اللاّئحة التنظيمية
للضوابط والنواظم الخاصة بحماية المستهلك الإلكتروني والتسويق الإلكتروني

ضبط اللاّئحة

سجلات التغيير

التاريخ	إصدار	الحالة	النسخة
	فريق عمل(وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك – وزارة الاتصالات والتقانة)		
	قرار تنظيمي رقم:٤٧٩		

جدول المحتويات

الفصل الأول: الأحكام التمهيدية والتعاريف	٤
المادة ١: الأحكام التمهيدية	٤
المادة ٢: التعاريف	٤
الفصل الثاني: التعبيير عن الإرادة بالوسائل الإلكترونية	٥
المادة ٣: الايجاب والقبول الإلكتروني	٥
المادة ٤: التعاقد الإلكتروني	٦
الفصل الثالث: التسويق الإلكتروني	٦
المادة٥:	٦
المادة٦ :	٦
المادة ٧:	٦
المادة٨:	٧
المادة٩:	٧
الفصل الرابع: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني	٨
المادة ١٠: مرحلة ما قبل التعاقد (الإعلان والتفاوض)	٨
المادة ١١: مرحلة التعاقد الإلكتروني	٨
المادة١٢:	٩
المادة١٣:	٩
الفصل الخامس: أحكام عامة	١٠
المادة ١٤	١٠

الفصل الأول

الأحكام التمهيدية والتعاريف

المادة ١: الأحكام التمهيدية

أ- تستند هذه اللاّئحة لأحكام قانون المعاملات النافذ ولاسيما المواد (١٧-٢٣) منه.

ب- تهدف هذه اللائحة إلى تحديد النواظم والضوابط الخاصة بحماية المستهلك والتسويق الإلكتروني.

ج-ترتبط هذه اللائحة مع اللوائح التي تشمل جوانب القوانين ذات الصلة ولا سيما اللوائح الخاصة بحفظ الوثائق الإلكترونية والدفع الإلكتروني.

المادة ٢: التعاريف

إن جميع التعابير المستخدمة في هذه اللاّئحة متوافقة مع ما ورد بقانون التوقيع الإلكتروني وخدمات الشبكة وقانون المعاملات الإلكترونية وقانون تنظيم التواصل على الشبكة ومكافحة الجريمة المعلوماتية، وقانون حماية المستهلك وقانون الشركات وقانون التجارة والقوانين الخاصة بحماية الملكية النافذة، وتُطبّق هذه التعريفات على هذه اللاّئحة.

قانون المعاملات: قانون المعاملات الإلكترونية رقم ٣ لعام ٢٠١٤.

الوزارة: وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك.

الوزير: وزير التجارة الداخلية وحماية المستهلك

اللاّئحة: اللاّئحة التنظيمية الخاصة بحماية المستهلك و التسويق الإلكتروني.

الوسائل الإلكترونية: وسائل إلكترونية أو كهربائية أو مغناطيسية أو كهرطيسية أو ضوئية أو رقمية أو أي وسائل مشابهة تُستخدم في تبادل المعلومات أو معالجتها أو حفظها أو تخزينها.

المعلومات: العلامات أو الاشارات أو النصوص أو الرسائل أو الأصوات أو الصور الثابتة أو المتحركة التي تحمل معنى قابلاً للإدراك مرتبطا بسياق محدد.

الوثيقة الإلكترونية: وثيقة تتضمن معلومات تُنشأ أو تُدمج أو تُخزَّن أو تُرسل أو تُستقبل، كلياً أو جزئياً، بوسيلة إلكترونية، وتكون قابلة للاسترجاع بصورة يمكن إدراكها.

الحاملُ الإلكتروني: وسيطٌ مادي يستخدمُ الوسائل الإلكترونية لتبادلِ أو حفظِ أو تخزينِ المعلومات، مثل الأقراص المدمجة أو الأقراص الضوئيّة أو الأقراص الممغنطة أو الذّاكرات الإلكترونية أو أيّ وسيط آخر مشابه.

الإيجاب الإلكتروني: هو الإيجاب القانوني المعبر عنه بوسائل إلكترونية مثل: الهاتف – الفاكس – البريد الإلكتروني – موقع إلكتروني على الشابكة – اتصال في غرفة دردشة .....إلخ.

القبول الإلكتروني: هو القبول القانوني المعبر عنه بوسائل إلكترونية مثل: الهاتف – الفاكس – البريد الإلكتروني – موقع إلكتروني على الشابكة – اتصال في غرفة دردشة .....إلخ..

