدمة معينة لمجتمع المعلومات تدابير تخالف الفقرة الأولى، عندما تكون هذه التدابير ضرورية:

للحفاظ على النظام العام، ولاسيما الوقاية أو التحقيق أو الاكتشاف أو الملاحقة في المسائل الجزائية، وحماية القاصرين

المادة ١: أهداف الإرشاد ونطاق تطبيقه

يهدف هذا الإرشاد إلى وضع قواعد قانونية عامة من شأنها المساهمة في ازدهار الأسواق من خلال تأمين الانتقال الحر لخدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) بين الدول الأعضاء.

المادة ٢: تعاريف

التجارة الإلكترونية: هي نشاط اقتصادي يعرض بموجبه أو يؤمن عن بعد وبوسائل إلكترونية تقديم الأموال أو الخدمات، ويدخل أيضاً في إطار التجارة الإلكترونية خدمات تقديم المعلومات مباشرة على الخط وخدمات الاتصالات التجارية وأدوات البحث واسترجاع المعلومات، وخدمات تأمين الوصل بشبكة اتصال أو استضافة البيانات.

رسالة إلكترونية: هي المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية، بما في ذلك على سبيل المثال البريد الإلكتروني.

مرسل الرسالة الإلكترونية: هو الشخص الذي أنشأ الرسالة الإلكترونية أو أرسلها قبل تخزينها من قبل المرسل إليه أو الغير، ولا يشمل الشخص الذي يتصرف كوسيط.

المُرسل إليه: هو الشخص الذي قصد المرسل أن يتسلم الرسالة الإلكترونية، ولا يشمل الشخص الذي يتصرف كوسيط.

الوسيط: هو الشخص الذي يقوم، نيابة عن شخص آخر، بإرسال أو استلام أو تخزين رسالة إلكترونية أو بتقديم خدمات أخرى فيما يتعلق بهذه الرسالة.

خدمة إلكترونية: هي كل خدمة، عادة لقاء مقابل، مقدمة عن بعد بواسطة وسائل معلوماتية لمعالجة وتخزين البيانات، وذلك بناءً لطلب فردي من المتعامل.

عقد إلكتروني: هو عقد نظم وتم توقيعه بوسيلة إلكترونية.

- إذا لم يحدد المُرسَل إليه نظاماً معلوماتياً، يتم الاستلام عندما تدخل الرسالة الإلكترونية نظاماً معلوماتياً تابعاً للمرسَل إليه.

ما لم يتفق المُرسَل والمُرسَل إليه على خلاف ذلك، تُعتبر الرسالة الإلكترونية قد أُرسلت من مكان مقر عمل المُرسَل، وتُعتبر أنها استلمت في مكان مقر عمل المُرسَل إليه. إذا كان للمُرسَل أو للمُرسَل إليه أكثر من مقر عمل واحد، كان مقر العمل هو المقر الذي له وثق علاقة بالمعاملة المعنية. وإذا لم يوجد مثل هذه المعاملة، يُعتمد مقر العمل الرئيسي. إذا لم يكن للمُرسَل أو للمُرسَل إليه مقر عمل، يُعتمد محل إقامته المعتاد.

المادة ٧: المعلومات الواجب تقديمها

تُحرص الدول الأعضاء على أن تكون الخطابات أو الاتصالات التجارية، التي تنضوي ضمن خدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية)، تلبى على الأقل الشروط التالية:

- أن يكون الاتصال أو الخطاب التجاري معرّفاً كذلك بشكل واضح؛
- أن يحدّد بشكل واضح الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتم لصالحه الخطاب أو الاتصال التجاري؛
- أن تكون الحسومات والعروض المحسومة محددة كذلك، وأن تكون شروط المشاركة فيها ظاهرة بشكل دقيق وغير ملتبس ويمكن الحصول عليها.

المادة ٨: الاتصالات أو الخطابات التجارية غير المرغوب بها

على الدول الأعضاء التي تسمح بالاتصالات أو الخطابات غير المرغوب بها بواسطة البريد الإلكتروني أن تسهر على أن الاتصالات التجارية المنقّدة بواسطة مزود خدمات تقنية مقيم على أراضيها قابلة للتحديد بطريقة واضحة وغير ملتبسة منذ تلقيها من قبل المرسَل إليه.

تتخذ الدول الأعضاء تدابير تضمن أن مزودي الخدمات التقنية الذين يرسلون بواسطة البريد الإلكتروني اتصالات تجارية غير مرغوب بها، يراجعون بشكل متواصل سجلات من الممكن أن يتسجّل فيها الأشخاص الطبيعيون الذين لا يرغبون باستلام هذا النوع من الاتصالات، وأخيراً أن يحترم مزودو الخدمات التقنية رغبات هؤلاء الأشخاص.

