

جامعة زيان عاشور الجلفة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

عنوان المذكرة:

حماية الملكية الفكرية وأثرها على حماية المستهلك في البيئة الرقمية

مذكرة لنيل شهادة الماستر

تحت إشراف:

إ.د. بن داود إبراهيم

إعداد الطلبة:

- عايد أحمد صافي
- غول عبد الرحمن

أعضاء اللجنة:

رئيسا

مقررا

مضوا

- الأستاذ

- الأستاذ

- الأستاذ

السنة الجامعية

2015/2014

الإهداء

أصل البداية فكرة، وأصل
الفكرة دوافع

وما أصعب تجسيد الفكرة على
ارض الواقع...

اهدي نتاج هذا الجهد وعصارة هذا العمل الى الذين ساعدوني
على جعل الفكرة واقعا...

* إلى الذي استلمت منه معنى الثبات وزرع في قلبي القوة
والعزيمة وحب العلم، إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة،
إلى من كَلَّمَتْ أُنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة، إلى من صدّ الأثواء
عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى أخير ما في القلب **والذي**
العزيز، رحمة الله عليه والذي طالما كان لي ظلاً وارفاً الجأ إليه
كلما لفحتني حرارة الزمن.

* إلى التي أهدتني نور الحياة وسقنتني من دَفْعٍ حبها ورعايتها
وتعمدت برعاية خطواتي، ورسمت كل أحلام حياتي، إلى من يسعد
قلبي ذكراها، إلى روضة العجب التي تنبت أزكى الأزهار، إلى من
صبرت على تحبتي أصابر لقبها **والذي الحبيبة** رحمة الله
عليها في جناحه وكانت لي نبعاً صافياً أمدح به كدر الأيام.

عابد صافي

• إلى من هم اقرب إليّ من روعي، إلى من شاركوني حزن الأم
وبهم استمد عزتي وإصراري، إلى القلوب الصادقة والصادفة...إلى
إخوتي **محمد، خير الله، صافي، رافق**، اللذين أحبهم حباً
لو مر على أرض قاحلة لتفجرت منها ينابيع المحبة.

• إلى الأخوة اللذين لم تلدهم أمي، إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا
بالوفاء والعطاء، إلى أصدقائي والذين أنسوني بهم غربتي.

حلمة شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ قُلْ إِعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولِهِ وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

صدق الله العظيم

الحمد لله رب العالمين الذي أتم على الخير والنعمة، وأعانني على إتمام هذا البحث والصلاة والسلام على اشرف الخلق والمرسلين، فإن ما يناسب هذا المقام أن أذكر الفضل لأهله،

فإنني أتوجه بالشكر الجزيل للبروفيسور **بن داود إبراهيم**

الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث، وقد كان لما أولاه

لي من رعاية صادقة وتوجيه سديد كبير الأثر في بلوغ هذا

العمل.

فأسأل الله العلي القدير أن يديم عليه الصحة والعافية وأن ينفع

الناس بعلمه.

وبما أننا نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية فلا

بد لنا من وقفة تعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع

أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير، باذلين بذلك جهود كبيرة

في بناء جيل الغد، وقبل أن نمضي أتقدم بأسمى آيات الشكر

والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في

الحياة.... إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة....

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل....

المقدمة

الملكيّة الفكرية حسب منظمة 'الويبو' (المنظمة العالمية للملكية الفكرية) هي : حقوق امتلاك شخص ما لأعمال الفكر الإبداعية أي الاختراعات والمصنّفات الأدبية والفنية والرموز والأسماء والصور والنماذج والرسوم الصناعية، التي يقوم بتأليفها أو إنتاجها .

وتنقسم الملكية الفكرية إلى فئتين هما الملكية الصناعية التي تشمل الاختراعات (البراءات)

والعلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية وبيانات المصدر الجغرافية من جهة وحق المؤلف الذي ويرجع تاريخ حقوق الملكية الفكرية إلى سنة ١٨٧٣ م، وبالتحديد في المعرض الدولي للاختراعات بفيينا حيث حدثت صدمة للقائمين على المعرض وللجمهور عندما امتنع عدد كبير من المخترعين الأجانب عن المشاركة. وكان السبب في الامتناع هو خشية هؤلاء المخترعين من أن تتعرض أفكارهم للنهب والاستغلال التجاري في بلدان أخرى... لقد أظهرت هذه الحادثة الحاجة إلى توفير الحماية الدولية لبراءات الاختراع (وللملكية الفكرية بوجه عام)، الأمر الذي كانت نتيجته انبثاق أول معاهدة دولية مهمة ترمي إلى منح مواطني بلد معين حق حماية أعمالهم الفكرية في بلدان أخرى.

يضم المصنّفات الأدبية والفنية كالروايات والقصائد والمسرحيات والأفلام والألحان الموسيقية والرسوم واللوحات والصور الشمسية والتماثيل والتصميمات الهندسية من جهة أخرى . وتتضمن الحقوق المجاورة لحق المؤلف حقوق فنانى الأداء المتعلقة بأدائهم وحقوق منتجي التسجيلات الصوتية المرتبطة بتسجيلاتهم وحقوق هيئات الإذاعة المتصلة ببرامج الراديو والتلفزيون.

إنها اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية والتي صدرت في ٢٣ مارس عام ١٨٨٣، ودخلت حيز التنفيذ في العام التالي، وأصبح بمقتضاها للملكية الصناعية حماية تتخذ شكل حقوق تعرف بمصطلحات محددة، وهي: «براءات الاختراع»، و«العلامات التجارية» و«الرسوم الصناعية».. كانت اتفاقية باريس مجرد البداية التي توالى بعدها الاتفاقيات والترتيبات على المستوى الدولي من أجل حماية الملكية الفكرية في شتى صورها (مصنّفات فنية وأدبية.. الخ)، حتى أصبح لكافة شؤون الملكية الفكرية منظمة دولية مكلفة بإدارتها، بإقرار من الدول الأعضاء في الأمم المتحدة، بدءاً من ١٧ ديسمبر ١٩٧٤، وهي المنظمة العالمية للملكية الفكرية (والتي يشار إليها بالفرنسية بالمختصر OMPI وبالإنجليزية بالمختصر WIPO). ثم فوجئت الدول الأعضاء في مفاوضات اتفاقيات الجات بورقة مقدمة من الشركات العملاقة متعددة الجنسيات إلى سكرتارية الجات في جنيف (في يونيو ١٩٨٨) بخصوص تضمين اتفاقيات الجات اتفاقية خاصة بما يسمى: «حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة». والجدير بالانتباه هنا أن هذه الشركات

فرضت ورقتها على المفاوضات رغم عدم عضويتها في تلك المفاوضات ، حيث إن العضوية للدول .
والجدير بالانتباه أيضاً أن ذلك قد تم من وراء منظمة وبيو (المنظمة العالمية للملكية الفكرية والتابعة للأمم المتحدة).

ان الشركات ذات النشاط الدولي ترغب في تأمين مستويات أعلى من الحماية للملكية الفكرية
(وعلى وجه الخصوص لبراءات الاختراع والعلامات التجارية)، وصدرت - بالفعل - اتفاقيات الجات
متضمنة اتفاقية لحقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة. والتي يطلق عليها اختصاراً اتفاقية «تريبس».
ووقعت اتفاقيات الجات في إبريل ١٩٩٤، ونشأت بموجبها منظمة التجارة العالمية حيث بدأت مع أول
يناير ١٩٩٥ ممارسة أعمالها في السهر على (أو حراسة) تنفيذ اتفاقيات الجات، والتي صارت تعرف الآن
باتفاقيات التجارة العالمية .

إن التطور الكبير الذي شهدته الشبكة العنكبوتية الأنترنت أدى إلى ظهور نظم معلوماتية جديدة
وتعدد سبل الحصول على المعلومات وتخزينها، وكذا طرق تحميل مختلف الملفات، مما فتح الباب واسعا أمام
ما يعرف بالتحميل غير القانوني أو القرصنة التي أدت إلى انتهاك حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة وحقوق
المستهلك في ان واحد وذلك في ظل غياب أو نقص التشريعات وضعفها في مواجهة هذه الظاهرة العالمية.
لقد اتخذت الملكية الفكرية بعدا حقيقيا في تنمية المجتمعات وتقدمها، وأن تجريد هذه الملكية من
الحماية القانونية اللازمة لها لا يعد خروجاً عن عصر التطورات العلمية والأدبية والتكنولوجية وخرقا
للأعراف القانونية الدولية فحسب، بل يعد أيضا سببا للتراعات بين الدول وعائقا أساسيا لتبادل مصالح
الاقتصاد العالمي.

ومع تطور المجتمعات، وتطور الصناعة بها في كل الميادين أخذت الحياة البشرية تتعقد ومعها
تتعقد متطلبات المستهلك وتزايد، فأصبح المستهلك يقبل على اقتناء كم لا يحصى من المنتجات الضرورية
وغير الضرورية لحياته، وذلك تحت ضغط أساليب الدعاية والإعلان والحملات الترويجية المختلفة التي تغري
المستهلك وتدفعه إلى الإستهلاك اللاعقلاني. ومع هذا الإستهلاك المتزايد، أخذت الهوة الموجودة بين فئة
المستهلكين والمتدخلين في العملية الاقتصادية تتسع أكثر فأكثر، لذلك فقد استوجب تدخل السلطة من
أجل حماية فئة المستهلكين من كل التجاوزات.

إن الإهتمام بالجانب الإقتصادي ولاسيما بجانب حماية المستهلك لم يكن وليد الفراغ،
ولكنه يعود في الأصل إلى حركات حماية المستهلك التي عملت على رفع الغبن عن المستهلك

البسيط الذي يعد المتضرر الأول و الأهم من الأحتكار الذي تمارسه مؤسسات عملاقة تتنافس فيما بينها، هدفها الوحيد هو احتكار السوق. وانطلاقا من أن وظيفة القانون هي نصره الضعفاء في مواجهة الأقوياء بواسطة إجراءات تستهدف تحقيق العدالة والمساواة، لذلك فقد عمد التشريع الدولي والمشرع الجزائري على غرار التشريعات الأخرى، الى اصدار قوانين تحدد القواعد العامة لحماية المستهلك .

ونشير في هذا الصدد إلى أن هناك بعض الأحكام القانونية الخاصة بحماية المستهلك، مستوحاة من النظام العام الإقتصادي والتي وإن لم تكن ترمي أساسا إلى حماية المستهلك ، إلا أن لها تأثيرا بالغالاسيما فيما يخص التنظيم المتعلق بالمنافسة الذي يصب في إطار احترام الحرية الإقتصادية مما يؤدي بطريقة غير مباشرة إلى تجنيب المستهلك مساوئ إنشاء الإحتكارات و انتشار المنافسة الفوضوية، وغير المشروعة. وعليه فإن حماية المستهلك من خلال حماية السوق والمنافسة لا تقل أهمية عن حمايته من حيث الإعلام وضمان المنتوجات وغيرها.

توفر النصوص القانونية خاصة الجديدة منها، والتي تناولت موضوع حماية المستهلك والمتمثلة في القانون 03.09 المحدد للقواعد العامة لحماية لمستهلك وقمع الغش، وكذلك النصوص المتعلقة بالمنافسة وحظر الإحتكار ، فحدثة هذه النصوص هي التي تؤكد أهمية الموضوع كما أن ارتباط الموضوع بالمستهلك وحمايته يجعل من الأنسب دراسته

الإشكالية:

الاهتمام بالملكية الفكرية ليس حديثاً كما قد يبدو للبعض فلقد بدأ هذا الاهتمام مع الثورة الصناعية الأولى بأوروبا حيث تعددت الابتكارات والإبداعات التي ساهمت بشكل فعال في النمو الاقتصادي في البلدان الصناعية .

وسعت تلك الدول حينها لتفادي القرصنة الفكرية والصناعية التجارية وعقدت عدة اجتماعات انتهت باتفاقية باريس عام 1883 لحماية الملكية الصناعية -من خلالها تتم حماية المبتكرات الجديدة كالاختراعات والنماذج الصناعية والعلامات التجارية وغيرها وبعد ثلاث سنوات تم عقد اتفاقية برن الخاصة بحماية الملكية والأدبية وتستهدف الحماية للأعمال المكتوبة كالكتب ، والأعمال الفنية كالمسرحيات والموسيقى والمواد السمعية والبصرية كأشرطة الفيديو والكاسيتو الفنون التطبيقية .

ولقد أنشأت كل من اتفاقية باريس وبرن مكتباً خاصاً بها لحماية الحقوق التي أنشئت من أجلها ، ثم تم دمجها في جمعية عرفت بالمكاتب المتحدة لحماية الملكية الفكرية، وانتهى الأمر إلى تأسيس المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO التي بدأت نشاطها عام 1970، وأصبحت الجهة الوحيدة التي تشرف على إدارة سائر الاتفاقيات الدولية في هذا المجال . وبناء على ذلك طرح الإشكالية التالية ما هي الاسس والمعايير التي تكفلت لحماية حقوق الملكية الفكرية ؟

إن الإهتمام بالجانب الإقتصادي ولاسيما بجانب حماية المستهلك لم يكن وليد الفراغ، ولكنه يعود في الأصل إلى حركات حماية المستهلك التي عملت على رفع الغبن عن المستهلك البسيط الذي يعد المتضرر الأول و الأهم من الأحتكار الذي تمارسه مؤسسات عملاقة تتنافس فيما بينها، هدفها الوحيد هو احتكار السوق . وبناء على ذلك طرح الإشكالية التالية ما هي ضوابط حماية المستهلك ؟ وما هو المعيار الواجب اتباعه لترسيخ ثقافة حماية المستهلك ؟

تعتبر المعلومات الركيزة الأساسية لتقدم الأمم على مختلف الأصعدة كما أنها أصبحت اليوم وسيلة ضغط من طرف العالم المتقدم على العالم السائر في طريق النمو خاصة في المجال العلمي والاقتصادي وحتى السياسي حتى تفرض هذه الدول هيمنتها في كل مجالات الحياة ، ولا يخفى علينا أن المعلومة هي احد ثمرات فكر الإنسان التي تتحول فيما بعد إلى رصيد معرفي تستقي منه البشرية كل ما هي بحاجة إليه لتيسير سبل حياة البشر وهذه الخدمة التي يقدمها البشر . وبناء على ذلك طرح الإشكالية التالية ما دور الفضاء الرقمي وتأثيرها على مجتمعاتنا ؟

وعطفاً على ما سبق يمكن تلخيص الإشكاليات في إشكالية عامة وهي ما مدى تأثير حماية الملكية الفكرية على حماية المستهلك في البيئة الرقمية ؟ وهذا ما كان عنوان مذكرتنا المقدمة .

أهداف الدراسة:

لقد قمنا بهذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف تتمثل في النقاط الآتية :

1. بيان أهمية حماية الملكية الفكرية وحقوقها .
2. بيان أهمية حماية المستهلك.
3. بيان أهمية البيئة الرقمية (الفضاء الرقمي) .
4. بيان العلاقة بين الملكية الفكرية وحماية المستهلك في البيئة الرقمية .

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذا البحث في الوصول إلى النقاط الآتية:

1. الوصول الى ترسيخ ثقافة الاستهلاك وفق اليات وإجراءات عملية لحد من الانتهاكات بحق المستهلك .
2. تقديم اقتراحات وتوصيات عملية تهدف بدرجة الاولى الى محاربة ظواهر غير تقليدية غزت مجتمعاتنا

المنهج المتبع:

إن أي بحث يحتاج إلى منهج يكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث كي تسهل له عملية الإجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه والمنهج العلمية على اختلاف أنواعها تشكل اللباس المناسب والحقيقي الذي يغطي عناصر البحث و لقد اعتمدنا على المنهج الوصفي فقد اعتمدنا على دراسة الملكية الفكرية وكذا حماية المستهلك في البيئة الرقمية وذلك من منظورالمشرع الدولي (الاتفاقيات) والمشرع الجزائري وكيف عالج هذا المشكل المتعلق بالاعتداءات الحاصلة على الملكية الفكرية وكذا حماية المستهلك للبيئة الرقمية وماهي وسائل حمايتها وإجراءات ذلك.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي سبقت دراستنا هذه أهمها الدراسة بعنوان : حماية حقوق الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على امن المعلومات لمؤلفها مصطفى حمد الله عبد الله . يقول الباحث القانوني الكريم في مقالته هذه ان دراسته هذه " تركز على حماية حقوق الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على امن المعلومات والتي تبين اهمية حماية حقوق الملكية الفكرية في الوقت الراهن من خلال تناول اهمية حماية الملكية الفكرية والاستراتيجية المطلوبة والآليات القانونية اللازمة لتوفير تلك الحماية والبعد التنموي لهذه الحماية وآثار حماية الملكية الفكرية على امن المعلومات¹ .

و دراسة كانت لوداد احمد العيدوني بعنوان { حماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية (برامج الحاسوب وقواعد البيانات نموذجاً) } ومن خلال دراستها هذه فهي تحاول "مقاربة التنظيم القانوني للملكية الفكرية مقارنة عمودية من خلال رصد واقع الحماية لبرامج الحاسوب وقواعد البيانات ثم افقية تحليلية من خلال دراسة مقارنة تشمل نطاق حماية برامج الحاسوب وقواعد البيانات الى جانب بيان وسائل الحماية المقررة لها وشروط الحماية² .

اما بخصوص موضوع حماية المستهلك كانت هناك العديد من الدراسات اهمها ل³ (أنور أحمد رسلان) ، الحماية التشريعية للمستهلك، ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون. ومذكرة بعنوان حماية المستهلك من الاشهار⁴ ل قندوزي خديجة ، والعديد من الدراسات في هذا المجال .