الفصل الثاني

التعبير عن الإرادة بالوسائل الإلكترونية

المادة ٣: الإيجاب والقبول الإلكتروني

يكون التعبير عن الإرادة بالوسائل الإلكترونية على النحو التالي:

أ- الإيجاب الإلكتروني

١. يشترط في الإيجاب الإلكتروني:

أ- أن يكون موجهاً إلى شخص محدد أو إلى مجموعة من الأشخاص أو إلى العالم الطليق عبر شبكة الانترنت.

ب- أن يكون محدداً وقاطعاً لايتضمن تحفظاً ولا يحتمل التأويل أو الغموض.

ج-وجود نية جدية لدى الموجب تجعله ملتزماً بالعرض المقدم من قبله إذا اقترن بالقبول.

د- أن يبين العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه وإلا فإن الإيجاب يمثل مجرد دعوة للتفاوض.

٢- يبقى الإيجاب منتجاً لآثاره طالما أن من وجه إليه حراً في أن ينشئ العقد بالقبول للعرض المقدم من قبل الموجب، وتنتهي قدرة القابل على التعاقد بانقضاء الإيجاب بمرور الوقت المتفق عليه أو موت أي طرف أو تلف محل العقد أو قوة قاهرة حالت دون التنفيذ.

ب- القبول الإلكتروني

١. يكون القبول الإلكتروني بالموافقة على الإيجاب الإلكتروني بالشروط ذاتها الواردة فيه.
٢. يجب أن يكون القبول الإلكتروني في وقت محدد للإيجاب.
٣. يعبر عن القبول الإلكتروني بالنقر مرتين على زر أو أيقونة مرتبطة بكلمات ملائمة للقبول (على سبيل المثال: شراء- أقبل – أوافق ....) وفق سياسة الموقع الإلكتروني، والتي تنسجم مع تعابير الإيجاب لإنشاء العقد الإلكتروني.

ج- يعتبر تطابق القبول مع الإيجاب على جميع المسائل الجوهرية انعقاداً للعقد، ويجوز الاتفاق على المسائل التفصيلية فيما بعد إلا إذا اعتبر الطرفان المسائل التفصيلية شرطاً واقفا لانعقاده.

المادة ٤: التعاقد الإلكتروني

أ- يعتبر العقد الإلكتروني الموقع إلكترونياً منتجاً لآثاره القانونية إذا كان التوقيع الإلكتروني المدرج على العقد مصدقاً وصادراً عن الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة أو أي سلطة تصديق مرخص لها من قبل الهيئة.

ب- تعتبر الإعلانات وتقديم الإيجاب أو القبول عن طريق وسائل إلكترونية وثائق تعاقدية مكملة للعقود التي يتم إبرامها للحصول على السلع والخدمات المعلن عنها ويلتزم أطراف التعاقد بكل ماورد فيها.

الفصل الثالث

التسويق الإلكتروني

المادة٥: يقصد بالتسويق الإلكتروني أي نشاط تجاري يهدف إلى التعريف بعمليات البيع والشراء للسلع والخدمات باستخدام وسائط إلكترونية ويشمل كافة الأنشطة التجارية (كمثال :بيع , شراء , تقديم خدمات , تسوية مالية , اتصالات مصرفية.....)

المادة٦ : يخضع نشاط (التسويق الإلكتروني) إلى التسجيل في السجل التجاري ويمكن أن يمارس من قبل شخص طبيعي (تاجر) أو شخص اعتباري (شركة أشخاص – شركة أموال) بما يتوافق مع أحكام قانون التجارة وقانون الشركات وقانون المعاملات الإلكترونية النافذة، على أن يتضمن السجل التجاري عبارة (عدا التسويق الشبكي) بعد عبارة التسويق الإلكتروني.

المادة٧:

أ- لتسجيل نشاط التسويق الإلكتروني في سجل تجاري جديد يجب تقديم الوثائق التالية:

١. طلب تسجيل وتصريح باحتراف التجارة (لاستمارة الموحدة) على ان يتضمن تحديد السلع والخدمات المراد تسويقها إلكترونياً.

٢. جميع الوثائق المطلوبة للتسجيل في السجل التجاري ومنها ثبوتية المقر الدائم (محل – مكتب تجاري) لممارسة النشاط التجاري.

٣. عقد الشركة أو النظام الأساسي للشركة في حال كان صاحب العلاقة شخص اعتباري.

