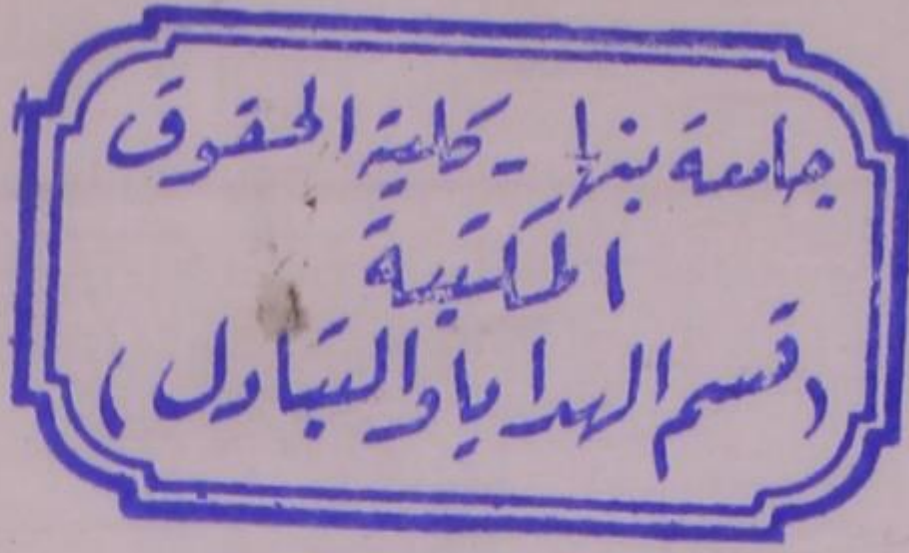




جامعة بنها
كلية الحقوق
قسم القانون التجاري

حماية المستهلك الإلكتروني

Protection du Consommateur électronique

رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الحقوق

إعداد الباحثة

كوثر سعيد عدنان خالد

مدرس مساعد بقسم القانون التجاري

كلية الحقوق - جامعة بنها

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

الأستاذ الدكتور / سميحة مصطفى القليوبي

"رئيساً"

أستاذ القانون التجاري والبحري - كلية الحقوق - جامعة القاهرة

الأستاذ الدكتور / محمود مختار أحمد بريري

"عضواً"

أستاذ القانون التجاري والبحري - كلية الحقوق - جامعة القاهرة

الأستاذ الدكتور / محمد عبد الحميد القاضي

"رحمه الله"

أستاذ القانون التجاري والبحري - كلية الحقوق - جامعة بنها

الأستاذ الدكتور / حنان عبد العزيز مخلوف

أستاذ القانون التجاري والبحري المساعد - كلية الحقوق - جامعة بنها

"مشرفاً وعضواً"

وقائم بعمل رئيس القسم

٢٠١٠



T05-01267

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَمَا تُؤْفِكُنِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ
تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ "

صدق الله العظيم
سورة هود آية (٨٨)

إهداء

إلى والدي

أطال الله عمرهما ومتعهما بالصحة والعافية

إلى زوجي

وفقه الله لما يحبه ويرضاه

إلى ابني محمد

يحفظه الله ويرعاه

إلى كل من قدم لي يد العون والمساعدة

في سبيل إتمام هذا البحث

أهدي هذا العمل المتواضع

شكر ورثاء

الحمد لله الذي تمت كلمته فلا يُرد حكم قاضيهما وعلت
سُلطته فجَلَّ تعاليها ودامت أزليتها فمن ذا يضاهيها قدر الأعمار
بالشهور والأيام ولياليها.

أول من أدين له بواجب الشكر والامتنان بعد فضل الله سبحانه
وتعالى، **أستاذي الفاضل، أستاذنا الدكتور/ محمد عبد الحميد حسين القاضي**
أستاذ القانون التجاري والبحري - بكلية الحقوق - جامعة بنها، والذي رحل
عن دنيانا، إلا أنه لم ولن يرحل عن ذاكرتنا، والذي ننعى وفاته ببالغ الحزن
والأسى ولا أدري كيف أوفى دين أستاذي الفاضل الذي سوف أظل طيلة
حياتي أعترف بفضله، فقد شملني بتوجيهاته السديدة والثاقبة منذ أن سجلت
مع سيادته رسالتي والتي لم تكن تبلغ ما بلغته دون عونه ونصحه لي،
ويشهد الله أنني وجدته نعم الأب المعلم، وأدعو الله أن يدخله فسيح جناته
ويتغمده برحمته الواسعة، وأن يصدق فيه قول المولى عز وجل : "يا أيتها
النفس المطمئنة أرجعي إلى ربك راضية مرضية، فادخلي في عبادي
وادخلي جنتي" (صدق الله العظيم) (سورة الفجر : الآيات ٢٧ - ٣٠) .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله صاحب الفضل والعطاء، وأصلي وأسلم على من بعث معلماً وأرسل هداية ورحمة للعالمين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه والتابعين