المادة ٩: المهن المنظمة بقانون

تُحرص الدول الأعضاء على أن استعمال الخطابات أو

ومسائل التمييز العنصري أو الجنسي أو الديني أو التعرض لكرامة الإنسان.

- للحفاظ على الصحة العامة؛

- للحفاظ على الأمن العام والدفاع الوطني والنظام العام؛

- لحماية المستهلكين و/أو المستثمرين.

الباب الثاني: الخطابات أو الرسائل الإلكترونية التجارية

المادة ٤: إسناد الرسائل الإلكترونية

تعتبر الرسالة الإلكترونية قد صدرت عن المُرسَل إذا أُرسلت:

من شخص مكلف من قبله.

من نظام معلوماتي مُبرمج من قبل المُرسَل أو من قبل شخص مكلف من قبله للعمل تلقائياً.

المادة ٥: إشعارات استلام الرسالة الإلكترونية

تكون إشعارات إرسال الرسائل الإلكترونية أو إشعارات استلامها مقبولة قانوناً في الدول الأعضاء، إلا أن استلام إشعار إلكتروني إثباتاً لإرسال رسالة إلكترونية أو لاستلامها لا يعني حكماً مطابقة المعلومات التي تم استلامها للمعلومات التي تم إرسالها.

المادة ٦: زمان ومكان إرسال واستلام الرسالة الإلكترونية

ما لم يتفق المُرسَل والمُرسَل إليه على خلاف ذلك، إن إرسال الرسالة الإلكترونية يتحقق في المبدأ عندما تدخل أول نظام معلوماتي لا يخضع لسيطرة المرسَل أو لسيطرة شخص مكلف من قبله، أو عند تلقيها من قبل المرسَل إليه وذلك في حالة بقائها في ذات النظام المعلوماتي.

ما لم يتفق المُرسَل والمُرسَل إليه على خلاف ذلك، يتحدد وقت استلام الرسالة الإلكترونية على الشكل التالي:

- إذا كان المُرسَل إليه قد حدّد نظاماً معلوماتياً لاستلامها:

- يتم الاستلام وقت دخول الرسالة النظام المعلوماتي المحدّد؛
- أو وقت استخراج المُرسَل إليه للرسالة أو علمه بواقعة إرسال الرسالة على عنوان إلكتروني معين في حال إرسالها على نظام معلوماتي غير ذلك التي قد تم تعيينه.

المادة ١٢: المعلومات الواجب تقديمها

باستثناء الحالة التي يكون فيها الأطراف غير الاعتباريين مستهلكين قد اتفقوا على العكس. حرص الدول الأعضاء على أن يقدم مزود الخدمات على الأقل المعلومات التالية، مصاغة بشكل واضح، مفهوم وغير ملتبس، وقبل أن يجري العميل طلبه:

- اسمه وشهرته ومقامه واسم مثله التجاري ومركزه وعنوانه التجاري وسجله التجاري وعنوان بريده الإلكتروني وأرقام هاتفه.
- المراحل التقنية المختلفة الواجب اتباعها من أجل إبرام العقد.
- إذا كان العقد بعد إبرامه يدخل ضمن الأرشيف أم لا من قبل مزود الخدمات وإذا كان يمكن الوصول إليه أم لا.
- الوسائل التقنية من أجل تحديد وتصحيح الأخطاء المرتكبة في إدخال المعلومات قبل أن يتم إجراء الطلبية.
- اللغات المقترحة لإبرام العقد.

باستثناء الحالة التي يكون فيها الأطراف غير الاعتباريين مستهلكين قد اتفقوا على العكس. حرص الدول الأعضاء على أن يحدد مزود الخدمات قواعد التصرف الملزمة التي يخضع لها وكذلك المعلومات حول طريقة استعراض هذه القواعد بوسائل إلكترونية.

إن البنود التعاقدية والشروط العامة المقدمة للعميل يجب أن تكون بشكل يسمح له بحفظها وبنسخها. يلتزم مقدم العرض بعرضه طالما بقي يمكن الوصول إلى هذا العرض بالطرق الإلكترونية. إن الفقرتين ١ و ٢ من هذه المادة لا تطبقان على العقود التي تبرم حصراً من خلال تبادل بريد إلكتروني أو من خلال اتصالات فردية متوازنة.

المادة ١٣: إجراء طلبية

باستثناء الحالة التي يكون فيها الأطراف غير الاعتباريين مستهلكين قد اتفقوا على العكس. حرص الدول الأعضاء على أنه عند إجراء العميل طلبه بوسائل إلكترونية، أن تطبق المبادئ التالية:

- يجب على مزود الخدمات أن يفيد باستلام طلبية العميل دون تأخير غير مبرر بوسائل إلكترونية.
- يكون الأطراف الموجهة لهم الطلبية أو الإشعار بالاستلام، قد استلموها عندما يمكنهم أن يصلوا إليها بوسائل إلكترونية.