ب- يقوم أمين السجل التجاري بدراسة طلب صاحب العلاقة والوثائق المطلوبة ، وفي حال الموافقة المبدئية يطلب من صاحب العلاقة تقديم ما يلي:

١. موافقة من الهيئة الوطنية لخدمات الشـــبكة على الموقع الإلكتروني الذي ســـيتم تقديم خدمات التسويق الإلكتروني عبره وذلك وفقاً للضوابط والنواظم الخاصة بها .
٢. موافقة مصرف سورية المركزي في حال التعامل بالدفع الإلكتروني.
٣. موافقة المؤسسة العربية للإعلان.
٤. موافقة الجهة المعنية فيما يتعلق بالغاية التي تحتاج إلى موافقة مسبقة، مثال (الأدوية.....).
٥. تسديد الرسوم المتوجبة أصولاً.

المادة ٨ :

أ- لإضافة نشاط التسويق الإلكتروني على سجل تجاري مسجل سابقاً يجب تقديم الوثائق التالية:
١. طلب تصحيح التصريح الأساسي، على أن يتضمن تحديد السلع والخدمات المراد تسويقها إلكترونياً.
٢. ملحق عقد الشركة أو قرار تعديل النظام الأساسي للشركة في حال كان صاحب العلاقة شخص اعتباري

ب- يقوم أمين السجل التجاري بدراسة طلب صاحب العلاقة والوثائق المطلوبة، وفي حال الموافقة المبدئية يطلب من صاحب العلاقة تقديم ما يلي:
١. موافقة من الهيئة الوطنية لخدمات الشـــبكة على الموقع الإلكتروني الذي ســـيتم تقديم خدمات التسويق الإلكتروني عبره وذلك وفقاً للضوابط والنواظم الخاصة بها
٢. موافقة مصرف سورية المركزي في حال التعامل بالدفع الإلكتروني.
٣. موافقة المؤسسة العربية للإعلان.
٤. موافقة الجهة المعنية فيما يتعلق بالغاية التي تحتاج إلى موافقة مسبقة، مثال (الأدوية....)، في حال عدم وجودها سابقاً.
٥. تسديد الرسوم المتوجبة أصولاً.

مادة ٩: يلتزم من يمارس نشـــاط التســـويق الإلكتروني أن يضـــع في مكان واضـــح وظاهر على موقعه الإلكتروني المعلومات التالية:
أ- اسم التاجر أو اسم الشركة ونوعها
ب-رقم السجل التجاري والمحافظة الصادر عنها
ج- عنوان المقر الدائم ومعلومات الاتصال.

الفصل الرابع

حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني

المادة ١٠: مرحلة ما قبل التعاقد (الإعلان والتفاوض)

أ- يحظر على صاحب الموقع:

١- الإعلان عن أي منتج سام أو مغشوش أو فاسد أو ضار بالصحة أو منتهي الصلاحية أو مخالف للمواصفات المعتمدة.

٢-المبالغة بوصف المنتج بما لا يتفق مع الحقيقة والواقع الفعلي بهدف تشجيع المستهلك على اقتناء المنتج أو تلقي الخدمة.

٣-الإعلان عن بيع مواد أو أدوات أو سلع أو تقديم خدمات تستخدم للغش أو التدليس.

٤-وضع أي دلالة أو شارة تشير إلى تطبيقه أحد أنظمة إدارة الجودة ما لم يتم الحصول عليها من قبل الجهة المخولة بمنحها (محلية – عربية – دولية)

٥-استعمال أي شارة أو أي علامة فارقة أو أي حق من حقوق الملكية التجارية والصناعية خلافاً لأحكام القوانين الخاصة بحماية الملكية النافذة على الموقع الإلكتروني ما لم يتم الحصول عليها من جهة مخولة بمنحها اصولا.

٦-استخدام طرق ترويج أو بيع أو شراء مخالفة للتشريعات النافذة كإتباع أساليب توهم المستهلك بقرب نفاذ المنتج.

٧-ابرام أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك.

ب- يلتزم صاحب الموقع بالإعلان عن مواصفات المنتج و نوعه و طريقة حفظه و تخزينه واستعماله و مدة صلاحيته المحددة بالمواصفات القياسية السورية والقرارات النافذة الصادرة عن الوزارة إذا كانت طبيعة المنتج تتطلب ذلك .