الشكر لله سبحانه وتعالى على ما وهبني من صبر وتوفيق تخطيت بهما الكثير من الصعاب التي واجهتني في سبيل إتمام هذه الدراسة وإن كنت قد وفقت - بفضل الله تعالى - فلا أستطيع إلا أن أurd الفضل لذوي الفضل الذين كانت لهم أيادي كريمة وجهود سخية استطعت من خلالها إتمام هذه الدراسة، ولذا لا تملك الباحثة سوى أن تتقدم بأسمى آيات الحب والوفاء والتقدير لكل من ساهم بنية صادقة ومخلصة في سبيل إتمام هذه الدراسة.

وأوجه بأسمى آيات الشكر والعرفان والتقدير، إلى **أستاذتنا الدكتورة/ سميحة مصطفى القليوبى** - أستاذ القانون التجاري والبحري - بكلية الحقوق - جامعة القاهرة، على تفضل سيادتها بقبول رئاسة لجنة المناقشة والحكم على الرسالة، وهى من أعلام القانون ومفاخر مصر في العلم، مما كان له أبلغ الأثر في نفسى من توقيير لشخصها وتقدير لعلمها وخلقها، والتي أجدنى عاجزة عن التعبير عن مدى حبنى وتقديرى لها، فلقد التمست من خلقها الرفيع علماً وعطاءً لا ينضب ما يفيدنى في رحلة الحياة. والتي كانت لها ملحوظاتها الثاقبة في إخراج الرسالة في هذا الشكل والمضمون. وأدعو الله عز وجل أن يمتعها بالصحة والعافية وأن يطيل في عمرها وجزاها الله عنى وعن زملائى من طلاب العلم خير الجزاء.

وكما يسعدنى ويشرفنى أن أتقدم بخالص شكري وتقديرى إلى **أستاذنا الدكتور/ محمود مختار أحمد بريري** - أستاذ القانون التجاري والبحري - بكلية الحقوق - جامعة القاهرة على تفضل سيادته بقبول المناقشة والحكم على الرسالة، فكان مبعث سعادة وفخر، فهو بحق قدوة

فى الخلق الرفيع والجود والكرم، يعرفه الجميع بطيب خلقه، وسعة صدره، وهو فى عون الباحثين لا يبخل بوقته أو جهده عليهم، ومهما كتب قلمي فهو عاجز عن التعبير عما يستحقه، فأنا على علم ويقين أن ملاحظاته النافعة والقيمة، سيكون لها أثر بالغ فى إغناء وإثراء رسالتى هذه، وإظهارها بالشكل اللائق والمناسب فجزاه الله كل خير.

كما يسعدني ويشرفني أن أتقدم بعظيم امتناني إلى **أستاذتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ حنان عبد العزيز مخلوف** - أستاذ مساعد القانون التجاري والبحري - بكلية الحقوق جامعة بنها، على تفضل سيادتها بقبول الإشراف على الرسالة ومناقشتها، والتي وهبتني صادق جهدها وغالى وقتها، ومساعدتها الصادقة وتوجيهاتها الأمانة منذ أن خط قلمي عنوان هذه الرسالة، فقد كان تشجيعها وحفزها الدائم خير معين فى ظهور هذه الدراسة بهذه الصورة، هذا ولا أدري كيف أوفى دين أستاذتي الفاضلة التى سوف أظل أعترف بفضلها، والتي علمتني كيفية البحث داخل المكتبة، وكيفية انتقاء المعلومة وتوثيقها، وكانت يدها بيدي ترعاني بعلمها الوفير طوال فترة البحث رغم مسئولياتها الجمّة، ومهما كتب قلمي فهو عاجز عن التعبير عن مدى حبي وتقديري وعما تستحقه، منحها الله الصحة والعافية وجزاها عنى خير الجزاء.