باستثناء الحالة التي يكون فيها الأطراف غير الاعتباريين مستهلكين قد اتفقوا على العكس. حرص الدول الأعضاء

الاتصالات التجارية، التي تنضوي ضمن خدمات مجتمع المعلومات (خدمات إلكترونية) المقدمة من قبل عضو في مهنة منظمة بقانون. يكون مسموحاً شرط احترام القواعد المهنية التي تتعلق باستقلالية المهنة وبكرامتها وبشرفها وكذلك بالسريّة المهنية وبالإخلاص تجاه الزبائن والأعضاء الآخرين في المهنة.

تشجع الدول الأعضاء الهيئات والمؤسسات المهنية على وضع قواعد للتصرف بغية تحديد المعلومات الممكن إعطاؤها لغايات الاتصالات التجارية مع احترام القواعد المذكورة في الفقرة السابقة.

الباب الثالث: العقود الإلكترونية**المادة ١٠: الاعتراف القانوني بالعقود الإلكترونية**

حرص الدول الأعضاء على أن نظامها القانوني يسمح بإبرام العقود بوسائل إلكترونية، وأن النظام القانوني المطبق على آليات التعاقد لا يشكل عائقاً أمام استعمال العقود الإلكترونية، ولا يحرم هذه العقود من الآثار والاعتراف القانوني لمجرد أنها منظمة بوسيلة إلكترونية. يجوز استخدام الرسائل الإلكترونية للتعبير عن العروض وقبول العروض. يعود للدول الأعضاء أن تعتمد أن الفقرة السابقة لا تطبق على جميع العقود أو على البعض منها، بما يعود إلى الفئات التالية:

- العقود التي تنشئ أو تنقل حقوقاً على أموال عقارية، باستثناء عقود الإيجار؛
- العقود التي من أجلها يتطلب القانون تدخل المحاكم أو السلطات العامة أو مهناً تمارس سلطة عامة؛
- عقود الضمان المقدمة من قبل أشخاص يتصرفون لغايات لا تدخل ضمن إطار نشاطاتهم المهنية أو التجارية؛
- العقود التي تتعلق بقانون العائلة أو قانون الإرث.

تطبق على العقود الإلكترونية أحكام القانون المدني والتجاري في كل ما لا يتعارض مع أحكام هذا الإرشاد.

المادة ١١: استخدام أنظمة الرسائل المعلوماتية الآلية**في تكوين العقود**

لا يجوز إنكار صحة العقد الذي يتكون بالتفاعل بين نظام معلوماتي آلي وشخص طبيعي أو بالتفاعل بين نظامين معلوماتيين آليين. لمجرد عدم مراجعة شخص طبيعي المسائل التالية: الأفعال التي قامت بها الأنظمة المعلوماتية للرسائل الآلية، والعقد الناتج عن تلك الأفعال، وتدخله فيها.

إلا إذا وجد عيب في البرنامج منع حصول التحميل ولم يكن للمستهلك أي دور في إحداث العيب.

عند ممارسة المستهلك حقه بالعدول، يتوجب على المحترف إعادة المبالغ التي قبضها من المستهلك إليه، على أن يتحمل الأول مصاريف التسليم.

المادة ١٦: الأعمال المتعلقة بعقد نقل البضائع

يمكن استخدام الرسالة الإلكترونية لتنظيم عقد نقل البضائع أو أي مستند يتعلق بفعل مرتبط به أو أي مستند يتم تنفيذاً له، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر بيانات مواصفات البضاعة وأعدادها وكميتها أو علاماتها وإيصال البضائع وتأكيدها تحميل البضاعة وإصدار التعليمات إلى الناقل والمطالبة بتسليم البضاعة والإذن بالإفراج عن البضائع والإخطار بوقوع هلاك أو تلف في البضاعة وجميع الإخطارات والإشعارات المتعلقة بالعقد أو بتنفيذه ومنح حقوق على البضاعة أو اكتسابها أو التنازل عنها أو نقلها والتعهد بتسليم البضاعة إلى شخص معين.

المادة ١٧: مسؤولية المحترف

يُسأل كل من يمارس التجارة الإلكترونية تجاه العميل عن حسن تنفيذ موجباته الناتجة عن العقد. ولا يمكن إعفاؤه من المسؤولية كلياً أو جزئياً إلا إذا أثبت أن عدم تنفيذ العقد أو سوء تنفيذه يعود للعميل أو للقوة القاهرة أو لفعل الغير.