المادة ١١: مرحلة التعاقد الإلكتروني

أ- يقدم صاحب الموقع (منتج – مستورد – حلقات وساطة تجارية – بائع مفرق – وكلاء توزيع – مقدم خدمة...) فاتورة نظامية للمشتري مهما كانت صفته، يذكر فيها سعر المبيع والكمية على ان تكون قابلة للحفظ والطباعة.

ب- تقع على صاحب الموقع مسؤولية الإعلان عن سلع غير مطابقة للمواصفات تم إرسالها إلكترونياً من قبل أحد المنتجين أو الموردين مجهولي العنوان او الهوية و التي قد تكون متداولة

بشكل غير نظامي أو مهربة، ويتحمل مسؤولية الضرر الحاصل إذا لم يصرح عن عنوان و مكان منتجها أو موردها الفعلي.

ج-في حال تعذر تسليم السلعة أو الخدمة المتفق عليها في المكان والزمان المحددين وكان ذلك بسبب قوة قاهرة، يتم اشعار المستهلك بذلك، ويحق له استرجاع كامل المبلغ المدفوع.

د- يعفى بائع السلعة أو مقدم الخدمة المتفق عليها من إلتزاماته المترتبة عليه من تعويض الضرر للمستهلك لعدم تسليم السلعة أو الخدمة المقدمة في الوقت والمكان المحددين إذا كان ذلك بسبب قوة قاهرة.

هـ- يجب تطابق معلومات بطاقة بيان السلعة المعلن عنها إلكترونياً مع بطاقة بيان السلعة المسلمة للمستهلك باللغة العربية و يمكن استخدام لغات اخرى الى جانب اللغة العربية.

المادة ١٢:

أ- في حال وقوع أضرار شخصية على المستهلك نتيجة شراء منتج أو تلقي خدمة عن طريق إحدى الوسائل الإلكترونية يتم معالجة الموضوع بالاتفاق بين مسبب الضرر و المستهلك بشكل ودي وفق إحدى الحالات التالية:

١. التعويض على المستهلك.

٢. إعادة قيمة السلعة أو الخدمة المقدمة التي تم استيفاءها من المستهلك أو فرق القيمة في حال التراضي .

٣. استبدال السلعة أو إعادة تقديم الخدمة.

ب- في حال تعذر تطبيق الفقرات(١-٢-٣) مباشرة بالاتفاق بين المستهلك و مسبب الضرر يتقدم المستهلك المتضرر إلى الوزارة أو إحدى مديرياتها في المحافظات بشكوى خطية أو إلكترونية أو هاتفية خلال ثلاثة أيام عمل كحد أقصى من وقوع الضرر ليتم تكليف الضابطة العدلية لمعالجة الموضوع وتحفظ الشكوى في حال المصالحة وتوقيع الطرفين على إلغاء الشكوى ومشاهدة الضابطة العدلية, وفي حال تعذر ذلك ينظم الضبط اللازم و يحال الى القضاء أصولاً (على ان يكون المستهلك قد تقيد بالتعليمات الخاصة باستخدام السلع بما في ذلك الحفظ والتخزين).

المادة ١٣:

تضبط المخالفات المنصوص عنها في قانون المعاملات الإلكترونية رقم /٣/ لعام ٢٠١٤ الخاصة بحماية المستهلك من قبل الضابطة العدلية المكلفة بضبط مخالفات أحكام قانون حماية المستهلك ومن قبل الضابطة العدلية المكلفة بضبط مخالفات أحكام قوانين حماية الملكية النافذة للمخالفات الخاصة بحماية

الملكية، وذلك بناء على شكوى أو اخبار مقدم من قبل المتضرر خطياً أو هاتفياً أو بوسائل إلكترونيةً. أو من قبل إحدى الجهات الرسمية المخولة بمنح شهادة مطابقة أو نظام إدارة الجودة بحال وجود تقليد أو وضع دلالة غير محقة على المنتج تشير إلى الحصول على الشارة أو الشهادة أو النظام بشكل مخالف للأنظمة والقوانين النافذة.

الفصل الخامس

أحكام عامة

المادة ١٤: في كلّ ما لم يرد عليه نص في هذه اللائحة من نواظم وضوابط، يُرجع إلى قانون المعاملات الإلكترونية، وقانون التّوقيع الإلكتروني وخدمات الشّبكة، وقانون تنظيم التّواصل على الشّبكة ومكافحة الجريمة المعلوماتيّة والنّواظم والضوابط الخاصّة بها، وقانون حماية المستهلك وقانون الشركات وقانون التجارة والقوانين الخاصة بحماية الملكية النافذة.