ولا يفوتني فى هذا المقام أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى جهاز حماية المستهلك - رئيساً والعاملين به - لمساعدتهم الصادقة فى إمدادي بأحدث الأحكام القضائية الصادرة تطبيقاً لقانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦م كما أتوجه بالشكر للعاملين بمحكمة القاهرة الاقتصادية لتزويدي بأحدث الأحكام القضائية.

وكذلك كل الشكر والتقدير إلى **أمناء** : مكتبة كلية الحقوق - جامعة بنها، مكتبة كلية الحقوق - جامعة القاهرة، مكتبة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، ومكتبة جمعية الاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع. لما قدموه لي من عون فى سبيل تجميع المادة العلمية لإتمام هذه الدراسة.

نوقشت هذه الرسالة

بتاريخ ١١/٤/١٠٠١م

ونالت تقدير ممتاز

مع مرتبة الشرف

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
١	مقدمة
١	أولاً: موضوع الدراسة
٣	ثانياً: أهمية موضوع الدراسة
٩	ثالثاً: مشكلة الدراسة
١٤	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
١٧	خامساً: أهداف البحث
١٨	سادساً: منهج البحث
٢٣	سابعاً: صعوبات الدراسة
٢٣	ثامناً: خطة البحث
٢٥	فصل تمهيدى ماهية المستهلك الإلكتروني
٢٥	مقدمة
٢٦	المبحث الأول : المفهوم التقليدي للمستهلك
٢٧	أولاً: المفهوم الاقتصادي للمستهلك
٢٧	ثانياً: أهمية التحديد القانوني لمفهوم المستهلك
٢٩	المطلب الأول: المفهوم التشريعي للمستهلك
٢٩	أولاً: مفهوم المستهلك في التشريعات الوطنية
٣١	ثانياً: مفهوم المستهلك في التوجيهات الأوروبية والمنظمات الدولية
٣٥	المطلب الثاني: المفهوم الفقهي والقضائي للمستهلك
٣٥	أولاً: المفهوم الفقهي للمستهلك
٤٥	ثانياً: المفهوم القضائي للمستهلك
٤٧	المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على تحديد مفهوم المستهلك
٤٧	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية ودورها في تطور المعاملات التجارية
٤٧	-مقدمة عن الإنترنت
٥١	أولاً: ماهية التجارة الإلكترونية
٧١	ثانياً: أثر تطور التجارة الإلكترونية على المعاملات التجارية...

رقم الصفحة	الموضوع
٧٦	المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية في تحديد مفهوم المستهلك.....
٧٦	أولاً: المقصود بالمستهلك تبعاً لنشأة وتطور نظام التجارة الإلكترونية.....
٨٠	ثانياً: ضرورة التوسع في مفهوم المستهلك الإلكتروني.....
٨٣	ثالثاً: المسائل القانونية التي يثيرها مفهوم المستهلك الإلكتروني.....
٩٥	الباب الأول
٩٥	التزامات مقدمي السلع والخدمات الإلكترونية
٩٥	- مقدمة
٩٩	الفصل الأول
٩٩	التزام مقدمي السلع والخدمات بتقديم إعلانات تجارية إلكترونية نزيهة
٩٩	-مقدمة
١٠١	المبحث الأول: ماهية الإعلانات التجارية الإلكترونية وأشكالها.
١٠٢	المطلب الأول: ماهية الإعلانات التجارية الإلكترونية
١٠٢	أولاً: المفهوم التشريعي للإعلانات التجارية الإلكترونية
١٠٧	ثانياً: المفهوم الفقهي للإعلانات التجارية الإلكترونية.....
١١٣	المطلب الثاني: أشكال الإعلانات التجارية الإلكترونية ومحلها وطبيعتها القانونية
١١٤	أولاً: أشكال الإعلانات التجارية الإلكترونية.....
١١٩	ثانياً: محل الإعلانات التجارية الإلكترونية.....
١٣٢	ثالثاً: الطبيعة القانونية للإعلانات التجارية الإلكترونية.....
١٣٨	المبحث الثاني: الإعلانات التجارية الإلكترونية النزيهة والإعلانات المقارنة الإلكترونية
١٣٨	المطلب الأول: الإعلانات التجارية الإلكترونية النزيهة.....
١٣٩	أولاً: أهمية الإعلانات التجارية الإلكترونية النزيهة.....
١٤١	ثانياً: شروط الإعلانات التجارية الإلكترونية النزيهة.....
١٥٦	المطلب الثاني: الإعلانات المقارنة الإلكترونية.....
١٥٧	أولاً: ماهية الإعلانات المقارنة الإلكترونية.....