وكذلك تم الاستعانة بكتب واهمها كتاب قانون حماية المستهلك وفق احكام القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لدكتور بن داود ابراهيم .

¹ عبد الله مصطفى حمد الله ، حماية حقوق الملكية الفكرية ومدى تأثيرها على امن المعلومات ،المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية ، البيئة المعلوماتية الامنة : المفاهيم والتشريعات والتطبيقات ، 6 و 7 افريل 2010. الرياض .

² وداد احمد العيدوني ، حماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية ، قواعد البيانات وبرامج الحاسوب نموذاً ، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية ، البيئة المعلوماتية الامنة : المفاهيم والتشريعات والتطبيقات ، 6 و 7 افريل 2010. الرياض.

³ أنور أحمد رسلان ، الحماية التشريعية للمستهلك، ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون ، القاهرة .

⁴ قندوزي خديجة ، مذكرة تخرج حماية المستهلك من الاشهر ، على ضوء مشروع قانون الاشهار لسنة 1999، كلية الحقوق والعلوم الادارية ، بن عكنون ، 2000-2001.

خطة البحث

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية

المستهلك

المبحث الأول : ماهية الملكية الفكرية

المطلب الأول : مفهوم الملكية الفكرية وطبيعتها القانونية

المطلب الثاني : أقسام الملكية الفكرية

المبحث الثاني : حماية المستهلك

المطلب الأول : مفهوم حماية المستهلك

المطلب الثاني : ضمانات واليات حماية المستهلك

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

المبحث الأول : ماهية البيئة الرقمية

المطلب الأول : مفهوم البيئة الرقمية

المطلب الثاني : علاقة البيئة الرقمية والملكية الفكرية

المبحث الثاني : حماية المستهلك في البيئة الرقمية محل نقاش

المطلب الأول : الصعوبات التي تواجه المستهلك في البيئة الرقمية

المطلب الثاني : الحلول المقترحة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية

المفصل الأول

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لإبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

المبحث الأول : ماهية الملكية الفكرية

لقد ازداد الاهتمام بموضوعات الملكية الفكرية والتي أصبحت من أهم مفردات عصرنا لذلك سعت معظم الدول إلى أدرج الملكية الفكرية ضمن السياسات الوطنية باعتبارها أداة أساسية في تنمية المجتمعات فقامت بسن التشريعات التي تكفل وتصون هذه الحقوق من الضياع أو الاعتداء والانتهاك .

وإذا كانت السنوات الأخيرة قد شهدت توجهها عام نحو ضرورة حماية حقوق الملكية الفكرية إلا إن هذا الاهتمام ليس بمحدث وإنما قدم قدم البشرية حتى لو لم تكن تلك الرغبة بصورة واضحة أو منظمة حيث نلاحظ ذلك بالجداريات الفرعونية القديمة وهذا دليل على الرغبة في حفظ إبداعاتهم كذلك اليونانيين عرفوا العلامة التجارية واستخدموها في تجارتهم .

وقد كان العرب كذلك من أوائل من قاموا بتوثيق الإبداع فقد كانوا يقومون بعرض نصوص معلقاتهم الشعرية على جدران الكعبة تكريماً وإقراراً لإبداعات أصحابها وحماية لها من إن يقوم الغير بالادعاء بملكيتها كما درج شعراء العرب قديماً لحفظ حقهم في ملكية الأدبيات الشعرية عن طريق الإشارة إلى تسهيم أو بذكر اسمهم ضمن الأبيات الشعرية¹ .

برزت هذه الحماية بصورة جلية في أعقاب الثورة الصناعية وما رافقها من ابتكارات واختراعات ولعل أن المحرك الأساسي لوجود أول اتفاقية خاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية أي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 هي الثورة الصناعية² .

بعدها حظيت أيضاً الملكية الفكرية بشقيها الملكية الأدبية والفنية - الصناعية والتجارية باهتمام الدول ، وكذا المجتمع الدولي فأقرت ضرورة حمايتها سواء على المستوى الوطني أو الدولي ، وعليه نجد أن العديد من الدول قد أقرت في تشريعاتها مواضيع الملكية الفكرية .

وكان القانون الفرنسي الأسبق في إقرار حماية للمخترعات ومجالات الملكية الفكرية وكذلك إنجلترا التي أقرت حماية حقوق التأليف بقانون 1810 ، والولايات المتحدة الأمريكية التي احتل فيها مفهوم حماية الملكية الفكرية أهمية كبير منذ 1870 ، ومن جهتها كرست الجزائر هذه الاهتمام منذ 1966 .

¹ لبنى صقر الحمود، اثر انضمام الاردن لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية على قوانين الملكية الفكرية الاردنية النافذة ، رسالة لنيل درجة الماجستير في القانون ، كلية الدراسات العليا، الجامعة الاردنية 1999، من ص 1 الى 2 .

² فانتن حسين حوى، الموقع الالكتروني وحقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن، 2010، ص 23 .

المطلب الأول : مفهوم الملكية الفكرية وطبيعتها القانونية .

الفرع الأول : التعريف اللغوي و الاصطلاحي

يذكر إن كلمة ملكية property قد جاءت من الكلمة اللاتينية proprius والتي تعني حق

المالك أي حقوق الإنسان فيما يتعلق بثمرة فكره ، ومصطلح فكري فهي صفة من اللاتينية

intellectualas وتعني أيضا غير المادي وماله حقيقة معنوية بالاستقلال عن أي دعم مادي إما الحق

الفكري أو الذهني droit intellectual اسم يعطى أحيانا للملكيات غير المادية وموضوعها فكري

صرف وغير مادي بحت والملكية الفكرية تعبير عام يحتوي على الملكية الفكرية والفنية والملكية الصناعية وهي

ملا يتعلق بتحقيق عمل وإنما بتصوره بخلاف مادي¹ .

يعتبر موضوع الملكية الفكرية من المواضيع الخاصة بعلم القانون وكما هو معروف في هذا المجال

فالحقوق المالية كانت سابقا تقسم إلى قسمين أساسيين فقط هما الحقوق الشخصية والحقوق العينية وحقوق

الملكية الفكرية قسم ثالث ظهر لسبب انه لا يمكن إدراجه تحت احد القسمين السابقين .

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للملكية الفكرية

المعروف في علم القانون إن القانون يقسم إلى قسمين هما القانون العام الذي يختص بتنظيم علاقة الفرد

بالدولة هادفا إلى رعاية المصالح العامة فيطلق إرادة الأفراد إذ تتحقق في ظل إحكامه سلطة الدولة على الأفراد

وعلوها عليهم² .

أما القسم الثاني فهو القانون الخاص والذي ينظم علاقة الأفراد بعضهم البعض هادفا إلى رعاية

مصالحهم الخاصة ، فيطلق إرادة الافراد إذ تتحقق في ظل إحكامه الحرية والمساواة إذا فهو عكس القسم

الأول تماما لكن لا يعني هذا إنهما منفصلان بل يحدث في بعض الأحيان أن يتداخلوا ويظهر قسم ثالث هو

القانون المختلط ، وهذا ما أكده الدكتور زين الدين صلاح³ في مرجعه المداخل للملكية الفكرية .

فلأي قسم من القسمين تنتمي الملكية الفكرية ؟ أم أنها تنطوي تحت أقسام القانون المختلط ؟

دعا البعض إلى ضرورة أن تكون الحقوق الفكرية في جوف القانون الذي تكون السلطة العامة طرفا فيه ، وهذا

يعني أن الحقوق الفكرية خاصة في ما يتعلق منها ببراءات الاختراع من فروع العام لا الخاص ، والمبرر في ذلك

تمثل في أن الحقوق الفكرية تتمتع بحماية جزائية.

¹ . عبد الرزاق السنهوري ، شرح القانون المدني ، ج 8 ، ط 3 ، (د.د.ن) ، 1964 ، ص 206 .

² . حسن كيرة، المدخل الى علم القانون ، ط 5 ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، (د.س) ، ص 57 .

³ . زين الدين صلاح، المدخل الى الملكية الفكرية ، نشأتها ومفهومها ونطاقها وأهميتها وتكليفها وتنظيمها وحمايتها ، دار الثقافة ، الاردن ،

2004 ، ص 19 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

كما أن الاعتراض على ملكيتها يتم لدى موظف عام والطعن في قراراته يتم لدى محكمة إدارية.
كما انه لا بد من الرجوع إلى القانون المدني للوقوف على طبيعة الحق الفكري باعتباره قسم من أقسام الحقوق وهذا ما تم التطرق إليه في تعريف الحقوق الملكية وكذلك للوقوف على مدى حمايتها حماية مدنية من جهة أخرى.

كما انه لا بد من الرجوع إلى القانون التجاري للوقوف على طريقة استثمار واستغلال الحق الفكري باعتبار الاستثمار والاستغلال من النشاط التجاري ويجب الرجوع أيضا إلى القانون الإداري للوقوف على إجراءات تسجيل حق فكري وعلى طرق الاعتراض على اكتساب الحق الفكري من جهة والطعن في ذلك من جهة أخرى .

ولا بد من الرجوع إلى القانون الجنائي للوقوف على حماية الحق الفكري باعتباره يتمتع بحماية جزائية.
كذلك يجب الرجوع إلى القانون الدولي الخاص للوقوف على القانون الواجب التطبيق في حالة وجود تنازع قوانين .

وإضافة إلى كل هذا فان للحقوق الفكرية طابع دولي إذ توجد العديد من الاتفاقيات الدولية المنظمة لهذه الحقوق ومن كل ما سبق نستنتج أن الحقوق الفكرية ذات طبيعة مختلطة فهي تأخذ من القانون العام (الإداري والجنائي) والقانون الخاص (مدني وتجاري) والدولي الخاص (اتفاقيات ثنائية ودولية) .

المطلب الثاني: أقسام الملكية الفكرية

تنقسم الملكية الفكرية إلى قسمين أساسيين هما الملكية الفكرية الأدبية والفنية والتي تعرف بحقوق

المؤلف والحقوق المجاورة إما القسم الثاني فهو الملكية الصناعية والتجارية.

الفرع الأول: الملكية الفكرية الصناعية والتجارية.

هي احد الأقسام المهم في الملكية الفكرية وترد على منقول معنوي أو براءة اختراع أو الرسوم والنماذج

الصناعية وعلامات المصنع والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري والمحل التجاري.

براءات الاختراع هي أي فكرة إبداعية يتوصل إليها المخترع في أي من المجالات التقنية وتعلق ينتج أو بطريقة

صنع وتؤدي عمليا إلى حل مشكلة معينة في أي من الحالات¹، وينظمها في الجزائر الأمر الرئاسي رقم

54/66 المؤرخ في 3 مارس 1966 والمتضمن شهادات المخترع وبراءات الاختراع / جريدة رسمية عدد 19

الصادرة في 8 مارس 1966 و الأمر رقم 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق في براءات الاختراع

جريدة رسمية عدد 44 الصادرة في 2003/7/23.

النماذج الصناعية ويقصد بها كل شكل أو قالب أو هيكل يستخدم لصناعة السلع والبضائع بشكل يضفي

عليها مظهرا خاصا يميزها عن غيرها مثل هياكل السيارات.

. الرسوم الصناعية ويقصد بها كل ترتيب وتنسيق للخطوط بطريقة معينة ومبتكرة تسكب السلع والبضائع

رونقا جميلا يشد انتباه المستهلك مثل الرسوم الخاصة بالمنسوجات وما إلى ذلك بغض النظر عن طريقة وضع

هذا الرسوم على السلع أو البضائع².

. العلامة التجارية وهي احد أقسام الملكية الصناعية المهمة ويقصد بها كل إشارة مادية مميزة يتخذها الصانع أو

التاجر أو مقدم الخدمات لتمييز صناعته وبضاعته أو خدماته³، ويكون الهدف منها أن يبيّن التاجر لنفسه

مكانا لسمعته التجارية بين منافسيه لجذب العدد الأكبر من المستهلكين .

. الاسم التجاري والعنوان التجاري حيث يعرف الأستاذ حسن الفكهاني العنوان التجاري: بأنه التسمية التي

يطلقها التاجر على متجره لتمييزه عن غيره من المتاجر المماثلة⁴ إما الاسم التجاري فيخص التاجر في حد

1 . عبد الله عبد الكريم عبد الله. الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت:دراسة مقارنة في الاطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية ومعاهدتي الانترنت. دار الجامعة الجديدة: الأزاريطة، 2008 ص 22 و 23 .

2 . زين الدين صلاح ، المرجع السابق ، ص 34 .

3 . زين الدين صلاح ، المرجع السابق ، ص 34 .

4 . حسن الفكهاني ، الوسيط في القانون المدني، رقم 34 سنة 1976 ، ج 1 ، (د.د.ن) ، 1987 ، ص 227 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

ذاته وهو الاسم الذي يتم التعامل به على الوثائق ، ويرى الأستاذ صلاح زين الدين أن كل منهما مصطلح مستقل عن الآخر بطبيعته ووظيفته وعناصره لدرجة يمكن القول أن الاسم التجاري للتاجر يقابله الاسم المدني العادي للشخص غير التاجر وان العنوان التجاري للتاجر يقابله العنوان العادي (الموطن)¹ للشخص غير التاجر .

الفرع الثاني: الملكية الفكرية الأدبية والفنية

- حقوق المؤلف أن أول قانون لحماية حق المؤلف كان في بريطانيا سنة 1702، الذي كان بموجبه يثبت حق الملكية للمؤلف على جميع النسخ المطبوعة خلال فترة متفق عليها². كان هذا الاعتراف القانوني لحق المؤلف هو الأول من نوعه في التاريخ³ ، وكانت مدة حماية حق المؤلف 14 سنة ثم تجدد المدة طالما أن المؤلف مازال حيا.

وفي عام 1911 صدر قانون أحر لحماية المؤلفات الأدبية والموسيقية وأعمال الهندسة والنحت..... الخ ويشترط القانون الجدة في الابتكار ومدة حماية هذا القانون 50 عاما بعد وفاة صاحبه ، وللورثة حق الاستغلال طيلة هذه المدة⁴.

تأثرت الولايات المتحدة الأمريكية بصدور هذا القانون فأصدرت هي قانون حماية ، أما الدول الأوروبية فالقانون الإقدام فيها و أولها على الإطلاق هو قانون الفرنسي والذي أخذت منه معظم بالدول الأوروبية ولقد صدر ثلاث مرات الأولى سنة 1791 والثانية 1793 وأخرها 1957 وهو المعمول به في فرنسا . أما الدول العربية التي لم تولي اهتماما لهذه الحقوق إلا في السنوات المتأخرة مقارنة مع الدول السابق ذكرها ، ففي الجزائر كان أول قانون لحماية حقوق المؤلف سنة 1973 بموجب الأمر رقم 14/73 المؤرخ في 1973/04/03 بشأن حقوق المؤلف وأخرها كان بموجب الأمر 05/03 الصادر في 19 يوليو سنة 2003 الذي إضافة حقوقا جديدة وهي الحقوق المجاورة لحق المؤلف (كل فنان يؤدي أو يعزف مصنفا من المصنفات الفكرية أو مصنفا من التراث الثقافي التقليدي ، وكل منتج ينتج تسجيلات سمعية أو تسجيلات سمعية بصرية تتعلق بهذه المصنفات وكل هيئة للبث الإذاعي السمعي البصري تنتج برامج إبلاغ بهذه المصنفات إلى الجمهور يستفيد عن ادعاءاته حقوقا مجاورة لحقوق المؤلف تسمى الحقوق المجاورة).

1. زين الدين صلاح، الاحكام القانونية للاسم والعنوان التجاري في التشريع الاردني، المجلة القضائية، ع1، كانون الثاني 2000 .

2. يونس عزيز ، لمن الاولوية ؟ حقوق المؤلف ام حقوق القراء؟ ، الناشر العربي ، القاهرة ، 1983 ، ص 52 .

3. احمد سويلم العمري ، حقوق الانتاج الذهني ، دار الكتاب العربي، القاهرة ، 1967 ، ص 30 .

4. نفس المرجع السابق ص 37 .

- الحقوق المجاورة لحق المؤلف
- التعريف اللغوي: مجاورة مشتقة من كلمة الجوار أي الوجود بالقرب من الشيء¹.
- التعريف الاصطلاحي:
- يعرفها الفقه بأنها تلك الحقوق المترتبة على حق المؤلف والمشابهة له في تحوير فني لهذا العمل ليقدمه للجمهور ، أو تلك التسجيلات الصوتية المتصلة به² ، وهو يعني الوجود بالقرب فلا هي مندجمة كل الاندماج ولا هي منفصلة كل الانفصال عن الشيء المشبه به أو المجاور له بل يجمع الشئيين المتجاورين إطار واحد يفرض هذه الجوار³.
- وقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 107 من قانون 05/03 " كل فنان يؤدي أو يعزف مصنفا من المصنفات الفكرية أو مصنفا من التراث الثقافي التقليدي ، وكل منتج ينتج تسجيلات سمعية أو تسجيلات سمعية بصرية تتعلق بهذه المصنفات ، وكل هيئة للبت الإذاعي السمعي البصري تنتج برامج إبلاغ بهذه المصنفات إلى الجمهور يستفيد عن أداءه حقوقا مجاورة لحقوق المؤلف تسمى " الحقوق المجاورة " ⁴.
- **أولا: الإطار الموضوعي لحماية حقوق الملكية الفكرية**
- ويقصد بالإطار الموضوعي لحقوق الملكية الفكرية : هي مجموعة الأحكام والقواعد القانونية المقررة لمجالات الحماية ، وتشتمل على مواضيع الملكية الفكرية التي تتمتع بصلاحيحة الحماية والتعريف بأصحاب الحقوق ، كذلك تحدد هذه الأحكام مضمون الحقوق التي يمكن مباشرتها على مواضيع الملكية الفكرية المتمتعة بالحماية بالإضافة إلى تحديد أسباب انقضاء ، تلك الحقوق والعقوبات التي تلحق بالمعتدين عليها.
- ولقد تناول المشرع الجزائري هذه الأحكام ضمن العديد من التشريعات الخاصة بعناصر الملكية الفكرية (أقسام الملكية الفكرية) حيث عالج مسألة الاختراعات ، بموجب عدة قوانين متعاقبة وراء بعضها كان أحرها الأمر 07/03⁵ ، إما مسألة التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة فقد كان اهتمام المشرع بها حديثا من خلال الأمر 08/03⁶ .