الباب الرابع: أحكام ختامية

المادة ١٨: قواعد التصرف

تشجع الدول الأعضاء أن تقوم الهيئات أو المنظمات المهنية أو العائدة للشركات أو للمستهلكين بوضع قواعد للتصرف تهدف إلى حسن تطبيق أحكام هذا الإرشاد. وبتسهيل الوصول إلى هذه القواعد بالوسائل الإلكترونية.

تشجع الدول الأعضاء الهيئات والمنظمات التي تمثل المستهلكين على المشاركة في وضع وتطبيق قواعد التصرف المنوه عنها، والتي لها تأثير على مصالحهم.

المادة ١٩: الحل غير القضائي للنزاعات

تحرس الدول الأعضاء، في حال الخلاف بين مزود خدمات مجتمع المعلومات (الخدمات الإلكترونية) والعميل، ألا تمنع قوانينها استعمال وسائل بديلة لحل النزاعات أو تسوية الخلافات، وذلك من خلال وسائل إلكترونية ملائمة.

على أن يضع مزود الخدمات بتصرف العميل وسائل تقنية ملائمة وفعالة ويمكن الوصول إليها، تسمح له بتحديد الأخطاء المرتكبة في إدخال المعلومات وبتصحيحها وذلك قبل إجراء الطلبية.

إن الفقرتين ١ و ٢ من هذه المادة لا تطبقان على العقود التي تبرم حصراً من خلال تبادل بريد إلكتروني أو من خلال اتصالات فردية متوازية.

المادة ١٤: تحديد الأسعار

تحرس الدول الأعضاء على أن تذكر الأسعار بطريقة واضحة وأن تحدد ما إذا كانت الضرائب ونفقات التسليم مشمولة بالسعر أم لا.

يجب أن تكون وسيلة الدفع المعتمدة آمنة وسهلة الاستعمال. وأن يُعلم المحترف المستهلك بالشروط المطبقة على وسيلة الدفع.

المادة ١٥: حق الرجوع

خلافًا لأي نص آخر، يحق للمستهلك العدول عن قراره بشراء سلعة أو استئجارها أو الاستفادة من الخدمة في خلال مهلة عشرة أيام^١ تسري اعتباراً من تاريخ العقد بالنسبة للخدمات ومن تاريخ التسليم بالنسبة للبضائع والسلع. يمكن للأطراف الاتفاق على مهلة معينة بإيراد بند خاص في العقد.

إلا أنه لا يحق للمستهلك ممارسة حق الرجوع في الحالات التالية:

- ١- إذا استفاد من الخدمة أو استعمل السلعة قبل انقضاء مهلة العشرة أيام أو المهلة المتفق عليها.
- ٢- إذا كان موضوع العقد بضائع أو سلع صُنعت بناءً لطلبه أو وفقاً لمواصفات عينها بنفسه.
- ٣- إذا كان موضوع العقد أشرطة أو أسطوانات أو أقراصاً مدمجة أو برامج معلوماتية، في حال تم إخراجها من العبوة أو إزالة غلافها للمرة الأولى.
- ٤- إذا كان موضوع العقد شراء الصحف والمجلات والمنشورات لاسيما الكتب.
- ٥- إذا ظهر عيب في السلعة من جراء سوء حيازتها أو حفظها أو استعمالها من قبل المستهلك.
- ٦- إذا اشتمل العقد على تقديم خدمات إيواء أو نقل أو إطعام أو لهُو تقدّم في تاريخ معين أو بصورة دورية محددة.
- ٧- إذا كان موضوع العقد خدمة تحميل برامج عبر الإنترنت

تشجع الدول الأعضاء الأجهزة غير القضائية لتسوية النزاعات، ولاسيما في مسائل حماية المستهلك، على تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطراف المعنية.

المادة ٢٢: حماية المستهلك

تشجع الدول الأعضاء الأجهزة غير القضائية لتسوية النزاعات، ولاسيما في مسائل حماية المستهلك، على تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطراف المعنية.

المادة ٢٣: العقوبات

تشجع الدول الأعضاء الأجهزة غير القضائية لتسوية النزاعات، ولاسيما في مسائل حماية المستهلك، على تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطراف المعنية.

المادة ٢٠: المراجعات القضائية

تشجع الدول الأعضاء الأجهزة غير القضائية لتسوية النزاعات، ولاسيما في مسائل حماية المستهلك، على تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطراف المعنية.

المادة ٢١: التعاون بين الدول الأعضاء

تشجع الدول الأعضاء الأجهزة غير القضائية لتسوية النزاعات، ولاسيما في مسائل حماية المستهلك، على تأمين الضمانات الإجرائية الملائمة للأطراف المعنية.

هوامش