الموضوع	رقم الصفحة
ثانياً: شروط صحة الإعلانات المقارنة الإلكترونية	١٦١
المبحث الثالث : الإعلانات الإلكترونية الكاذبة أو الخادعة والإعلانات غير المرغوب فيها (إعلانات SPAMMING)....	١٧٦
المطلب الأول: الإعلانات الإلكترونية الكاذبة أو الخادعة	١٧٧
أولاً: ماهية الإعلانات الإلكترونية الكاذبة أو الخادعة	١٧٧
ثانياً: شروط الإعلان الإلكتروني الكاذب أو الخادع.....	١٨١
ثالثاً: المسؤولية عن الإعلانات الإلكترونية الكاذبة أو الخادعة	١٩٥
المطلب الثاني: الإعلانات التي تتم بالبريد الإلكتروني. الإعلانات غير المرغوب فيها (Spamming)	٢٠٩
أولاً: ماهية إعلانات Spamming وخصائصها.....	٢٠٩
ثانياً: مزايا وعيوب إعلانات Spamming.....	٢١٢
ثالثاً : وسائل حماية المستهلك في مواجهة إعلانات Spamming.	٢١٤
المبحث الرابع: العلاقة بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية وأثرهما على حماية المستهلك الإلكتروني.....	٢٢٣
-مقدمة.....	٢٢٣
الصلة بين العلامات التجارية والإعلانات التجارية.....	٢٢٣
المطلب الأول: العلاقة بين العلامات التجارية Le marque وأسماء المواقع الإلكترونية Nom de domaine ...	٢٢٦
أولاً: ماهية العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية.....	٢٢٦
ثانياً: التداخل بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية وأثره على المستهلك الإلكتروني.....	٢٣٧
المطلب الثاني: أثر العلاقة بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية على حماية المستهلك الإلكتروني.....	٢٤٠
أولاً: صور الاعتداء على العلامات التجارية من قبل أسماء المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.....	٢٤١
ثانياً: حماية العلامات التجارية على شبكة الإنترنت بما يحقق حماية المستهلك الإلكتروني	٢٥٦

رقم الصفحة	الموضوع
	الفصل الثاني
٢٧٤	التزام مقدمي السلع والخدمات الإلكترونية بالتبصير
٢٧٤	- مقدمة.....
٢٧٥	المبحث الأول: الأحكام العامة للالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني.....
٢٧٦	المطلب الأول: المقصود بالالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني وطبيعته.....
٢٧٦	أولاً: المقصود بالالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني وأهميته ..
٢٨٢	ثانياً: الطبيعة القانونية للالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني...
٢٨٨	المطلب الثاني: نطاق الالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني.....
٢٨٨	أولاً: النطاق الشخصي للالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني.....
٢٩٥	ثانياً: النطاق الموضوعي للالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني..
٣٠٧	ثالثاً: وقت التبصير واللغة التي يتم بها.....
٣١٤	المبحث الثاني: تبصير المستهلك بالتاجر الإلكتروني.....
٣١٥	- تعريف التاجر الإلكتروني.....
٣١٨	المطلب الأول: التبصير بالاسم وأرقام التليفونات ومركز النشاط والموقع والبريد الإلكتروني.....
٣١٨	أولاً: التبصير بالاسم وأرقام التليفونات ومركز النشاط.....
٣٢٧	ثانياً: التبصير بالموقع الإلكتروني Name de Damain والبريد الإلكتروني E-Mail.....
٣٣١	المطلب الثاني: التبصير بالعلامة التجارية ورقم القيد في السجل التجاري.....
٣٣١	أولاً: التبصير بالعلامة التجارية.....
٣٣٢	ثانياً: التبصير برقم القيد في السجل التجاري.....
٣٣٦	المبحث الثالث: تبصير المستهلك بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة الإلكترونية وثمان وشروط البيع.....
٣٣٧	المطلب الأول: تبصير المستهلك بالصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة الإلكترونية.....
٣٥٦	المطلب الثاني: تبصير المستهلك بثمان وشروط البيع.....
٣٦٢	أولاً: تبصير المستهلك بالثمان.....