1 . احمد زكي بدوي ، المعجم العربي الميسر . دار الكتاب المصرية اللبنانية ، (د.د.ن) ص683.

2 . محمود إبراهيم الوالي ، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1983 ، ص 122 .

3 . محمد سعيد رشدي ، حماية الحقوق المجاورة لحق المؤلف ، مجلة الحقوق الكويتية ، ع 1 ، 1997 ، ص 655* : العيد شنوف ، الحقوق المجاورة لحق المؤلف وحمايتها القانونية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ، فرع الملكية الفكرية ، إشراف عمر الزاهي ، كلية بن عكنون ، الجزائر . 2003 ص 11 .

4 . الأمر رقم 05-03 المؤرخ في 19-يوليو سنة 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ، (ج . ر .) . الصادر في 23 يوليو 2003 ، ع44

5 . الأمر 07-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع ، (ج . ر .) . الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44 .

6 . الأمر 08-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بحماية التصاميم الشكلية لدوائر المتكاملة ، (ج . ر .) . الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

- كما عالج موضوع الرسوم والنماذج الصناعية من خلال الأمر 186/66¹، في حين عالج مسألة العلامات من خلال الأمر 206/03².
 - أما تسميات المنشأ فقد اعتراف لها المشرع بالحماية الأمر 65/76³ هذا عن الشق المتعلق بالملكية الصناعية.
 - و أما عن الشق المتعلق بالملكية الأدبية والفنية فقد عالج المشرع من خلال الأمر 05/03.
- ثانياً: الإطار الإجرائي لحماية حقوق الملكية الفكرية**
- وضع المشرع مجموعة من الطرق الإجرائية لحماية الحقوق الناشئة ، عن الأعمال الفكرية والإبداعية ومنع أي اعتداد عليها.
 - فقرر المسؤولية المدنية سوى العقدية أو التقصيرية ، والمتمثلة في إلزام المعتدي بدفع تعويض لمالك الحقوق أو من يخلفه عن الأضرار الناشئة عن هذا الاعتداء .
 - بالإضافة إلى المسؤولية الجنائية والمتمثلة في النص على تجريم أعمال التقليد .
 - وثبتت كل من المسؤولية المدنية والجنائية بعد القيام بإجراءات المتابعة الجزائية أو المطالبة المدنية ، وإقرار المشرع لهاتين الأخيرتين يعد من قبل الإجراءات القضائية العلاجية.
 - التي تأتي بعد وقوع الاعتداء و حدوث الضرر كما قام المشرع بوضع مجموعة من الأحكام الإجرائية الوقائية ، التي يمكن لمالك الحقوق القيام بها قبل المساس بحقوقه أو إثناء المطالبة المدنية .
 - والتي تتمثل في التدابير التحفظية بالإضافة إلى وضع أحكام إجرائية إدارية منها ، ما تقوم به مؤسسات وهيئات متخصصة كتسجيل الابتكارات الفكرية والإبداعات الذهنية ، على مستوى كل من المعهد الوطني للملكية الصناعية والديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ، ومنها ما تقوم به هيئات عامة كعمليات الحجز التي تقوم بها إدارة الجمارك .

1.2 حماية الملكية الفكرية على المستوى الدولي

يلعب الإنتاج الفكري بمختلف أنواعه دوراً هاماً بين مختلف أنواع الإنتاج الذي يقوم به الإنسان .

الأمر الذي أدى إلى بروز موضوع حقوق الملكية الفكرية على الواجهة الدولية ، لاسيما مع تزايد الإدراك بعمق تأثيرها على تطور النظام الاقتصادي الحديث والتجارة الدولية .

¹ . الأمر 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية ، (ج . ر .) الصادر في 03 مايو 1966 ، عدد 35 .

² . الأمر 03-06 المؤرخ في يوليو 2003 المتعلق بالعلامات ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44 .

³ . الأمر 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 1976 ، عدد 59 .

وتظهر بالتالي أهمية الملكية الفكرية والتي تعتبر أمراً ضرورياً لتأثيرها في رفع المستوى الثقافي والحضاري للشعوب والدول .

لذلك فقد سعت معظم الدول إلى إدراج الملكية الفكرية ضمن السياسات الوطنية باعتبارها أداة أساسية في تنمية المجتمعات ، فقامت بسن التشريعات التي تكفل وتصون هذه الحقوق من الضياع أو الانتهاك أو التعدي .

كما رافق ذلك اهتمام دولي تمثل بإيجاد العديد من الاتفاقيات الدولية المنظمة لحماية هذه الحقوق في إطار دولي محكم يضمن حماية فعالة لها وبرزت هذه الحماية بصورة ملموسة في أعقاب الثورة الصناعية.

وما رافقها من ابتكارات واختراعات وتطور تكنولوجي ، ولعل أن المحرك الأساسي لوجود أول اتفاقية خاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية ، هي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 هي الثورة الصناعية¹.

1.1.2 أ. الاتفاقيات الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية

في غضون القرن التاسع عشر وقبل إصدار أي اتفاقية لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، كان من الصعب إلى حد ما الحصول على حق حماية الملكية الصناعية ، رغم التطور الحاصل في مجالات الصناعة والإبداع ، ويرجع ذلك إلى اختلاف القوانين بين دول العالم .

وظهرت الحاجة الملحة إلى تنسيق قوانين الملكية الصناعية ، على أساس دولي وعالمي والسبب في ذلك ، يرجع إلى تزايد التدفق التكنولوجي على الصعيد الدولي ، وكذلك زيادة حجم التجارة الدولية وأهم الاتفاقيات الخاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية هي:

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتجارية عام 1883 وتعديلاتها .
- اتفاقية استراسبورغ بشأن التصنيف الدولي لبراءات الاختراع عام 1971.
- اتفاق بودابست بشأن الاعتراف الدولي بإبداعات الكائنات الدقيقة لا أغراض الإجراءات الخاصة بالبراءات عام 1977.

- اتفاقية التعاون الدولي بشأن البراءات عام 1970.
- اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات والبروتوكول الملحق به عام 1989 "بروتوكول مدريد
- صياغة جنيف لاتفاق لاهاي بشأن التسجيل الدولي للرسوم والنماذج الصناعية جنيف عام 1999.
- اتفاق مدريد لتجريم النباتات الخاطئة أو المضللة عن منشأ البضائع عام 1891
- اتفاق لشبونة لحماية دلالات المصدر وتسجيلها دولياً عام 1981.

¹ . د/ فائق حسين حوى ، نفس المرجع ، ص 23 .

- الاتفاقية الدولية لحماية الأنواع "الأصناف" الجديدة للنباتات عام 1961.
- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس (القواعد المتعلقة الملكية الصناعية والتجارية) ¹.

1.2. ب الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية حقوق الملكية الادبية والفنية

- اصبحت الحاجة الى الحماية الدولية لحقوق الملكية الادبية والفنية مسألة ضرورية ، وعليه بدأ التفكير في حمايتها على الصعيد الدولي حوالي منتصف القرن 19 ، في شكل اتفاقيات ثنائية تتولى الاعتراف المتبادل بهذه الحقوق ولكنها لم تكن شاملة وكفاية ، فأفضت الحاجة الى نظام موحد لإعداد واعتماد اتفاقيات عديدة .
- اولها اتفاقية برن بشأن حماية المصنفات الادبية والفنية ، والتي تعد استجابة حقيقة لشرعية الحماية الدولية ، ثم تلتها العديد من الاتفاقيات المتعلقة بحماية هذه الحقوق وهي :
- الاتفاقيات الخاصة بحماية حقوق المؤلف :
- الاتفاقية العالمية لحقوق المؤلف الموقعة في جنيف عام 1886.
 - اتفاقية مدريد لتفادي الازدواج الضريبي على عوائد حقوق مؤلفين عام 1979.
 - اتفاقية التسجيل الدولي للمصنفات السمعية والبصرية في جنيف عام 1989.
 - اتفاقية واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة عام 1989.
 - معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف عام 1996.
 - اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس (القواعد المتعلقة بحق المؤلف) .
- الاتفاقيات الخاصة بحماية الحقوق المجاورة
- اتفاقية روما بشأن حماية منتجي التسجيلات الصوتية وهيئات الاذاعة عام 1961
 - اتفاقية جنيف بشأن حماية منتجي التسجيلات ضد النسخ غير المشروع عام 1971
 - اتفاقية بروكسل بشأن توزيع الشارات الحاملة للبرامج المرسلة عبر الكوابل الصناعية عام 1974 .
 - معاهدة الويبو بشأن الاداء والتسجيل الصوتي عام 1996
 - اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس (القواعد المتعلقة بالحقوق المجاورة) ².
- الفرع الثالث : تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية في اطار الاتفاقيات الحديثة (اتفاقية تريبس واتفاقيتي الانترنت) توصلت الجهود الدولية لاج تكريس حماية اوسع واشمل لحقوق الملكية الفكرية خاصة بعد ما شهدته العالم منذ بداية القرن العشرين من تغيرات وتحولات متسارعة اثرت على جميع الاصعدة السياسية والاقتصادية والعلمية والتكنولوجية .

¹ . المواد 15 الى 40 ، فاتن حسين حوى ، مرجع سابق ص 43 الى 44 .

² . المادة (14) ، فاتن حسين حوى، مرجع ص 42-43.

مما استوجب الحاجة الى التفكير في ايجاد اطر قانونية تنظيمية دولية تستوعب هذه التطورات غير ان ذلك لم يكن سهلا امام اصرار الدول الكبرى وعلى راسهم الولايات المتحدة نتجية الانتهاكات التي تعرفها حقوق الملكية الفكرية والمتسوى المتدني للحماية في الدول النامية¹ وامام رفض الدول النامية وتحت اصرار الدول الكبرى ولدت وتحت مظلة المنظمة العالمية لتجارة اتفاقية الجوانب المتصلة لتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريس في عام 1994.

لكن وامام ما اتت به اتفاقية تريس من شمول لحقوق الملكية الفكرية الا انها لم تتناول بالتفصيل الملكية الفكرية بمفهومها "الرقمي" وعليه وفي اطار التعاون بين المنظمين (منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية) تم اقرار اتفاقيتي الويبو لسنة 1996 والمعروفتين باتفاقيتي الانترنت التي ساهمت بدوها في حماية الملكية الفكرية من خلال عالم افتراضي .

اولا: حماية حقوق الملكية الفكرية في اطار اتفاقية تريس

تعد اتفاقية تريس اهم ما اسفرت عنه جولة الارجواي حيث تعتبر حدث تاريخي ليس فقط لانها لخصت الاشواط الطويلة التي قطعتها الاتفاقيات الولية منذ 1883² وجمعت شقي الملكية الفكرية (الصناعية والتجارية /الادبية والفنية) بل لانها اوجدت مركزا جديدا لادارة هذا النظام وهو منظمة التجارة العالمية لذا كان من الطبيعي ان تتبنى نظاما خاصا بالنظر الى كل الظروف العلمية والاقتصادية التي عاصرت نشاتها . مما جعلها تنفرد وتتميز عن باقي الاتفاقيات سواء من حيث الاطار الذي وردت فيها ومن حيث احكام سريانها في مواجهة الدول الاعضاء فيه . لكونها لم تقف عند مستويات الحماية السابقة والمقررة في الاتفاقيات السابقة.

حيث شملت اتفاقية تريس من خلال اطارها العام الذي جاءت فيه وكذا مضمون نصوصها التي اعتمدها احكام عامة واساسية جعلتها تنفرد عن باقي الاتفاقيات ويظهر ذلك جليا في اطار الهدف الذي جاء في ديباجتها والذي اكدت على ضرورة تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية وضمان فعاليتها حيث نصت بان الغاية الاساسية من تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية هي تخفيض العراقيل التي تعوق التجارة الدولية مع الاخذ بعين الاعتبار ضرورة تشجيع الحماية الفعالة لهذا الحقوق وضمان ان لاتصبح هذه التدابير والاجراءات المتخذة لانفاذها حواجز امام التجارة المشروعة وقد اوردت الاتفاقية احكام خاصة الى جانب الاحكام المشتركة المتضمنة فيها .

هذه الاحكام الخاصة تطبق على كل حق من حقوق الملكية الفكرية حسب طبيعته اذ حددت نطاق هذه الحقوق حيث نصت على ان اصطلاح الملكية الفكرية ينصرف الى جميع فئات الملكية الفكرية .

¹ كارلوس كوريا ، حقوق الملكية الفكرية ، منظمة التجارة العالمية والدول النامية ، اتفاقية تريس وخيار السياسات ، ترجمة احمد عبد الخالق ، احمد يوسف الشحات، دار المريخ للنشر ، السعودية ، 2002، ص156.

² زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق والعلوم الإدارية ، جامعة الجزائر ، 2002-2003 ، ص143.

وهكذا تكون الاتفاقية قد جمعت بين شقي الملكية الفكرية في وثيقة واحدة . كما انها احالت الى الاتفاقيات الدولية المتعلقة بهذا النظام والغت وطورت بعض الاحكام السابقة واقدمت احكاما جديدة من شأنها تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية وقد تنوعت هذه الاحكام بين حقوق المؤلف والحقوق المجاورة ومختلف حقوق الملكية الصناعية .

ثانيا : حماية الملكية الفكرية في اطار اتفاقيتي الانترنت الاولى والثانية

ادت الثورة المعلوماتية الى احداث اثر كبير على كافة نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فكان لها الاثر المباشر على حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة وحقوق المؤلف بصفة خاصة . حيث اصبحت عملية نشر وتوزيع وعرض المؤلفات امرا سهلا وقليل التكلفة . وقد ارتبط ذلك بظهور شبكة الانترنت فبعدها كانت عملية النسخ تتم بالطرق التقليدية اصبح ذلك الان باستخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال شبكة الانترنت .

لذا فان هذه التطورات التقليدية افرزت تحديات جديدة في هذا المجال فبرزت مشاكل التعامل مع نوع جديد من انواع الملكية الفكرية والذي يمكن تسميته "بالتعامل الرقمي" "الملكية الرقمية" .

فكان لزاما ان يتدخل المشرع الدولي باتفاقيات جديدة توائم التطور وتلائم الحاجة فكانت البداية من خلال اتفاقية ترييس . وليدعم بتبني المنظمة العالمية ملكية الفكرية "الويبو" لاتفاقيتين دوليتين وهما :

حماية حق المؤلف: في اطار اتفاقية الانترنت الاولى لسنة 1996 نظرا للتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واثر ذلك على ابتكار المصنفات الادبية والفنية والانتفاع بها وتحويل المؤلفات التقليدية ونتاج الافكار لتوضع في فضاء الانترنت وظهور مشكلات قانونية متعددة نتيجة استخدام هذه الشبكة التي تحتوي الملايين من المواقع التي تتضمن محركات لبحث ومصنفات رقمية . ظهرت الحاجة لتوسيع مجال حماية المصنفات الادبية والفنية وبصفة خاصة مجال الحماية الدولية لها فظهرت اتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية بشأن حق المؤلف (الانترنت الاولى) في عام 1996 وتم اعتمادها من قبل المؤتمر الدبلوماسي للويبو .

تعد اتفاقية الويبو لحماية حق المؤلف (اتفاقية الانترنت الاولى) اتفاقا خاصا بالمعنى التي تحدده المادة 20 من اتفاقية برن لحماية المصنفات الادبية والفنية¹ وهو ما اتت به المادة الاولى من

¹ تنص المادة 20 من اتفاقية برن على ان " تحتفظ حكومات دول الاتحاد بالحق في عقد اتفاقات خاصة فيما بينها مادامت هذه الاتفاقات تخول حقوقا تفوق تلك التي تمنحها هذه الاتفاقية او تتضمن نصوصا لا تتعارض مع هذه الاتفاقية "

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

اتفاقية الانترنت الاولى¹ وعليه فلا توجد علاقة بين هذه الاتفاقية والاتفاقيات الاخرى خلاف اتفاقية برن ولا تخل بأي حق او التزام من الحقوق والالتزامات المترتبة على أي معاهدات اخرى وتعتبر هذه المعاهدة بمثابة "الاطار القانوني الدولي لحماية حقوق التأليف على شبكة الانترنت" فهي موجهة بصفة خاصة للتصدي للمشكلات الناجمة عن التكنولوجيا الرقمية في الفترة التي تلت اتفاقية تريبيس. فمن اجل مواجهة هذه المشكلات تصدت معاهدة الويبو لحق المؤلف فيما يعرف باسم "جدول الاعمال الرقمي" وذلك من خلال قواعد مقرررة لحق المؤلف بشأن تخزين المصنفات ونقلها عبر الانظمة الانظمة الرقمية وفي هذا الاطار جاءت اتفاقية الويبو لحق المؤلف لتوجب الدول الاطراف ضرورة النص في قوانينها الداخلية على حماية حقوق التأليف بشكل عام وحقوق التأليف على شبكة الانترنت كذلك حددت نطاق حماية حق المؤلف وفي هذا الصدد حاولت الاتفاقية ان تتلائم مع القواعد العامة الواردة في اتفاقية برن .