رقم الصفحة	الموضوع
٣٦٥	ثانياً: تبصير المستهلك بشروط البيع.....
٣٧٥	المبحث الرابع: جزاء الإخلال بالالتزام بتبصير المستهلك الإلكتروني.....
٣٧٦	المطلب الأول: المسؤولية المدنية.....
٣٧٦	أولاً: طبيعة المسؤولية وأساسها القانوني.....
٣٧٧	ثانياً: أثر الإخلال بالالتزام بالتبصير على صحة العقد.....
٣٨٢	ثالثاً: مدى جواز التخفيف من المسؤولية أو الإعفاء منها.....
٣٨٥	المطلب الثاني: المسؤولية الجنائية.....
٣٨٥	أولاً: المسؤولية الجنائية في القانون الفرنسي.....
٣٨٥	ثانياً: المسؤولية الجنائية في القانون المصري.....
٣٨٩	الباب الثاني
٣٨٩	تحقيق التوازن العقدي في عقود التجارة الإلكترونية
	- مقدمة.....
٣٩٢	الفصل الأول
٣٩٣	حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد
٣٩٤	- تعريف العقد الإلكتروني Contrat électronique.....
	- خصائص العقد الإلكتروني.....
٣٩٦	المبحث الأول: الإيجاب الإلكتروني.....
٣٩٦	المطلب الأول: ماهية الإيجاب الإلكتروني.....
٣٩٧	أولاً: مفهوم الإيجاب الإلكتروني وشروطه.....
٤٠٨	ثانياً: طرق التعبير عن الإيجاب الإلكتروني.....
٤١٢	المطلب الثاني: التنظيم القانوني للإيجاب الإلكتروني.....
٤١٢	أولاً: نطاق الإيجاب الإلكتروني.....
٤٢٤	ثانياً: العدول عن الإيجاب الإلكتروني.....
٤٢٩	المبحث الثاني: القبول الإلكتروني.....
٤٣٠	المطلب الأول: ماهية القبول الإلكتروني.....
٤٣٠	أولاً: مفهوم القبول الإلكتروني وشروطه.....
٤٤١	ثانياً: صور القبول الإلكتروني.....
٤٤٦	المطلب الثاني: المسائل القانونية المتعلقة بالقبول الإلكتروني.
٤٤٧	أولاً: النطاق الزماني والمكاني للقبول (وقت ومكان إبرام العقد).

رقم الصفحة	الموضوع
٤٧٢	ثانياً: حماية المستهلك الإلكتروني القاصر وحظر إرسال بضاعة دون طلب
٤٩٣	الفصل الثاني حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية
٤٩٦	المبحث الأول: مدى اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان بالنسبة للمستهلك
٤٩٦	-تمهيد
٤٩٧	-مفهوم عقد الإذعان
٥٠٠	المطلب الأول: عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان
٥٠٠	أولاً: النصوص القانونية والآراء الفقهية
٥٠٣	ثانياً: الآثار المترتبة على اعتبار عقود التجارة الإلكترونية عقود إذعان
٥٠٧	المطلب الثاني: عقود التجارة الإلكترونية ليست عقود إذعان
٥٠٧	أولاً: العقود الإلكترونية ليست عقود إذعان بصفة مطلقة
٥٠٨	ثانياً: التفرقة بين وسائل إبرام العقد الإلكتروني
٥١٢	المبحث الثاني: مقاومة الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني .
٥١٢	المطلب الأول: ماهية الشروط التعسفية
٥٢٠	المطلب الثاني: إبطال الشروط التعسفية
٥٢٠	أولاً: الإبطال التشريعي للشروط التعسفية
٥٢٨	ثانياً: إبطال القضاء للشروط التعسفية في العقود الإلكترونية...
٥٤٧	الفصل الثالث حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد
٥٤٧	مقدمة
٥٤٨	المبحث الأول: حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني.
٥٥٠	المطلب الأول: ماهية الوفاء الإلكتروني
٥٥٠	أولاً: مفهوم الوفاء الإلكتروني وخصائصه
٥٥٣	ثانياً: المسائل القانونية المتعلقة بالوفاء الإلكتروني
٥٧١	المطلب الثاني: صور الوفاء الإلكتروني
٥٧٢	أولاً: وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة
٥٨٤	ثانياً: الأوراق التجارية الإلكترونية

الموضوع	رقم الصفحة
المطلب الثالث: مخاطر الوفاء الإلكتروني وضمانات حماية المستهلك تجاهها.....	٥٩١
أولاً: مخاطر الوفاء الإلكتروني.....	٥٩١
ثانياً: ضمانات حماية المستهلك في مواجهة مخاطر الوفاء الإلكتروني.....	٦٠٤
المبحث الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الرجوع.....	٦٢٠
المطلب الأول: مفهوم الحق في الرجوع والتزام التاجر بتبصير المستهلك به.....	٦٢٢
أولاً : مفهوم الحق في الرجوع.....	٦٢٣
ثانياً : التزام التاجر بتبصير المستهلك بحقه في الرجوع.....	٦٢٩
المطلب الثاني: نطاق الحق في الرجوع.....	٦٣٤
أولاً : عقود لا يطبق فيها الحق في الرجوع إلا باتفاق الأطراف....	٦٣٤
ثانياً : عقود مستثناة من تطبيق الحق في الرجوع.....	٦٣٦
المطلب الثالث: شروط وآثار ممارسة الحق في الرجوع.....	٦٣٨
أولاً : شروط ممارسة الحق في الرجوع.....	٦٣٨
ثانياً : آثار ممارسة الحق في الرجوع.....	٦٤٤
الفائمة	٦٥٤
أولاً: النتائج.....	٦٥٤
ثانياً: المقترحات.....	٦٦٩
ثالثاً: التوصيات	٦٨١
قائمة المختصرات	٦٨٥
قائمة المراجع	٦٨٦
ملخص الرسالة باللغة العربية	٧٣٤
ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية	٧٣٧

مقدمة Introduction

أولاً: موضوع الدراسة:

يشهد العصر الحديث ثورة في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أفرزت هذه الثورة ما أطلق عليه اسم الإنترنت^(١) Internet وتعني شبكة الشبكات أي ربط شبكات الحاسوب الموجودة ببعضها البعض.^(٢) وقد نشأ الإنترنت نشأة عسكرية عام (١٩٦٩) من أجل وزارة الدفاع الأمريكية (البننتاجون)، ثم سرعان ما تحول استخدامه إلى المجال التعليمي في عام ١٩٧٢. حيث أُتيح استخدامه من قبل الجامعات الأمريكية. وأخذت استخدامات الإنترنت، تتطور إلى أن ظهر ما أحدث ضجة عالمية ألا وهو ما أطلق عليه مصطلح "التجارة الإلكترونية"^(٣) Le Commerce Électronique.

فالتجارة الإلكترونية هي أحد استخدامات الإنترنت، وتعني الأعمال التجارية التي تتم بين المتعاقدين عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات. وينمو عدد المتعاملين بالتجارة الإلكترونية نمواً إيجابياً يوماً بعد يوم^(٤).

(١) وأشتق اسم إنترنت من اسم البروتوكول الأساسي للاتصالات. بيل جيتس: المعلوماتية بعد الإنترنت (طريق المستقبل)، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، مارس ١٩٩٨، ص ١٦١.

(٢) HERVIER (G): Le Commerce électronique. Vendre en ligne et optimiser ses achats, Éditions d'organisation, 2001, P.254.

(٣) بدأت التجارة الإلكترونية في عام ١٩٩٢ وأخذت في الانتشار سريعاً مما أكسبها أهمية في المجالين التقني والقانوني.

- راجع حول نشأة الإنترنت وتطوره:

SCHULTZ (TH): Réguler le Commerce électronique par la Résolution des litiges en ligne, éd L.G.D.J, 2005, P.18 et 19.

- راجع حول تنظيم الإنترنت:

- MORENO (D): Le droit français et le commerce électronique. JCP. E, N° 4, 2002, P.10.

(٤) راجع نمو عدد مستخدمي الإنترنت في العالم والقارات المختلفة لدى د/ السيد أحمد عبد الخالق: الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية، مجلة الأمن والقانون، كلية شرطة دبي، يناير ٢٠٠١، ص ٣٦٥-٣٦٨.

contracted depending on the circumstances and get the amount paid with the expenses of return without giving any justification for that .

This letter contains some legislative proposals to amend the Consumer Protection Act of Egypt No. 67 of 2006 promulgated on May 19, 2006, and the draft Electronic Commerce Act, issued by the Egyptian Center for Information and Decision Support Council of Ministers, as well as some recommendations.