كذلك امتد نطاق الحماية ليشمل برامج الحاسب الالى باعتبارها مصنفات ادبية وبالتالي فان برامج الحاسب الي الموضوعة في الموقع الالكتروني تتمتع بذات الحماية المقررة للبرامج المخزنة على قرص مدمج².

كذلك اكدت على قواعد البيانات وشملتتها بالحماية ايا كان شكلها اذا كانت تعتبر ابتكارات فكرية بسبب اختيار محتوياتها او ترتيبها في شكل معين . كذلك بخصوص النطاق الزمني للاتفاقية فقد اكدت على ان تطبق الاطراف المتعاقدة لاحكام المادة 18 من اتفاقية برن على كل اوجه الحماية المنصوص عليها بمعنى مدة الحماية الممنوحة للمؤلفين تسري حتى نهاية 50 عام على الاقل . لقد رتبت الاتفاقية مجموعة حقوق لمؤلفي المصنفات الادبية كما رتبت :

1.2 التزامات على عاتق الاطراف المتعاقدة :

والحقوق المترتبة على الحماية الممنوحة بموجب الاتفاقية :

1. حق التوزيع والتاجير يتمتع مؤلفو المصنفات الادبية والفنية بالحق الاستثنائي في التصريح باتاحة النسخة الاصلية اوغيرها من نسخ مصنفاتهم للجمهور ببيعها او نقل ملكيتها بطريقة اخرى اما في يتعلق بحق التاجير فقد اتاحت الاتفاقية لمؤلفي برامج الحاسوب والمصنفات السينمائية المجسدة

¹ تنص المادة 1 من اتفاقية الانترنت الاولى على انه " ليست لهذه المعاهدة أي صلة بمعاهدات اخرى خلاف اتفاقية برن ، ولا تخل باي حق او التزام من الحقوق او الالتزامات المترتبة على اية معاهدات اخرى" ويشمل تعبير معاهدات اخرى "اتفاقية تريبيس والاتفاقية العالمية لحقوق "انظر : فاتن حسين حوى ،مرجع سابق،ص189.

² تنص المادة 4 من اتفاقية الانترنت الاولى لسنة 1996 على انه "تتمتع برامج الحاسوب بالحماية باعتبارها مصنفات ادبية بمعنى المادة 2 من اتفاقية برن ، وتطبق تلك الحماية على برامج الحاسوب ايا كانت طريقة التعبير عنها او شكلها " .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

في تسجيلات صوتية كما ورد تحديدها في القانون الوطني للاطراف المتعاقدة التمتع بالحق الاستثنائي في التصريح بتاجير النسخة الاصلية او غيرها من النسخ للجمهور لاغراض تجارية¹

2. حق نقل المصنف الى الجمهور

لقد نصت الاتفاقية على حق المؤلف في نقل المصنف الى الجمهور بالنسبة للمصنفات الموضوعية في موقع الكتروني بحيث يتمتع مؤلفو المصنفات الادبية بالحق الاستثنائي في التصريح بنقل مصنفاتهم الى الجمهور باي طريقة سلكية او لاسلكية بما ذلك اتاحة مصنفاتهم للجمهور بما يمكن افراد من الجمهور من الاطلاع على تلك المصنفات من مكان وفي وقت معين².

الالتزامات المتعلقة بالتدابير التكنولوجية والمعلومات الضرورية لادارة حقوق التأليف :

وبغرض الوصول الى حماية قانونية فعالة لحقوق التأليف وتطبيقها تطبيقاً فعالاً كان من الضروري اللجوء الى تدابير تكنولوجية للحماية وكذلك معلزمات لادارة حقوق التأليف وتم الاتفاق بين الدول من خلال هذه الاتفاقية على ان يترك تطبيق التدابير والمعلومات لاصحاب الحقوق المعنيين .

2.2 الالتزامات المتعلقة بالتدابير التكنولوجية

منذ ظهور الانترنت بدأت قواعد حماية الملكية الفكرية بالتغيير بما يسمح بملائمة الطبيعية الجديدة للعلاقات القانونية³ وقد ائذ ذلك في قواعد هذه الاتفاقية وتحديد فيما يتعلق بالالتزامات التي سميت بتلك المتعلقة بالتدابير التكنولوجية. فاجبت على الاطراف المتعاقدة ان تنص في قوانينها على حماية مناسبة وجزاءات فعالة ضد التحايل على التدابير التكنولوجية الفعالة التي يستعملها المؤلفون لدى ممارسة حقوقهم على شبكة الانترنت .

3.2 الالتزامات المتعلقة بالمعلومات الضرورية لادارة الحقوق

اوجبت الاتفاقية على الاطراف المتعاقدة ان تنص في قوانينها على جزاءات مناسبة وفعالة توقع على أي شخص يباشر عن علم ايا من الاعمال التالية :

- ان يحذف او يغير دون اذن أي معلومات وارده في شكل الكتروني تكون ضرورية لادارة الحقوق.

- ان يوزع او يستورد لاغراض التوزيع او يذيع او ينقل الى الجمهور مصنفات دون اذن .

¹ تنص المادة 7 من اتفاقية الانترنت الاولى على انه :

"يتمتع مؤلفو المصنفات التالية :

-برامج الحاسوب

-المصنفات السينمائية

² انظر نص المادة 8 من اتفاقية الانترنت الاولى لسنة 1996 .

³ هروال نبيلة ، الجوانب الاجرائية لجرائم الانترنت ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2006 ، ص 30.

ويقصد بعبارة " المعلومات الضرورية ادارة الحقوق " المعلومات التي تسمح بتعريف المصنف ومؤلف المصنف ومالك أي حق في المصنف او المعلومات المتعلقة بشروط الانتفاع بالمصنف او أي ارقام او شفرات ترمز الى تلك المعلومات وهو ما اكدته امادة 2/12 من اتفاقية الانترنت الاولى. ولم تقف جهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو عند ضمان الحماية لحق المؤلف وانما امتدت جهودها لحماية فناني الاداء ومنتجي التسجيلات وذلك في اتفاقية الانترنت الثانية للسنة ذاتها بل عملت على تطوير الحماية المقررة لهم.

4.2 حماية الملكية الفكرية طبقا لقواعد معاهدة الويبو بشأن الحقوق المجاورة 1996(اتفاقية الانترنت الثانية)

لقد كان للتطور التكنولوجي انعكاسات على كافة اوجه الملكية الفكرية ومن هذا الواجه ما يتعلق بحقوق فناني الاداء ومنتجي التسجيلات الصوتية .

ولغرض توسيع مجال حماية حقوق الملكية الفكرية ليشمل المستجندات التي تفرضها التقنيات الرقمية ونظرا لقصور القواعد القانونية الدولية وقيام الحاجة الى وضع قواعد دولية جديدة تركز الحصول المناسب للمسائل الناجمة عن هذا التطورات جاءت اتفاقية الانترنت الثانية لترجم الجهد الدولي الكبير في هذا المجال واطلق عليها اسم معاهدة الويبو بشأن الاداء والتسجيل الصوتي التي ابرمت في عام 1996.

المبحث الثاني : حماية المستهلك

المطلب الاول : مفهوم المستهلك

لقد كانت ومازالت غاية الانسان هي تحقيق اقصى حد من الربح مستعملا في ذلك كل الاساليب المتاحة وهذا ما جعل جماعة التجار والمنتجين تكون قوة لا يستهان بها حيث تملك قدرات مالية وخبيرة ودراية يفتقر اليها المستهلك الذي لا يملك الا الاذعان لهذه الفئة الغالبة فحاجة المستهلك الدائمة الى تلبية رغباته المتزايدة تجعله في قبضة كل من المنتج والبائع والموزع الذي يتحكم في السوق ومحتوياته.

ان تطور اقتصاد السوق في القرنين التاسع عشر والعشرين قد يجعلنا نعتقد ان المستهلك اصبح ملكا يتحكم في النظام الاقتصادي فحرية المنافسة بين المؤسسات التجارية يجب ان تكون مصدرا لتوفير السلع المعروضة وتحسين نوعيتها وتقليص ثمنها وبالتوازي اصبح مبدا سلطان الارادة اساسا للمنظومة القانونية على كل من متعاقد رعاية مصالحه الخاصة والشخص المتعاقد يلزم نفسه فكلمة التعاقد تعني العدالة¹.

لذلك لا يبدو ضروريا حماية المتعاقدين الا ببعض القواعد التي تعاقب عن بعض اعمال الغش الموصوفة ويتمتع الاجراء بالمقابل بحماية واسعة وهذا نهاية القرن 19م لانهم اعتبروا في هذه الفترة ضحايا النظام الاقتصادي فهم غير قادرين على حماية انفسهم بانفسهم .
وابتداء من الستينيات اصبحت مشكلة مجتمع رغم ان هذه الفترة تزامنت مع تطور اقتصادي معتبر الذي يوفر العديد من السلع والخدمات المعروضة على المستهلكين وتتطابق كذلك هذه الفترة مع نمو حجم المؤسسات وكثرة المنتوجات والخدمات المعقدة وتطور القروض والاشهار والتقنيات الخاصة بالتسويق .

ومن خلال ذلك تدخل المشرع بواسطة احد سبل الحماية وهي الحماية الجنائية فنجد المشرع الجزائري وضع اداة قانونية فعالة لتحقيق الردع الخاص والعام حيث اقر في قانون العقوبات عقوبات لمواجهة بعض الجرائم كجريمة الخداع والغش وجريمة الاشهار التضليلي او الكاذب .

¹ . بن داود ابراهيم ، قانون حماية المستهلك وفق احكام القانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك من الغش ،سلسلة الاصدارات القانونية ،ص 3.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

ومن هذا المنطلق حيث عرفه هذا الاخير بالمفهوم الضيق بانه الذي يجوز او يستخدم سلعا او خدمات لغرض غير معني ذلك ان المعيار الاساسي هنا هو الحيازة او استخدام السلع او الخدمات بهدف شخصي .

وقد عرفه المجلس الاوروي عندما وضع ميثاق حماية المستهلك في 17 مايو 1973 بانه كل شخص طبيعي او معنوي تباع له اشياء او خدمات لاستخدامه الخاص .

كما عرفه المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للجمعية العامة للأمم المتحدة بانه الشخص الذي انتجته المجتمع الاستهلاكي وهو كل افراد المجتمع وبالتالي تدخل حمايته في مجال الالتزامات العامة للدولة التي تتكفل بالامن العام وضبط علاقات افراد المجتمع بصفة عامة.

هذا وقد شهدت العقود الثلاثة الاخيرة من القرن الماضي وتعدد هيئات الدفاع عن المستهلك والقواعد القانونية وحمايته وهكذا ظهرت الى الوجود هذه المادة الجديدة المسماة (قانون حماية المستهلك)¹

وقد احست الجزائر بعد 1988 باهمية هذا القانون خاصة بعد العديد من التحولات الاستراتيجية الهامة في المجالين الاقتصادي والسياسي والاجتماعي واخذ التطور العلمي في الدفاع عن المستهلك يسري ضمن اهتمامات المشرع الجزائري مع القانون 02/89 المؤرخ في 08 فيفري 1989 الذي يتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك وجميع النصوص الملحقة -مراسيم تنفيذية وقرارات - .

وتجدر الاشارة هنا بان الجزائر قبل اصدار القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك ادرجت العديد من المواد في العديد من القوانين التي استهدفت حماية المستهلك اهمها ما كان يتعلق بالاسعار بالاضافة الى نصوص في قانون العقوبات وكان النصوص وحدها لا تكفي حماية المستهلك خاصة وان المجتمع الجزائري يتطور بصورة سريعة وفوضوية في ذات الوقت الى ان تم تعديل القانون رقم 02/89 بالقانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير لسنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² .

¹ . بن داود ابراهيم ، مرجع سابق،ص 4.

² . بن داود ابراهيم ، مرجع سابق،ص 5.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وقد عرفه القانون رقم 03/09 في الفصل الثاني المادة 3 بالقول كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل او مجانا سلعة او خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية او تلبية حاجة شخص اخر او حيوان متكفل به¹.

ويعد قانون حماية المستهلك من القوانين الهامة لانها تتعلق برعاية مصالح المستهلك في جانبين اثنين²:

1. الجانب الصحي للمستهلك وذلك بمنع كل الممارسات الممنوعة والتي تتمثل في تجاوز صلاحية الاستهلاك بيع وعرض سلع لمدة طويلة او عرض السلع بطريقة فوضوية ومقابل الشمس مما يجعل السلع عرضة لكل مظاهر التلف وعرضة للجراثيم الضارة بصحة المستهلك والسلع المعروضة نقصد بها كل المنتجات الموجهة للاستهلاك الفردي المباشر او الاستهلاك الصحي كالادوية والمواد الصيدلانية وحتى الموجهة للحيوانات التي ستكون مصدرا لغذاء الافراد في صورة لحوم حمراء وبيضاء.

2. الجانب المالي للمستهلك كما تهدف هذه الحماية الى رعاية الجانب الاقتصادي للمستهلكين وذلك بمراعاة اسعار السلع وعدم تجاوزها للحد المعقول خاصة في ظل ندرة بعض المنتجات او احتكارها لاجل بيعها في فترات المواسم والاعياد باسعار مرتفعة بالاضافة الى رعاية مسألة المكاييل والموازين و المقاييس الخاصة بالسلع تجنبا لاي غش وهذا ما ورد بشانه نص قانوني يتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 464/05 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 الخاص بتنظيم التقييس وسيره .

بالإضافة الى اهمية قانون الاستهلاك في رعاية وحماية كرامة الانسان خاصة في ظل المنافسة الشرسة بين المنتجين والتجار حيث يكون الضحايا هم المستهلكون.

¹ . قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير لسنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج ر 15)، المؤرخ في 2009/03/8.
² . بن داود ابراهيم ، مرجع سابق، ص 6.

المطلب الثاني : مضمون الحماية

ان المستهلك عند اقتنائه لحاجاته من المنتجات والخدمات تقابله الكثير من الصعوبات نظرا لنقص المعلومات لديه عن الجودة والاسعار وهذا ما يسمى ضعف القدرة التقنية مقارنة مع البائع او مقدم الخدمة كما انه يجهل بعض التجاوزات التي يقدم عليها المهنيون سعيا منهم الى تحقيق الارباح دون مراعاة مصالح المستهلكين مما يؤدي الى تعرض هؤلاء الى الغش والاستغلال والتضليل لاجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية الى تنظيم السوق واقامة التوازن في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين .

الفرع الاول : حماية المستهلك قبل التعاقد

لقد اولى المشرع اهمية قصوى لحماية المستهلك قبل ان يقبل على ابرام العقد المتضمن شراء منتج او طلب خدمة من المهني حيث نظم الحماية في عدة نصوص تتضمن احكاما تفصيلية لمختلف الممارسات التجارية سواء كانت التزامات على عاتق المهني او ممارسات محظورة عليه وقد صنفها الى:

اولا : حماية المستهلك في مجال شفافية الاسعار حيث تضمنت المواد 4 الى 8

من الفصل الاول من الباب الاول لقانون الممارسات التجارية التزاما يقع على عاتق المهني وهو ضرورة اعلام المستهلك بالاسعار.

حيث نظم المشرع الجزائري الاشهر القانوني للاسعار لاول مرة في قانون رقم 12/89¹

الصادر في 5 يوليو 1989 المتعلق بالاسعار وذلك من خلال المادة 29 من الباب المعنون ب القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية والغي هذا القانون بموجب الامر رقم 06/95² الصادر في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة حيث نصت المادة 54 منه على ان اشهار الاسعار اجباري وقد تم الغاء الامر 06/95 بموجب الامر 03/03³ الصادر 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة مع الابقاء على العمل بصفة انتقالية باحكام الابواب الرابع والخامس والسادس منه وبذلك اخرج المشرع الاحكام المتعلقة بالاسعار واشهارها من النصوص المتعلقة بالمنافسة والهدف من ذلك افرادها بنص

¹ . القانون رقم 12-89 ، المؤرخ في 1989/7/5 المتعلق بالاسعار ، (ج ر عدد 29) الصادرة في 1989/07/19

² . الامر 06-95 ، المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة ، (ج ر عدد 9) الصادرة في 1995/02/22 .

³ . الامر 03/03 ، المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة (ج ر عدد 43) الصادرة في 2003/07/20 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

خاص ومنفصل وبذلك صدر القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالممارسات التجارية الذي نظم الاعلام بالاسعار

ثانيا : حماية المستهلك من الممارسات غير الشرعية حيث منع القانون 02/04

بعض الممارسات التجارية غير المشروعة والمتمثلة في رفض البيع او اداء الخدمة للمستهلك دون مبرر شرعي .

والمقصود برفض البيع او اداء خدمة للمستهلك رفض البيع او تادية الخدمة هو عمل سلمي يصدر من المهني ويتضمن انكار وجود السلعة لديه¹.

ويدخل في مفهوم الرفض الموجه للمستهلك عدة مسائل اذ ليس كل رفض يعد رفضا يمنعه القانون ولا يمكن ان يكون هناك طلب ثابت وحقيقي كما انه الجدال الجدي والمنطوي على خطأ من البائع والذي بموجبه يظهر سوء نيته وضعف المشتري كما يجب ان يكون الطلب الموجه من المستهلك من ضمن الطلبات الرئيسية وان طلبه هذا يعد عاديا في اطار المعاملات المعتادة لهذا المهني مع باقي الزبائن فطلب الشراء يعد غير عادي لمجرد ان المشتري لا يستوفي على الشروط المقررة في محلات البيع والتي ادرجت مجددا من طرف البائع وتقع جريمة الرفض حتى لو كان الرفض جزئيا.

- شروط قيام جريمة الرفض

1. ان يتم الرفض بصفه فعلية هنا يصعب اثبات وجود رفض فعلي الا ان المشرع الفرنسي لجأ لتحديد اساليب الرفض في قانون العقوبات الصادر 1994 المادة 2/225 وهي

ا- رفض التمويل بمنتوج او خدمة على اساس الاصل او الجنس او الحالة الصحية او حتى الاراء السياسية والديانة

ب- رفض التشغيل لمعاقة شخص ما

ج- عرقلة الممارسة التجارية لاي نشاط اقتصادي

2 الا يكون الامتناع مشروعاً حيث يشترط لاعتبار فعل الامتناع عن البيع او تادية خدمة رفضاً ان يكون لمبرر غير شرعي ومثال ذلك ان يتعلل البائع او مقدم الخدمة بانه كان يقصد من وراء الامتناع تنظيم عمله والموازنة بين حاجات الناس

¹ . محمود محمد عبد العزيز الزيني ، جرائم التسعير الجبري -المبادئ الشرعية والقانونية وآراء الفقهاء والمحاكم ومعيار العقوبة في كل من الشريعة الاسلامية والقانون الوضعي،(ب ر ط) ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، 2004 ، ص 75.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

ويعد الاجتهاد الفرنسي غنيا بمعاينة الممارسات التي تاخذ شكل رفض البيع ومنها ما قضت به الغرفة الجنائية لمحكمة النقض الفرنسية في قرارها بتاريخ 21 أكتوبر 1988¹ بان رفض الصيدي تسليم ادوية مانعة للحمل للزبائن بحجة انها تتعارض مع اقتناعاته الشخصية وبالتالي لا يمكن اعتباره عوم توافر مادي وبالنتيجة لا يمثل مبررا شرعيا.

ومن جهة اخرى يعتبر الرفض راجعا الى مبرر شرعي وهذا ما صدر عن وزارة التموين المصرية في كتاب دوري لسنة 1958 الى مراقبي وزارة التموين بينت فيه ان هناك ظروفًا قانونية تميز للبائع حق رفض البيع وهي :

- اذا اثبت بصفة قاطعه ان المقدار الذي يطلبه المشتري يزيد عن حاجته العادية

- اذا كان البيع يتعارض مع العرف المتبع في المحل التجاري

- اذا كان البيع يتعارض مع النظام الذي وضعه التاجر لتوزيع السلعة باعتماد من مراقب التموين المختص².

ما يلاحظ ان حصر بعض حالات الرفض يساعد القاضي على تكيف الوقائع المعروضة عليه وان كانت على سبيل الحصر وهذا ما لا نجد في اطار المادة 15 من قانون الممارسات الجزائي الذي اکتف بالمنع دون تحديد بعض حالات الرفض .

3. ان تكون السلعة معروضة للبيع

اذ لا يمكن تكيف الممارسة رفضا اذا لم يكن البائع قد عرض سلعة للبيع او لم يكن بإمكانه توفير الخدمة المطلوبة من طرف الزبون وهنا نلاحظ ان المشرع في المادة 15 من القانون 02/04 قد اشترط عرض السلعة للبيع بمعنى اذا كان البائع حائزا للسلعة دون عرضها فلا يعتبر قد رفض البيع. على خلاف المشرع المصري الذي يعتبره رفضا بمجرد الحيازة المادية للسلعة مدى تأثير رفض البيع او اداء الخدمة على مصلحة المستهلك .

ان عرض المنتج للبيع وعرض الخدمة على المستهلك يفترض معه ان المهني يريد من وراء ذلك بيع هذه السلعة وتقديم تلك الخدمة لكن قد يحصل كما ذكرنا ان يعتمد المهني الى رفض البيع او اداء الخدمة رغم توفرها لديه وبذلك يقف المستهلك موقف الطرف الضعيف الذي لا يمكنه اجبار

1. Cass-Crim- 21/10/1988. aff. N° 97.80.981- Lamy Droit économique, op. cit, p 420.

2. محمود محمد الزيني ، المرجع السابق، ص158 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

المهني على البيع و تقديم الخدمة ومن شان ذلك المساس بمصلحة المستهلك الاقتصادية وكذا اجتماعية بسبب اقدام المستهلك على عمل يلحق خسائر بالمحل او المهني نفسه (اعتداء جسدي) ان كفالة الحماية للمستهلك من رفض البيع او اداء الخدمة يعد اداة فعالة للحيلولة دون تعسف المهنيين على المستهلكين الذين ان لم توفر لهم الحصانة سوف يقعون ضحية هذه الممارسة .

ثالثا: حماية المستهلك من الممارسات التدلّيسية

حيث يحتاج المستهلك الى سلعة او خدمة معينة فلا يستطيع الحصول عليها اما لندرقتها او لقلّة جودتها وذلك بسبب اخفاء بعض الموزعين والمنتجين للسلعة مما يؤدي الى عدم واقعية الاثمان والتاثير على القدرة على الاختيار واحداث ظروف استثنائية وصعبه تنعكس على مصالح جمهور المستهلكين وهو ما يعرف بالاحتكار وهو محل منع وحظر من قبل المشرع في اطار قانون الممارسات التجارية .

تعريف الاحتكار

لغويا يعرف انه ادخار الطعام للتربص وصاحبه محتكر والاحتكار الطعام ونحوه مما يؤكل واحتباسه انتظار وقت الغلاء به¹ .

والمفهوم اللغوي لا يتعد عن المعنى الاصطلاحي لان حبس الطعام انتظارا لغلائه هو المضمون

العام للمعنى الاصطلاحي .

ومن الناحية الاقتصادية هو الانفراد بسلعة او خدمة والتحكم الكامل في معدلات وفرقتها

وتحديد اثمانها ومستوى جودتها سعيا للحصول على اكبر قدر من الربح عن طريق التواطؤ مع

الاطراف لغق المنافسة امام الموزعين او المنتجين الاخرين² .

شروط الاحتكار

لم يضع المشرع بموجب المادة 25 من القانون 02/04 شروط للاحتكار وانما نص على الصورة التي تظهر بها هذه الممارسة والنتيجة المترتبة على ذلك ولكن باعتبار ان المهني قد يعتمد الى احتباس المخزون وان يقصد بذلك تربص غلاء الاسعار فانه لا بد من توافر شروط ونظرا لعدم وجود هذه الشروط في النص القانوني في قانون 02/04 لا بد من الرجوع الى الفقه الاسلامي حيث ينظر

¹ . العلامة ابن منظور ، قاموس لسان العرب المحيط ، ب ت ط ، المجلد الأول ، دار الجيل بيروت ، دار لسان العرب ، بيروت - لبنان ، ب س ، ب ط ، ص 687 .

² . أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية ، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر ، 2005 ، ص 131 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

علماء الاقتصاد الاسلامي اليه انه جمع او حبس السلعة التي يحتاج اليها الناس لبيعها بثمان مغالي فيه كما رواه ابو هريرة عن الرسول صلى الله عليه وسلم انه قال: من احتكر حكره يريد ان يغلي بما على المسلمين فهو خاطئ"¹.

حيث حدد الفقهاء ثلاثة شروط هي :

ان يكون الشيء المحتكر فاضلا عن حاجة صاحبه سنة كاملة .

ان يكون صاحب الشيء قد انتظر الوقت الذي يغلو فيه السلع لبيع بالثمان الفاحش .

ان يكون الاحتكار في الوقت الذي يحتاج فيه الناس الى المواد المحتكرة فلو كانت المواد لدى عدد من التجار او لا يحتاج الناس اليها فان ذلك لا يعد احتكارا اذ لا يقع ضررا بالناس².

رابعا : حماية المستهلك من الممارسات غير النزيهة:

يطال عددا كبيرا من اساليب المنافسة غير المشروعة بضاعة المنافسين الاخرين ومنتجاتهم

ويحصل ذلك باشكال مختلفة من اهمها تقليد العلامة التجارية وابدال البضاعة وتقليدها لخلق الالتباس

حول مصدرها كما قد يخلق هذا الاخير عن طريق الاشهار المضلل او الاشهار غير الشرعي وهي

ممارسات محل حظر بموجب قانون الممارسات التجارية:

1. منع تقليد العلامة او المنتج

حيث منعت المادة 27 من قانون الممارسات التجارية تقليد او المنتج. ويقصد بتقليد

العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية او التجارية.

ويتحقق تقليد العلامة بعدة مظاهر:

ا. وجود تشابه من حيث النطق

ب. وجود تشابه في الشكل الخارجي للعلامة

وعليه يتبين لنا انا إحاطة المهني بالحماية من تقليد الميزة له تزويرا او تقليد ينطوي على

حماية غير مباشرة للمستهلك الذي يمكن ان يكون ضحية هذا التقليد بان يقدم على اقتناء المنتجات

توهما منه انها تحمل نفس العلامة.

¹ . أخرجه أحمد في المسند ، أنظر مسند الإمام أحمد (مسند أبي هريرة) ، الجزء 3 ، حديث رقم 8625 ، الطبعة 2 ، دار الفكر ، بيروت لبنان ، سنة 1994 ، ص 265 .

² . محمد علي عثمان الفقي ، فقه المعاملات ، دراسة مقارنة ، ب ط ، دار المريخ للنشر ، السعودية ، سنة 1986 ، ص 226 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

حيث ان الحماية للمنتج تضمن له المنافسة المشروعة مع منتجي السلعة المنافسة وبالنسبة للمستهلك فان وجود حماية قانونية للعلامة التجارية يضمن له الحصول على افضل سلعة بافضل المواصفات والاسعار .

2. تقليد المنتوجات

كثيرا ما يطلب زبون من احد التجار صنفا معين من البضاعة فيؤكد له هذا الاخير توافر السلعة المطلوبة ولكنه يعمد الى بيعه نوعا اخر يشبهها لونا او شكلا او مذاقا وما يلاحظ ان هذا الامر شائع في مجال تجارة المشروبات والادوية.

ويقصد بتقليد المنتوجات اعادة الانتاج المتشابهة لجزء او لكل عناصر علامة الغير وتقليد المنتوجات قي يكمن في كل استعمال مثل الانتاج المشابه لطابع او العلبه او الملصقات حتى قبل لصقها بالمنتوج وتسويقه.

كما قد يكون تقليد المنتوجات بتقليد الشكل الخارجي للبضاعة المنافسه او الشكل الخارجي التي تعرض فيه وكثيرا ما يحدث في حياتنا ان يعمد المقلد الى الغش في مصدر البضاعة اذ يغش التاجر في البيان الخاص بمصدر البضاعة موهما المستهلك انها اجنبية في حين انها من انتاج محلي وبهذا يقع الغلط

- منع الاشهارات او الدعاية الكاذبة او المضللة .

تناولت المادة 27 من قانون الممارسات التجارية في فقرتها الثانية الاشهار الهادف الى احداث التباس في ذهن المستهلك وهو كما عبرت عنه " الاشهارالذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون اليه بزرع شكوك واوهام في ذهن المستهلك "

- مفهوم الاشهار المضلل او الكاذب

يقصد بالاشهار حسب المادة الثانية من مشروع القانون المتعلق بالاشهار لسنة 1999 "

الاسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الاشكال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية أي منتج او خدمة او اشعار او صورة او علامة او سمعة أي شخص طبيعي او معنوي كما تشمل العبارة كذلك الانشطة شبه الاشهارية "

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وقد نصت المادة 41 من هذا المشروع على تعريف الاشهار الكاذب من خلال المنع المقرر بموجبها على مايلي " يعتبر الاشهار كاذبا اذا تضمن ادعاءات او اشارات او عروض خاطئة من شأنها ان تخدع المستهلك او المستعمل للمواد والخدمات " .
- صور الاشهار المضلل او الكاذب

جاءت المادة 28 من قانون الممارسات التجارية لتنص على سبيل المثال لا الحصر على اهم صور الاشهار المضلل وهي حسب الترتيب الوارد فيها :

1. الاشهار الذي يضمن تصريحات او بيانات او تشكيلات يمكن ان تؤدي الى التضليل بتعريف منتج او خدمة .
2. الاشهار الذي يضمن عناصر يمكن ان تؤدي الى الالتباس مع بائع اخر او مع منتوجاته او خدماته او نشاطه .
3. الاشهار الذي يتعلق بعرض معين لسلع او خدمات في حين ان العون الاقتصادي لايتوفر على مخزون كاف من تلك السلع او لايمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الاشهار.

الفرع الثاني : حماية المستهلك بعد التعاقد :

نظرا للمركز الاقوى الذي يتحلى به المهني بالنسبة للمستهلك فقد يعمد الى استعمال هذه القوة بشكل تعسفي في علاقته مع هذا الاخير سواء في عقود البيع او اداء الخدمة .
فقد يقتني المستهلك منتوجا او يطلب خدمة معينة ولا يحصل على فاتورة مقابل ذلك.
لذا اوجب المشرع على المهني التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حالة طلبها . كما قد يضطر المستهلك الى قبول التعاقد بشروط تعسفية، وحماية له منع المشرع التعامل مع المستهلك بشروط تعسفية .

اولا : وجوب التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حالة طلبها :

تعتبر الفاتورة الوثيقة الأكثر شيوعا في نشاطات الاعمال اليومي واهميتها واضحة في مجال القانون التجاري اذ تتمخض على تحريرها التزامات على الطرفين ومنذ صدور الامر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى اعتبر المشرع الالتزام بتحرير الفاتورة وسيلة من وسائل شفافية الممارسات التجارية

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وذلك بمقتضى المادة 56 منه ونظرا لان المستهلك قد يقدم اقتناء حاجاته عن طريق الشراء او طلب الخدمات فانه يكون من حقه تسليمه الفاتورة .

وهذا ما اقره القانون وبهذا فان الفاتورة تكتسي اهمية بالنسبة للمستهلك ومن شان حرمانه من هذا الحق التأثير على مصلحته .

1.1 مفهوم الفاتورة

بالرجوع الى نص المادة 3/10 من القانون 04-02 نلاحظ انها قد تضمنت الالتزام بتسليم الفاتورة عند التعامل مع المستهلك حيث تقول "يجب ان يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق اوسند يبرر المعاملة ويجبي ان تسم الفاتورة اذا طلبها الزبون". ما يلاحظ ان المشرع لم يعرف الفاتورة لا بموجب النصوص التنظيمية المتعلقة بالفوترة . وانما اكتفى بالنص على الالتزام بتحريرها. يعرفها الفقه الفرنسي بانها وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة ابرام عملية بيع او خدمة حيث تجسد هذه العملية التجارية محددة الشروط الخاصة بها¹.

ولا بد من الاشارة الى ان المادة 3 من القانون 02/04 اعتبرت ان الفاتورة تعد شكلا من الاشكال التي تحرر بها العقود في اطار الممارسات التجارية حيث نصت بالفقرة 4 من الشطر 4 "عقد" على انه " يمكن ان ينجز العقد على شكل طلبية او فاتورة"

2.1 مجال تطبيقها

ان مجال التعامل بالفاتورة من حيث النشاط هو العمليات المتعلقة بالعقود ،الاتفاقات او كل الانشطة المتعلقة بتنفيذ نشاطات الانتاج او توزيع المنتوجات .

- اما من حيث النشاط الاشخاص فالمجال مفتوح امام جميع الاعوان الاقتصاديين .

وتجدر الاشارة الى ان المادة 3 من القانون 02/04 التي تخص التعامل بالفاتورة مع

المستهلك قد ذكرت نشاطات البيع دون اداء الخدمة .وكذلك الامر لانسبة للمادة الثانية من المرسوم

¹ . Roget Bout /Cat Prieto/ Gérard Cas- L'information sur les prix et les conditions devente- Lamy droit économique- concurrence- distribution consommation- l'an 2000 p512.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

التنفيذي 05-468 في فقرتها الثانية والتي ذكرت البيع بدون اداء الخدمة وهذا سهو من المشرع في تحديد مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك .

بدليل ان القانون 99-101¹ المتعلق بالفندقة على سبيل المثال قد فرض على الزبون (المستهلك تسديد الفاتورة ، وعليه يمكن القول بان مجال الالتزام بالفاترة واسع جدا باعتبار انه لا بد ان يجسد في كل علاقة شراء المنتج اوى اداء خدمة يتلزم البائع بتسليمها اذا طلبها المشتري) .

2.1. أ شروط التعامل بالفاتورة

نظم المشرع شروط التعامل بالفاتورة بالمرسومين التنفيذييين رقم 95-305 وكذا المرسوم رقم 05-468 وقد تعرضت هذه المراسيم الى اشكال الفاتورة وشروطها ونجد ان هذه الشروط تتمثل في

شروط موضوعية

تتمثل في ذكر بعض البيانات المحددة قانونا والمتعلقة بالاطراف وبالمنتج او الخدمة:

- بالنسبة للاطراف:

نصت المادة 3 من المرسوم 95-305 على وجوب ذكر بيانات تعرف بهوية البائع والمشتري .
بالنسبة للبائع يجب ان تحتوي الفاتورة على بيانات مثال:

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه

- تسمية الشخص المعنوي اوالعنوان التجاري

- الشكل القانوني للعون الاقتصادي

- رقم السجل التجاري

- بالنسبة للمشتري :

نصت نفس المادة على وجوب ذكر هذه البيانات اذا كان للزبون صفة العون الاقتصادي .

اما اذا كان مستهلكا فانه يجب ان تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه .

-بالنسبة للمنتج او الخدمة تتمثل هذه البيانات في

-تسمية السع المبيعة وكميتها

-سعر الوحدة دون الرسوم للسلع

¹ . القانون رقم 99-01 مؤرخ في 06/01/1999 يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة ، (ج ر عدد 2) الصادرة في

1999/01/10 .

-السعر الاجمالي دون احتساب الرسوم للسع المباعة

-طبيعة الرسوم ونسبها المستحقة حسب طبيعة السع المباعة

شروط شكلية

لكي تعتبر الفاتورة وثيقة قانونية قابلة للتعامل اشترط المرسوم التنفيذي رقم 05-468 ان تكون الفاتورة واضحة ولاحتوي على أي شطب او حشو كما يجب ان تحرر وفق دفتر يسمى دفتر الفواتير مهما يكن شكل وسواء بطريقة تقليدية الكتابة او باللجوء الى وسية الاعلام الالي كما انه لا يشرع في استعمال الدقتر الجديد الا بعد استكمال الدقتر الاول كاملا .

وفي حالة الغاء الفاتورة يجب ان تتضمن عبارة فاتورة ملغاة وتسجيلها بوضوح واستثناء سمح المرسوم بموجب المادة 11 ات يتم تحرير الفاتورة وارسالها عن طريق النقل الالكتروني والمتمثل في نظام ارسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والانظمة المعلوماتية .

2.1.ب اهمية الفاتورة

ان اعتناء المشرع بالفاتورة كوثيقة للتعاملات اليومية نتج عنه انه اصبح لها عدة ادوار ولكل دور اهمية بالنسبة للمهني او الدولة حيث تعتبر الفاتورة :
-وسيلة محاسبية

فقد فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في الدقتر اليومي وهو ما نصت عليه

المادة 3 من القانون التجاري التي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق

-وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية

واضافة لكل ادوار الفاتورة فان المرسوم 02/04 قد اعتبر الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية

الممارسات التجارية فهي تمكن المهني من معرفة مدى وقوعه ضحية المعاملات التمييزية التي قد يلجا اليها مهني اخر . كما تفيد المستهلك في معرفة مدى وقوعه ايضا ضحية هذه الممارسات .

2.1.ج اهمية الفاتورة بالنسبة للمستهلك

ان الفاتورة لا تعتبر فقط وسيلة محاسبية ب تعتبر كذلك وسيلة اثبات في العلاقات بين

الطرفين، وهذا ما اقره القانون التجاري في المادة 30 منه .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وبالنسبة للمستهلك الذي يتعامل بهذه الوثيقة فانها تكون وسيلة احتجاج بدفع الثمن المحدد في الفاتورة وهنا نكون بصدد تطبيق المادة 323 من القانون المدني التي تضع عبء الاثبات على الطرف الذي طالب بتنفيذ الالتزام.

وقد منح المشرع للمستهلك وسائل اثبات هذا التعامل وذلك من خلال اشتراط بيانات الزامية يجب ان تتضمنها الفاتورة فعلى سبيل المثال فان اشتراط ذكر التاريخ له اهمية بالغة في هذا الصدد حيث يمثل اليوم الذي يبدأ فيه حساب اجال الدفع .

وعليه يمكن القول ان الفاتورة بما تتضمنه من معلومات تشكل بالنسبة للمستهلك وسيلة اثبات لاثبات مضمون العقد الذي يبرمه لدى اقتنائه لحاجياته عن طريق الشراء او طلب الخدمات حيث تمكنه من التأكد من مدى مطابقتها لشروط البيع وانه لم يقع ضحية الممارسات المحظورة وهي التعامل بأسعار غير شرعية.

وعليه تشكل الفاتورة حجة في يد المستهلك في مواجهة المهني الذي يتحرى بوجودها احترام مبادئ الشفافية والنزاهة في اطار معاملاته مع المستهلك . خاصة اذا علمنا بانها من الوثائق التي حدد القانون مدة الاحتفاظ بها 10 سنوات.

ثانيا : مدى الزامية التعامل بالفاتورة مع المستهلك

تنص المادة 3/10 من القانون 02/04 على " يجب ان يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق او سند يرر المعاملة .ويجب ان تسلم الفاتورة اذا طلبها الزبون " يتبين لنا من خلال هذا النص ان المشرع قد فصل في مسالة تقديم الفاتورة للمستهلك حيث جعله اختياريا الا في حالة طلبها من طرف هذا الاخير حيث يصبح تقديمها الزاميا وهذا ما نص عليه ايضا المرسوم التنفيذي رقم 468/05 وهذا في المادة 2/2 منه " يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة اذا طلبها منه " وهذا يعني ان البائع يقوم بتحرير الفاتورة وإعدادها ويكون مخيرا من جهة فله تسليمها او عدم تسليمها في حالة عدم طلبها من طرف المستهلك ومخيرا من جهة اخرى في حالة طلبها من طرف هذا الاخير .

ويتوافق هذا النص مع ما تضمنه القانون 99-01 والمتعلق بالفندقة الذي الرم المؤسسة الفندقية بتسليم الفاتورة حيث نصت المادة 59 منه على انه " تلتزم المؤسسة الفندقية بإعداد فاتورة تبين فيها مختلف الخدمات المقدمة للزبون في شكل اسمي او رمزي " .

ولا بد الاشارة الى ان القانون 04-02 لم يلزم المشتري لا بالمطالبة بتحرير فاتورة ولا بتسليمها .

ثالثا :ليات حماية المستهلك

ان اهمية المواصفات والمقاييس تاتي من قدرتها على وضع حد لعملية الغش وعلى ازام الشركات المنتجة بالتقيد بمواصفات معينة حفاظا على صحة وسلامة المستهلك وحماية من الخداع والغش¹. وتعمل على تحسين نوعية المنتوجات والخدمات.

وتهدف هذه العملية الى المحافظة على المستهلك من كل ضرر صحي وحمائته مما قدي يصيبه من اضرار معنوية او اقتصادية فالهدف الاساسي يتمثل في المحافظة على السلامة الجسدية للمواطن بمنع عرض المنتوجات الفاسدة او المغشوشة في السوق. ومن هنا كانت الحاجة لتكاتف جهود كل المصالح المعنية (وزارة التجارة /وزارة الصحة /وزارة البيئة /الجمارك)².

ولكن مع ذلك فقد تعرضت الاسواق وخاصة في فترة النمو الاقتصادي في الاونة الاخيرة الى عمليات احتيال وغش تجاري من داخل الدولة ومن خارجها ويغلب تعامل المستهلك بحسن النية ودون امكانية كشف هذا الغش فيقع فريسة لهذا الاستغلال وتصاب مصالحه المادية و الشخصية بالضرر³.

مما حدا بالمشرع الى وضع حد لذلك من خلال مجموعة من الجزاءات والتي تعتبر وسيلة ردع لمرتكبي هذه الاعتداءات قصد حماية تامة للمستهلك.

رابعا: الرقابة والهيئات المكلفة بها

اثر فتح ابواب التنافس لمعاملين الاقتصاديين وتزايد ظاهرة الاستغلال . حيث اصبح ضروريا حماية المستهلك .وتكمن هذه الحماية في وجود قوة تعمل على حماية السوق من جميع الاعمال التدليسية التي من شأنها ان تؤدي الى تشويه اخلاقيات ومبادئ المنافسة من جهة ومن جهة اخرى تحفظ لمستهلك حقوق الصحة والمادية تجاه هؤلاء المتعاملين الاقتصاديين الاقوياء .

¹ . فواد الشيخ سالم ، "حماية المستهلك في الأردن وتونس"، مجلة الأردن، العدد 1 ، سنة 1984، ص 207.

² . محمد أمزيان أوشارف، " دور مخبر الشرطة العلمية في حماية المستهلك"، مجلة الشرطة، العدد 42، سنة 1989، ص23.

³ . سوسن سعيد شندي ، " الجوانب القانونية للغش التجاري"، الندوة العلمية لظاهرة الغش والتقليد التجاري على هامش الملتقى الثاني للاتحاد العربي للمستهلك ، صنعاء من 16الى18 ديسمبر 2000، ص2.

ونقصد بلفظ قوة تلك الرقابة التي تقوم على التحقيقات والبحث عن الانحرافات او المخالفات من خلال اجراء دراسة معمقة للمشاريع او الممارسات التجارية بهدف توفير ضمان لحقوق المستهلك وحماية السوق عن طريق ايقاف زحف الازمة. وهذا ما ادى بالمشرع الى وضع قواعد تتعلق بالمراقبة واوك تجسيدها الى هياكل معينة .

1.4 مجال الرقابة في اطار حماية المستهلك

1.4.1 أ مفهوم الرقابة

ان مفهوم المراقبة لا ينحصر فقط بوصفها اداة لتصحيح الاخطاء وملاحظة مدى القيام بالواجب. وانما باعتبارها قبل كل شيء اداة لتعليم العمال الطريق الامثل لجعل عملهم اكثر تنظيما وذو مردود اية احسن واستعدادهم لمواجهة الاخطار الفجائية. وللمراقبة جهتين :

- المراقبة الذاتية وهي التي يقوم بها مسؤول المؤسسة وذلك عن طريق تتبع مختلف مراحل عملية اعادة الانتاج المرتبطة بالمؤسسة .

- المراقبة المركزية وهي التي تتم من قبل الدولة ومن الهيئات المراقبة التابعة لها.

ومن ثمة هدف المراقبة هو الوقاية او القضاء على الخطر الذي يهدد المستهلك وهذا لا يتم الا بواسطة تنظيم خاص¹. وعلية فقد اقر المشرع في نصوص عديدة وجوب رقابة جودة ونوعية المنتج او الخدمة وقمع الغش اضافة الى مراقبة الاسعار .

وتجدر الاشارة انه كثير ما يجري الخلط بين استعمال مفهومي الجودة والنوعية ولذلك نقوم بالتوضيح.

المقصود بالجودة هو قابلية منتج معين او خدمة معينة على ارضاء المستهلك واشباع حاجاته بحيث يجعله اما يرغب في المزيد او الامتناع . بمعنى انا الجودة مرتبطة بخصائص المنتج الداخلية أي طبيعة عناصره .

والجودة بالنسبة للخدمة حيث يمكن القول انه تنسب الى الكيفية التي يتم بها تقديم الخدمة بما في ذلك وجود السهولة والراحة .

¹ .BOUACHE Mohamed « Qualité des aliments et protection de la santé du consommateur »
Revue ASJEP, volume 36 N°4 , année 1998 , p15.

اما المقصودة بالتنوع فهى الخصائص الخارجية للمنتوج او الخدمة كالحجم واللون والشكل فهى التى تمكن من تعداد المنتجات وتجعل منها انواعا مختلفة فهى تمثل الجانب الفنى للسلعة .

1.4.ب انواع المراقبة

وبالرجوع الى مختلف النصوص القانونية المتعلقة بموضوع المراقبة نجد انها تنقسم الى 3 انواع :

مراقبة مسبقة:

رقابة المنتج بالرجوع الى قانون 02/89 المتعلق بحماية المستهلك فى مادته 05 " يجب على كل منتج او وسيط او كوزع وبصفة عامة كل متدخل فى عملية الوضع للاستهلاك ان يقوم بنفسه او عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتج او الخدمة للقواعد الخاصة والتميزة له .وتكون هذه التحريات متناسبة مع نوع العمليات التى يقوم بها المتدخل ومع حجم صنف المنتج او الخدمة المعروضة للاستهلاك ولا مكنائيات التى يجب ان يتوفر عليها اعتبار لتخصصه والقواعد المعمول بها عادة فى هذا الميدان " .

وقد اشترط المشرع فى هذا المتدخل حتى يقوم بعملية المراقبة شروط شخصية واخرى مادية حيث يجب ان تتوفر فى هذا المتدخل الكفاءة أى يفترض فى كل مهني التخصص والخبرة والمعرفة خاصة بالنسبة للمهنة التى تتطلب التخصص حيث لا يمكن التصور مثلا حرية ممارسة مهنة الطب مثلا الا اذا كان الطبيب متحصلا على شهادة معترف بها من طرف الدولة تسمح له بممارسة هذه المهنة .

كذلك الامر عندما يعتمد الصانع على تدخل مستخدمين بالرجوع لنص المادة 3 من المرسوم التنفيذى رقم 65/92 والمتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محلا او المستوردة نجد ان المشرع قد اشترط فى هؤلاء المستخدمين الكفاءة أى مستخدم يتالف على الخصوص حسب العمل الممارس من علماء احيائيين ،صيادلة ،صناعيين ،علماء كيميائيين .

بصفة عامة من مستخدمين حائزين على شهادات تثبت المؤهلات المطلوبة للقيام بالفحوص الضرورية لتحليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد المنتجة وهذا قبل عرضها فى السوق . اما فيما يخص الرقابة على المنتج قبل التطرق الى الرقابة المفروضة على المنتج ينبغى معرفة معنى المنتج .فبالرجوع الى النصوص القانونية فان المشرع لم يورد معنى المنتج سوى فى المرسوم

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

رقم 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش اذ عرفه في المادة 1/2 على انه كل شيء منقول مادي يمكن ان يكون موضوع معاملات تجارية .

-مراقبة لاحقة :

بعد ان يكتمل صنع المنتج ويصبح جاهزا للتسويق والاستهلاك لا بد من القيام بجميع التحريات اللازمة لمراقبة مدى مطابقة واستجابة المنتج للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة وامن وسلامة المستهلك او تمس بمصالحه المادية وهو ما يتولى القيام به مجموع الاعوان المنصوص عليهم في المادة 15 من قانون 02/89 المتعلق بحماية المستهلك وهذا وفقا للمادة 17 من نفس القانون .

ينجز هؤلاء الاعوان مهمتهم عن طريق تقديم ملاحظات انية وفحوصات ظاهرية بمساعدة الات واجهزة واجراءات لفحص الملفات وسماع المسؤولين من اجل التعرف على المواد والخدمات وللتأكد من ان الشروط المفروضة لصنعها وتسويقها قد احترمت¹

1. اقتطاع عينات : المقصودة به اخذ جزء من المنتج قصد تحليله ويشمل الاقتطاع طبقا للمادة 9 من قانون 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ثلاث عينات باستثناء حالة المواد السريعة التلف او التشويه او حالة الدراسة اذا تاخذ منها في هاتين الحالتين عينة واحدة وترسله فورا الى المخبر وفقا لمادتين 16 و17 من نفس القانون .

اما عن المواد التي تقتطع منها ثلاثة عينات فتسلم العينة الاولى منها الى المخبر بغية تحليلها في حين يحتفظ بالعينات الاخرى في حالة عدم التأكد من مدى صحة التحليل الوارد على العينة الاولى .

2. تحليل العينات المتقطعة ان اقتطاع هذه العينات من طرف الاعوان المؤهلين قانونا يكون بغرض تحليلها بمخابر وحسب الموسوم التنفيذي رقم 192/91 تعتبر مخابر تحليل النوعية كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة ومعايرة المادة والمنتج وتركيباتها او تحديد بصفة اعم . مواصفاتها او خصائصها² .

¹ ارجع لنص المادة 3 من المرسوم التنفيذي 39/90 بتاريخ 1990/01/30 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، (ج ر عدد 05) الصادرة بتاريخ 1990/01/31 .

² راجع للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 192/91 المؤرخ في 1991/06/01 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، (ج ر عدد 27) الصادر بتاريخ 1991/06/02، ص 138 .

-مراقبة مستمرة :

يمكن للسلطة الادارية المختصة ان تقوم في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتج للاستهلاك بتحريات لمراقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي تهدد المستهلك وامنه التي تمس مصالحه
المادية .

نرجع للمادة 14 من قانون 02/89 وبالتالي اثناء عرض المنتج للاستهلاك سواء من طرف ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية او الاعوان الاداريين المحددين في المادة 15 من قانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك حيث يقوم هؤلاء بممارسة نشاطهم في أي مكان من اماكن الانشاء الاولي والانتاج والتحويل والتوضيب والايدياع والعبور والنقل والتسويق أي في مرحلة من مراحل عرض المنتج للاستهلاك وذلك قصد الاطلاع على المنتجات او الخدمات مدى مطابقتها للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة التي تتميز بها¹.

2.4 الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي

نظرا لامكانية تعرض المستهلكين الى الاضرار الناجمة عن وجود السلع والخدمات لا تستجيب للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية . فقد بادر المشرع الجزائري على ايجاد هيئات متخصصة في مجال الرقابة والدفاع عن حقوق المستهلكين والتي تضمنتها نصوص قانونية وتنظيمية وقد انيطت لهذه الهيئات جملة من المهام والصلاحيات وذلك باختلاف موقعها سواء على المستوى المركزي او المستوى المحلي .

ولقد نظم المشرع الجزائري الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي في عدة نصوص تطبيقية .

-الهيئات المركزية المتخصصة :

يقصد بها هي تلك التي استحدثت بموجب نصوص قانونية خاصة وذلك بغية السهر على حماية المستهلك بصفة مباشرة . بمعنى هي الهيئات المركزية الخاصة المكلفة بالرقابة تتمتع بصلاحيات اصلية خاصة بحماية المستهلك دون غيرها وهي :

1. المجلس الوطني لحماية المستهلكين:

¹ . ارجع للمادتين 4 و 5 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، (ج ر عدد 05) ، المرجع السابق .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

انشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92 وحسب المادة الاولى منه فان المجلس قد انشىء وفقا للمادة 24 من قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي يدعي في صلب النص "بالمركز"¹ وحسب المادة 2 من المرسوم التنفيذي 272/92 فهذا المجلس يعتبر هيئة تشاورية لا يجوز له ان يصدر قرارات بل فقط يبدى اراء تتعلق اساسا بحماية صحة المستهلك وهذا ما جاء في المادة 24 فالمجلس يدلي على الخصوص بالاراء .

- كل التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي قد تتسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في السوق .

- كما يطلع بالبرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش وإعلام المستهلكين وإعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين .

اما عن تشكيكه المجلس فنرجع الى نص المادة 4 من المرسوم في اطار اعماله ان يلجا الى خدمات خبراء جزائريين او اجانب او اى شخص من شأنه ان يقدم مساهمه في هذه الاعمال وهذا حسب المادة 5 من نفس المرسوم.

ينظم المجلس في لجتان متخصصتان حسب المادة 8 من نفس المرسوم وهما:

-لجنه نوعيه المنتجات والخدمات وسلامتها

-لجنه اعلام المستهلك الرزم والقياسية

ويكلف نائب الرئيس بالإشراف على اعمال اللجتين وهذا طبقا لنص المادة 10 من نفس المرسوم وطبقا للمادة 12 من نفس المرسوم فان المجلس الوطنى لحمايه المستهلكين والجتان المتخصصتان يجتمعان بمقر المركز الجزائري لمراقبه النوعيه والرزم والذي يتولى الامانه التقنيه لاشغالها.

ويجتمع المجلس فى دورات عاديه مره واحده كل 03 اشهر ويمكن ان يعقد دورات استثنائيه بطلب من رئيسه او بناء على طلب ثلثى 3/2 اعضائه المادة 13 من نفس المرسوم.

2.المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم: يشكل هذا المركز الهيئه العليا لنظام البحث والرقابه والتحقق على المستوى الوطنى وقد استحدث هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 وحسب المادة الاولى منه فهو يتمتع بالشخصيه المعنويه والاستقلال ويعمل تحت وصاية وزير التجاره.

¹ نرجع للمادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 1992/07/06 المتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، (ج ر عدد 52) الصادر بتاريخ 1992/07/08.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

ويحدد النظام الداخلي لهذا المركز بقرار من وزير التجاره ويتولى رئاسة المركز الجزائري لمراقبه النوعيه مدير يعين باقتراح من وزير التجاره ويعتبر مسؤولا عن سيره. كما يقوم المدير بتمثيل المركز امام القضاء وهذا المركز مزود بمجلس التوجيه العمى والتقنى يتكون من ممثلى الوزارات يجتمع مجلس التوجيه العلمى والتقنى مرتين فى السنه فى دوره عاديه كما يمكنه ان يعقد دوره غير عاديه وذلك حسب متطلبات مصلحه المركز ويبدى رايه فى المسائل التقنيه المتعلقه بالنوعيه ومراقباتها¹ والمهام المسنده الى المركز الجزائري لمراقبه النوعيه هى تحقيق الاهداف الوطنيه فى مجال .

حماية صحة المستهلك وأمنه بالسهر على احترام النصوص التى تنظم نوعيه المنتوجات الموضوعه للاستهلاك، تحسين نوعيه السلع والخدمات .

تطوير نوعيه توضيب المنتجات الموضوعه للاستهلاك ورزمتها وتنميه ذلك.

كما يتولى المركز الجزائري فى مجال مراقبه النوعيه وحماية المستهلك مع الهيئات المتخصصة ما يلى :

البحث عن كل عمليات الغش والتزوير ومخالفه التشريع والتنظيم الجارى بهما العمل والمتعلقين بنوعيه المنتجات والخدمات ويقوم بمعاينتها ومقاضاتها.

يجرى فى المخبر كل تحليل او بحث ضرورى لفحص مدى مطابقة المنتوجات للمقاييس والمواصفات القانونيه.

يقوم بإجراء تحقيقات وأبحاث ذات طابع وطنى او اقليمى عن كل سلعه او خدمه تنطوى عن مخاطر لصحة المستهلك او امنه.

يقوم بتسيير المخابر والمتفشيات الاقليمية والهيئات المتخصصة فى مراقبه النوعيه.

يقوم المركز بإعداد البرامج الدوريه للمراقبة وتحسين وسائل التحقيقات الميدانيه والتحليل المخبريه كما يتولى بإجراء تحقيقات مسبقه لإعداد ملفات الاعتماد للمخابر.

يقوم المركز بتحليل نتائج التحقيقات وعمليات المراقبه والتفتيش التى تجرى فى المخابر او فى الميدان قصد اقتراح التدابير التى تسمح بتطوير نوعيه المنتجات .

يقوم المركز بإعداد اى مشروع نص تشريعى او تنظيمى يتعلق بنوعيه المنتوجات ويقترحه على السلطات المعنيه.

¹ . ارجع للمواد من 9 الى 17 من المرسوم التنفيذى 147/89 المؤرخ فى 1989/08/08 المتعلق بالمركز الجزائري لمراقبة النوعية والزرع وتنظيمه وعمله، (ج ر عدد33) بتاريخ 1989/08/09، ص884.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

بالإضافة الى ذلك فهو يتولى القيام بإعمال في ميدان تطوير الرزم والتوظيف وترقيتها كما أوكلت له القيام بإشغال في اطار المهام الموكولة اليه وفقا للتشريع والتنظيم الجارى بهما العمل .
والجدير بالذكر ان دور المركز الجزائري لرقابه النوعيه والرزم لا ينحصر فقط على المستوى الوطنى بل يتعداه الى المستوى الدولى فهو يشارك وفقا للمادة 7 من نفس المرسوم فى اشغال الهيئات الدوليه والاقليميه المتخصصة فى مجال النوعيه والمراقبة وذلك يتلقى الاشغال التى يقوم بها هذه الهيئات الدوليه .

وكذا المقترحات التى تعكس رأى الهيئات الوطنيه المختصة فى هذا المجال ويقوم بنشرها فى المؤسسات الوطنيه المعنية... بالإضافة الى ذلك فان المركز يمكنه ان يستعين بالمستخدمين الوطنيين او الاجانب المتخصصين فى هذا المجال لتطهير الاشغال التى تقوم بها¹.
3 شبكه مخابر التجارب وتحاليل النوعيه

انشئت شبكه مخابر التجارب وتحاليل النوعيه بموجب المرسوم التنفيذى رقم 355/96 الذى يحدد مهامها وتنظيمها وقواعد سيرها والتى تدعى فى صلب النص "الشبكه" وذلك حسب ما نصت عليه المادة الاولى 1 من هذا المرسوم².

وعمقتضى المادة 2 من المرسوم فان معمتها تتمثل فى :
تساهم فى تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعيه وفى تطويرها .
تشارك فى اعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطنى والبيئة وامن المستهلك
تطور كل عملية من شأنها ان ترقى نوعية السلع والخدمات وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتنظيم المنظومة المعلوماتية عن نشاطات الشبكه والمخابر التابعة لها .
وبالتالى فهي مكلفة بانجاز كل اعمال الدراسة والبحث والاستشارة واجراء الخبرة والتجارب والمراقبة .
اما تشكيلة الشبكه فنرجع للمادتين 4 و 5 من هذا المرسوم وفيما يخص سيرها فهي تسير من قبل "مجلس الشبكه" والذى يتكون بدوره من اعضاء مؤهلين عالميا يمثلون المخابر وهذا حسب المادة 6 من نفس المرسوم .

¹ . ارجع المواد من 3 الي 8 من المرسوم 147/89 ، المتعلق بالمركز الجزائري لمراقبة النوعيه والرزم ، مرجع سابق ، ص 884 .
² . المادة الأولى من المرسوم التنفيذى رقم 355/96 المؤرخ فى 19/10/1996 ، 1996 الذى ينظم شبكه مخابر التحاليل والنوعية ، (ج ر عدد 62) بتاريخ 20/10/1996، ص 13.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وهذا المجلس يوضع تحت اشراف وزارة التجارة التي تتولى امانة هذا المجلس كما ان صلاحيات هذا الاخير وكيفيات سيره تحدد بقرار من الوزير المكلف بالتجارة وفقا للمادة 7 من نفس الامر .

4. اللجنة الوطنية لحماية المستهلك من الاخطار الغذائية

انشئت اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية المستهلك من الاخطار الغذائية بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999¹ تشكيلة هذه اللجنة نصت عليها المادة 4 من نفس القرار يرأسها وزير الصحة والسكان .

مهمتها تتمثل في ترقية التنسيق بين المؤسسات والهيئات المساهمة في ضمان حماية صحة

المستهلك من الاخطار الغذائية . ويمكن لهذه اللجنة ان تستعين في اطار تادية معتمتها بلجان متخصصة او بئية اوجمعة يتم اختيارهم حسب مؤهلاتهم² .

4.2.4 أ. الهيئات المركزية ذات الاختصاص العام

تتمثل الهيئات المركزية ذات الاختصاص العام في وزارة التجارة الى جانب الهيئات المركزية

الخاصة التي انشئت خصيصا لحماية مصالح المستهلكين المادية وحاجاته الاساسية من خلال مراسيم تنفيذية قرارات وزراية يشرف عليها وزير التجارة .

وزارة التجارة

ولقد كيفت وزارة التجارة على انما هيئة عامة على اساس انما تتكفل بمهام متعددة ومتنوعة ومن بينها الحرص على مصالح المستهلكين.

وهذا وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 207/94 وقد حددت المادة 7 منه صلاحياتها في مجال

الاستهلاك والتي تنص يتولى وزير التجارة في مجال الجودة والاستهلاك مهام متعددة منها:

- يشارك في تحديد السياسة الوطنية والتنظيمات العامة والخاصة المتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلكين وفي تطبيقها

- يشارك بالاتصال مع الهيئات المعنية في كل الدراسات التي تتعلق بمقاييس الجودة .

- يقترح ويتابع كل اجراء يرمي الى تحسين الجودة من خلال اقرار منظمات العلامات التجارية وحماية العلامات المميزة .

¹ ارجع للمادة الأولى للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999 المتضمن إنشاء وتنظيم وسير اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية المستهلك من الأخطار الغذائية ، (ج ر عدد 32) الصادر بتاريخ 1999/05/02 ، ص 15 .

² ارجع للمادة 5،6،9 من القرار الوزاري المشترك في 20 /3 /1999 ، المرجع السابق ص 16 .

- يشجع عن طريق عمليات ملائمة تطوير الرقابة الذاتية للجودة
- يسهر على توجيه برامج رقبة الجودة وقمع الغش
- ينشط ضبط مقاييس مناهج التحليل والرقابة في ميدان الجودة ويتابعها
- كما نجد مهام اخرى لوزير التجارة تتعلق بالاستهلاك في نصوص مختلفة حيث نجد:
- المادة 3 المتعلقة بمهام الوزير في تنظيم التجارة
- المادة 4 المتعلقة بمهام الوزير في تنظيم السوق
- المادة 5 المتعلقة بمهام الوزير في مجال المنافسة والاسعار
- المادة 6 المتعلقة بمهام الوزير في مجال الرقابة وقمع الغش .

2.4. ب. الهيئات المركزية الخاصة

نص على هذه الهيئات المرسوم التنفيذي رقم 208/94¹ ومن اهم هذه الهيئات والتي نجدها على مستوى وزارة التجارة والمنشغلة بأمر الاستهلاك والمستهلك ما جاءت به المادة 1 من هذا المرسوم فالادارة المركزية في وزارة التجارة تشمل على:

1. ديوان الوزير
2. الهياكل وهذه الهياكل عبارة عن مجموعة من المديريات ومن ضمنها ما هو منشغل بحماية المستهلك نذكر :

- مديرية الجودة وامن المنتوجات وهي الأخرى تضم مديريات فرعية المادة 11:
 - المديرية الفرعية لتقنين الجودة وامن السلع والخدمات
 - المديرية الفرعية لترقية الجودة
 - 3. المفتشية المركزية لتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش
- بالاضافة الى هذه الهياكل هناك جهاز دائم للتفتيش والرقابة والتقويم انشا في وزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 210/94² وتمثل مهام المفتشية المركزية حسب المادة 2 من الرسوم :

¹ . المرسوم التنفيذي رقم 208/94 المؤرخ في 16/07/1994 ، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، (ج ر عدد 47) بتاريخ 20/07/1994 ، ص 08 .

² . المرسوم التنفيذي رقم 210/94 المؤرخ في 16/07/1994 يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، (ج ر عدد 47) بتاريخ 20/07/1994، ص 14 .

-مراقبة احترام المصالح الخارجية المكلفة بالمنافسة والاسعر والجودة والتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش

-توجيه اعمال الرقابة والتحقيقات الاقتصادية في المصالح الخارجية وتنسيقها

-تفتيش المخابر العلمية والتقنية التي تحلل وتراقب الجودة وامن المنتجات

الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المحلي

لقد نظم المشرع الجزائري الهيئات المحلية المكلفة بالرقابة في عدة نصوص تطبيقية وهي نوعان .

3.4 الهيئات المحلية المتخصصة او الخاصة

أ. تتمثل الهيئات المحلية المتخصصة في :

1. جمعيات حماية المستهلكين

ان جمعية حماية المستهلكين وان كانت حديثة النشأة والظهور في الجزائر مقارنة بنظيراتها من الدول المتقدمة الا انها لا تقل اهمية عن الهيئات المذكورة سابقا فهي الاخرى تحرص على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك وقد انشأت هذه الجمعية وفقا للاجراءات المنصوص عليها في قانون 31/90¹.

وتعرف الجمعية وفقا للمادة 2 من القانون نفسه على انها "عقد بين اشخاص يسخرون معارفهم ووسائلهم لمدة محددة او غير محددة من اجل ترقية أنشطة ذات طابع مهني اجتماعي ،علمي ثقافي ...ولا يكون غرضها مريح وتتخذ تسميتها من غرضها "

وما دانت الجمعية تعرف على انها عقد فلا بد من توافر الاركان الموضوعية العامة من تراضي ومحل وسبب ، وكذا توافر الشروط التي عدتها المادة 4 من القانون والواجب توافرها في اعضاء الجمعية² .

وبالرجوع لنص المادتين 16.17 فان الجمعية تكتسب الشخصية المعنوية وكذا الاهلية المدنية بمجرد تأسيسها .

وبالتالي بتوفر هذه الشروط والاجراءات تتأسس الجمعية قانونا والجدير بالذكر ان جمعية حماية المستهلكين ، وان كانت حديثة النشأة والظهور في الجزائر مقارنة بنظيرتها بالدول المتقدمة الا

¹ . قانون 31/90 المتعلق بالجمعيات ، المؤرخ في 1990/12/14 ، (ج ر عدد53) بتاريخ 1990/12/05 ، ص1686.

² . أنظر الشروط في نص المادة 4 من قانون الجمعيات رقم 31/90 المتعلق بالجمعيات ، المرجع السابق ، ص1686.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

أما لا تقل أهمية عن الهيئات المذكورة سابقا، فهي الأخرى تحرص على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك لذلك زودت الجمعيات بعدة صاحيات من أهمها :

مهام تحسيس واعلام المستهلكين

مهام تمثيل المستهلكين .

مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين .

مهام تحسيس واعلام المستهلكين : قبل ظهور الجمعيات كانت المتكلفة بمذخ المهام وسائل الاعلام التقليدية من تلفزة واذاعة ، اشهار وكذلك المحاضرات والملصقات والمطبوعات ، الا بعد ظهور النشاط الجمعي المنشغل بقضايا الاستهلاك والمستهلك اصبح دوره فعال لاحتكاكه المباشر بالمستهلكين الذين يعبرون فيها بكل حرية عن مشاكلهم وانشغالاتهم هذا من جهة ، ومن جهة اخرى فالجمعية تقوم حسب المادة 23 من قانون 02/89 بكل الدراسات واجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها ولها ان تنشر ذلك حسب نفس الشروط .

مهام التمثيل : دور تمثيل الجمعيات للمستهلكين لا ينحصر امام القضاء فقط بل تعمل على تمثيل المستهلكين امام الاجهزة الخاصة بالسلفة الذكر ، والتي تزودها بكل المعلومات اللازمة والضرورية لنشاطها ، لذلك نجد 10 ممثلين للمستهلكين في المجلس الوطني لحماية المستهلكين والذي يزيد الجمعية ببرنامج عم حيث تعمل على تنفيذه ، كما نجد ممثل للمستهلكين في المركز التجاري الجزائري لمراقبة الجودة والرزم ، كما يمكن للجمعية ان تطلي الاستشارة اللاومة من مجلس المنافسة وفقا للمادة 3/19 من قانون 06/95 المتعلق بالمنافسة

مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين : حسب نص المادة 16 من قانون 31/90 فانه من اثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في الممارسة امام القضاء كل الحقوق الممنوحة لطرف المدني بسبب وقائع تمس اهدافها او تمس المصالح الفردية او الجماعية لاعضاءها .

وبالرجوع لنص المادة 12 من قانون 02/89 فهي تمنح لجمعية حماية المستهلكين الحق في رفع دعاوى أمام المحكمة المختصة بشرط هو أن يكون الضرر لاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها، وهذا دون حاجة إلى توكيل أو شكوى من المستهلكين، فيمكن للجمعيات الخاصة بحماية المستهلك اتخاذ إجراءات فيما يخص الدراسات والخبرة المتعلقة بالاستهلاك وبتثها على الإشهار أو إشهارها.

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

من هذا المبدأ يمكن تطوير حق الانتقاد، فنجد في بعض الأحيان نقد عام خاص لبعض أنواع من المواد ناتج عن حرية التعبير وفي بعض الأحيان الأخرى الانتقاد يوجه مباشرة على منتج مدقق ومعروف بأن يكون خطرا أو غير فعال، ولهذا فإن الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين على حسب نتائج تحليل مادة مزيل الروائح كان هذا الأخير يكون ضرر التسمم، فطلب من مستعمليه عدم استعمال هذا المنتج. فحق الانتقاد معترف به للجمعيات.

هذا ما جعلها في بعض الأحيان تطلب من المستهلكين المقاطعة وتوجيه أصابع الاتهام لمنتج ما، وهذا لسبب الضرر الناتج منه أو لغلائه.

2. مخابر تحاليل للنوعية

عرفت هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 192/91¹ في مادته 2 يعتبر

مخبرا لتحليل النوعية، كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة ومعاينة المادة والمنتج وتركيباتها أو تحديد بصفة أعم مواصفاتها أو خصائصها.

وبالتالي يعد المخبر الوسيلة الأساسية لمراقبة توافر المواصفات الأساسية عن طريق اختبار وفحص وتجربة ومعايرة المادة وتركيبها، وعلى هذا الأساس يعمل الأعوان المختصون المنصوص عليهم في نص المادة 15 من القانون 02/89، بزيارات مفاجئة للأعوان الاقتصاديين والعمل على اقتطاع عينات من المنتج وتحليله في هذه المخابر المزودة بوسائل التكنولوجيا وخبرة المتخصصين العاملين فيها قصد حماية المستهلك من أي ضرر يلحقه جراء استعمال منتج غذائي، وبالرجوع لنص المادة 3 من هذا المرسوم فإن أحكام هذا الأخير تطبق على مخابر تحليل النوعية التابعة للقطاعات العمومية، أو الخاصة، أو الأجنبية، أو المشتركة.

وتبقى مخابر التحاليل الطبية للأشغال العمومية والمراقبة التقنية للبناء خاضعة للأحكام

التنظيمية الخاصة بها، وتصنف المخابر تحليل النوعية حسب المادة 14 من نفس المرسوم إلى 3 أصناف وهي:

الفئة الأولى : مخابر تعمل لحسابها الخاص والمحدد في إطار المراقبة الذاتية التي يقوم بها الأشخاص استكمالا لنشاطها الرئيسي، ولها أن تقدم خدمات للغير بصفة تكميلية.

الفئة الثانية : مخابر تقديم الخدمات لحساب الغير.

¹. المرسوم التنفيذي رقم 192/91 المؤرخ في 01/06/1991، المتعلق بمخابر التحليل والنوعية، (ج ر عدد 27) بتاريخ 02/06/1991، ص 1038.

الفئة الثالثة : المخابر المعتمدة في إطار قمع الغش.

وأخيرا يمكننا اعتبار ان المخبر مكسبا هاما يعترف به جهازنا الأمني من خلال مساهمته الفعالة في تحقيق مجتمع خال من كل آثار الجريمة والقضاء على آثارها واقتلاع جذورها وتوفير كل شروط الأمن للمواطنين.

3.المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش

أنشئت المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش بموجب المرسوم التنفيذي¹ رقم 91/91.

وحسب المادة 7 من هذا المرسوم فإن مهمة المفتشية تتمثل في تنشيط أعمال المديرات الولائية للمنافسة والأسعار التابعة لاختصاصها الإقليمي وتوجيهها ومراقبتها، وفي تنظيم تحقيقات اقتصادية بشأن المنافسة والأسعار والنوعية وأمن المنتجات، وبالتالي فهي مكلفة بتنسيق أعمال المديرات الولائية لا سيما في مجال المراقبة.

تحضير بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديرات الولائية برنامج الرقابة، وتسهر على تنفيذها وتقوم في هذا الإطار لتنظيم عمليات المراقبة المشتركة بين البلديات.

حيث تقوم بأعمق التحقيقات الاقتصادية التي تتطلب تدخل فرق متعددة الاختصاصات وذات اختصاص جهوي تنظم وتنشئ فرق تقنية متخصصة للتكفل بهذه المهام:

تعد الحصائل والخلاصات الدورية عن أنشطة المديرية والولاية.

تقوم بتفقد المصالح التابعة لاختصاصها الإقليمي مع السهر على احترام مقاييس عمل

المديرات الولائية وتدخلها وطرق هذا العمل وأساليبه.

تتخذ مهام خاصة لمراقبة مخالفات التشريع والتنظيم في مجال المنافسة والأسعار والنوعية وأمن

المنتجات وملتابعاتها.

وكون تحت تصرف المفتش الجهوي فرق تحقيق ومراقبة الاسعار والنوعية ويشرف على كل

فرقة رئيس وهذا وفقا للمادة 8 من نفس المرسوم 91/91.

¹ . المرسوم التنفيذي رقم 91/91 المؤرخ في 1991/04/06 ، المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار ، (ج ر عدد 16) ، بتاريخ 1991/04/10 ، ص 549 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

وحسب المادة 10 من المرسوم المذكور، يحدد مهام وتنظيم هذه المفتشية بموجب قرار من (وزير الاقتصاد) سابقا، كما يحدد عدد المفتشين الجهويين المساعدين والمكلفين بالدراسة ورؤساء الفرق، ويقترح المفتش الجهوي.

وأخير نشير إلى أنه قد ألحقت بهذه المفتشية مفتشية جديدة جاء بها المرسوم التنفيذي رقم 105/98¹ وهي " مفتشية الحدود لمراقبة الجودة وقمع الغش " منصوص عليها في المادة 2 من المرسوم 105/89 المعدلة للمادة 3 للمرسوم 91/91 على السهر على احترام الاحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالجودة ومطابقة المنتوجات الموجهة للاستيراد والتصدير وحسب المادة 8 مكرر المتممة للمادة 4 من مرسوم 91/91 فان هذه المفتشية يديرها رئيس يوضع في خدمته قسمان إلى أربعة أقسام متخصصة في مراقبة الجودة وقمع الغش ويدير كل قسم رئيس قسم، وتتكفل هذه المفتشية بعمليات تسيير المستخدمين والوسائل المالية والمادية لمفتشية الحدود لمراقبة الجودة وقمع الغش وفقا لما جاء في المادة 6.

ب. الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام

تمثل الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام في:

رئيس المجلس الشعبي البلدي.

الوالي.

1. رئيس المجلس الشعبي البلدي :

منحت لرئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحية اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المعدية والوقاية منها، وكذا السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع وعلى احترام المقاييس والتعليمات في مجال التعمير².

وذلك عن طريق الضبطية الإدارية التي منحها القانون لرئيس البلدية لإجراء التحقيق

ومراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية المعروضة للاستهلاك، وعليه فعلى رئيس البلدية أن يستعين

¹ . المرسوم التنفيذي رقم 105/98 ، المؤرخ في 1998/3/31 ، يتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار (ج ر عدد 19) بتاريخ 1998/04/01 ، ص 07 .

² . ارجع للمادة 75 من قانون رقم 08/90 ، المؤرخ في 1990/04 /07 المتعلق بالبلدية ، (ج ر عدد 15) بتاريخ 1990/04/07 ، ص 488 .

الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك

بالإضافة إلى هيئة الشرطة البلدية وقوات الشرطة، أو الدرك الوطني المختصة اقليميا (المادة 74 من قانون 08/90) بالمكاتب الصحية للنظافة بالبلدية المنشأة بموجب مرسوم رقم 146/87¹.

2-الوالي : يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عم مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش وهذا ما جاءت به المادة 1/3 و 7 من المرسوم رقم 91/91 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار .

توجد على مستوى المديرية الولائية للمنافسة والاسعار مديرية فرعية خاصة برقابة الجودة وقمع الغش والتي انشأت بموجب قرار وزاري مؤرخ في 13/2/1992 تهتم هذه الخيرة بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك .

وبالرجوع للمادة 119 من القانون رقم 09/90² فمن بين المصالح العمومية التابعة للولاية مصلحة حفظ الصحة ومراقبة النوعية وتنشأ هذه الخيرة بعد مدولة المجلس الشعبي الولائي (المادة 120 من نفس القانون) . كما يعتني الوالي بهيئات اخرى تتمثل في مكاتب التحقيقات الاقتصادية التابعة الى المفتشية الجهوية السالفة الذكر .

تتولى هذه الهيئات الرقابة في أي مكان من أماكن الإنشاء الأولي للإنتاج، أو التحويل، أو التوضيب، أو الإيداع، أو العبور، أو النقل، والتسويق وفقا للمادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

¹ . المرسوم التنفيذي رقم 146/87 ، المؤرخ في 1987/06/30 ، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة البلدية - ج ر عدد 27 ، بتاريخ 1987/07/01 ، ص 1048 .

² . قانون رقم 90/90 ، المؤرخ في 1990/04/07 ، المتعلق بالولاية ، ج ر عدد 15 ، بتاريخ 1990/04/07 ، ص 504 .

الفصل الثاني

الفصل الثاني : الاطر التطبيقية للبعد الرقمي وحماية المستهلك

المبحث الاول - ماهية البيئة الرقمية

المطلب الاول : مفهوم البيئة الرقمية

يوصف القرن العشرين بأنه عصر الاتصال ويعود ذلك إلى التطور الكبير الذي طرأ على سبل الاتصال ووسائله، جعلت العالم في حالة اتصال دائمة في الوقت ذاته، وسمحت لأفراده التواصل فيما بينهم وهم في أماكنهم.

ويأتي في مقدمة هذه الوسائل الكمبيوتر وهو وسيلة جديدة ومتجددة دائماً، كما يرتبط بهذه الوسيلة الحديثة للاتصال شبكة الإنترنت شبكة المعلومات الدولية التي أجمع العلماء المختصين على أنها أهم إنجاز تكنولوجي تحقق في نهاية القرن العشرين، إذ استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن، وجعلت العالم يعيش في شبكة واحدة من المعلومات والبيانات بما تعنيه من قدرة الأفراد على الاطلاع على كل ما يتعلق بالآخرين من معلومات وأخبار وتصرفات بسهولة ويسر¹.

ان التطور الكبير الذي شهدته الشبكة العنكبوتية - الإنترنت - أدى الى ظهور نظم معلوماتية جديدة وتعدد نشر او حتى الحصول على المعلومات مما فتح الباب امام ما يعرف بالتحميل ولذلك لا بد الاشارة في بداية حديثنا الى اصول ظهور الانترنت او ما يعرف بالفضاء الرقمي.

نبذة تاريخية عن شبكة الانترنت

"بدأت شبكة الانترنت² في 02 يناير عام 1969 عندما قامت وكالة مشروع الابحاث المتقدمة ARPA³ التابعة لوزارة الدفاع الامريكية بإنشاء شبكة حواسيب لو الادارة مع عدد من الجامعات والقطاعات العسكرية تباديا منها ان تعطل الاتصالات بينها عند حدوث الحرب وأطلق على هذه الشبكة اسم Arpa net ثم تضخمت هذه الشبكة بوصول الشركات التجارية بها وانتشارها خارج الولايات المتحدة الامريكية" وتم تكليف مؤسسة العلوم الوطنية الامريكية⁴ NSF بإدارتها عام 1984 بعد ان رأت وزارة الدفاع الامريكية فصل الشق العسكري Mil net عن الشبكة قامت NSF بتوصيل 5 حاسبات رئيسة لخدمة مركز البحوث الامريكية بحث حلت مع هذه الحاسبات والتي تعمل بسرعة فائقة محل النظام السابق، واعتبارا من عام 1957 تزايدت اعداد المتعاملين مع هذه الشبكة خصوصا بعد السماح للأفراد العاديين باستعمالها .

¹ . مليكة عطوي ، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت ، دراسة وصفية تحليلية ، اطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، اشراف ا د/ محمد لعقاب ، كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة دالي براهيم ، سنة 2010/2009 ، ص 8 .

² . محمد عبيد ، الكعبي . الجرائم الناشئة عن الاستخدام غير المشروع لشبكة الانترنت : دراسة مقارنة . دار النهضة العربية : القاهرة ، 2005 ، ص 21 .

³ . ARPA اختصار لـ the Advanced Research Project Administration ، مشروع شبكة الأبحاث المتقدمة .

⁴ . محمد سعيد ، سار . الانترنت : المنافع والمخاطر . دار سعد الصباح الكويت ، 1988 ، ص 29 .

فتمت ولادة شبكة الانترنت بنشاطها الجديد رسميا عام 1990 وحققت معدلات نمو مذهلة لمستخدميها فعدد مستخدمي الشبكة يتضاعف سنويا منذ عام 1988 بلغ ما يقرب 80 مليون مستخدم في بداية العام 1996 ويقدر عددهم بحوالي 200 مليون مستخدم في نهاية 2000. وارتفع عدد مستخدمي الانترنت في كل مناطق العام بشكل اجمالي يقدر في 2014 ب حوالي 2.5 مليار مستخدم ، إلا ان ارقام تبقى غير مكتملة . وهذا في الوقت الذي تشير فيها تقديرات الاتحاد الدولي للاتصالات (ICU) الى ان هناك 3 مليار مستخدم للانترنت على الاربع.

تعتبر الجزائر من الدول المرتبطة بالشبكة وكان اول ارتباط لها عام 1994 عن طريق ايطاليا ، وتقدر سرعة الارتباط ب 9600 حرف في الثانية ، وتم عن طريق مشروع التعاون مع اليونسكو ويهدف الى اقامة شبكة معلوماتية في افريقيا وتكون الجزائر هي المنطقة المحورية للشبكة في شمال افريقيا .

وفي عام 1996 وصلت سرعة هذا الخط الى 64 الف حرف وفي 1997 تم احداث خط اخر يمر عبر باريس وتم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق الساتل " ام .اي . أي بقدرة 1 ميغابايت في الثانية في نهاية 1998 وأصبحت قدرة الانترنت في الجزائر سنة 1999 بقوة 2 ميغابايت وقد وصلت عدد الهيئات المشتركة في الشبكة سنة 1999 الى 800 هيئة من مختلف القطاعات سواء الجامعية او الطبية او الاقتصادية او غيرها . بينما وصل عدد المستخدمين للشبكة ب 10 آلاف مستعمل .

تم اصدار المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 اوت 1998 الذي يحدد شروط و كفاءات ومنع استغلال خدمة الانترنت والذي يسمح بظهور مزودين اخرين الى جانب مركز البحث في الاعلام العلمي والتقني ، اذن ورغم تأخر الجزائر عن مواكبة ركب تونس مثلا و بالإضافة الى العديد من الدول العربية الا انها تسعى جاهدة لتحقيق الافضل في مجال الربط بالانترنت .

الفرع الاول : تعريف شبكة الانترنت

هي احد انواع الشبكات الواسعة النطاق واسم انترنت internet مشتق من اللغة الانجليزية : interconnections network أي شبكة التشبيك ويعني انها شبكة تربط مجموعة من اجهزة الكمبيوتر المتصلة ببعضها البعض وتستطيع تبادل المعلومات فيما بينها .

"كما اعتبر البعض ان كلمة انترنت الانجليزية الاصل واعتبروا انها اختصار مزجي للحروف الاولى من كلمتي international بمعنى دولي و network بمعنى شبكة¹ .

ويعرفها جان فيليب ميكوس Jean Philippe Mikus بانها شبكة عالمية تشتمل على مزايا متوافقة مع التقنية الرقمية فهي شبكة تقف على السلم العالمي بالنسبة للشبكات المعلوماتية الوطنية والإقليمية والمحلية.

¹ . عايض راشد ، عايض المري . مدى حجية الرسائل التكنولوجية الحديثة في اثبات العقود . رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة ، 1998 ، ص

الإنترنت عبارة عن استغلال متقدم للحاسب الآلي، يقوم بربطه عبر الاتصالات الدولية المرتبطة مع وجوب توفر تقنية خاصة قوامها المضمن (modem) وخط هاتف واشترك في الشبكة ويتولى المضمن تحويل البيانات الرقمية داخل جهاز الحاسب الآلي إلى إشارات صوتية بواسطة خطوط الهاتف التي تتولى بدورها نقل المعلومات الإنترنت شبكة متداخلة ومتشعبة تربط بين آلاف الشبكات، وتتيح الاتصال على شكل تبادل للمعلومات الرقمية في إطار بروتوكول¹ والذي يضمن الاتصال بين الحاسوبات والشبكات الموجودة في جميع أنحاء العالم، والتي تعمل بلغات متنوعة.

كما أن هناك العديد من التعريفات التي أطلقت عليها يمكن إيجازها كما يلي:

- شبكة الشبكات: أي شبكة معلوماتية أو مجموعة من الشبكات المعلوماتية.
- مكتبة بلا جدران: يمكن لمستخدميها الاطلاع على كافة أوعية المعلومات المتوفرة في مكتبات الإنترنت
- منتدى عالمي: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وتطويرها خدمة للبشرية على مستوى العالم.
- وسيلة اتصال حديثة: من أكبر فوائدها اختصار المسافات والزمن في نقل المعلومات بأوعيتها المختلفة بينما البعض يحددها بأنها نوع من البريد الإلكتروني يتم من خلاله تبادل الرسائل الإلكترونية مع أي مشترك آخر في أي مكان من العالم.

ويمكن اعتبار الإنترنت إحدى التطبيقات الأوسع انتشارا في العالم لظاهرة اندماج الحواسيب الإلكترونية بأنظمة الاتصالات. وتوضح الإحصائيات الحديثة، إلى أن أحد الأسباب التي جعلت الإنترنت مفيدة هو عدد أجهزة الحواسيب المتصلة بها شهريا.

الفرع الثاني : خصائص الانترنت وخدماته

تتميز الإنترنت عن غيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية بعدة سمات أبرزها ما يلي² :

- وسيلة متعددة الوسائط : يطلق مصطلح الملتيميديا على ما يعرف اليوم بالوسائط المتعددة رغم تسمية بعض الكتاب لها بالأقراص المدججة متعددة الأغراض وتشتمل على مجموعة تطبيقات الحاسوب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متعددة تحتوي على النصوص والأصوات والرسومات والصور الثابتة منها والمتحركة واستخدام وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقا لمسارات يتحكم فيها المستخدم³.
- وتطور نظم الوسائط المتعددة لم ينجم على يد تكنولوجيا الاتصالات وحدها، ولا على يد تكنولوجيا المعلومات وحدها، ولكنه جاء نتيجة للمزاوجة بين هذه التكنولوجيا وتلك وبالربط بين الحاسوب من ناحية وبين نظم الاتصال الحديثة من جهة أخرى مثل الإنترنت.

¹ . بروتوكول هو مصطلح متعارف عليه في أنظمة برامج الحاسوبات، والبروتوكول عموما هو مجموعة القواعد المكتوبة بشكل فني لتنظيم كيفية عمل شيء ما.

² . محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر الطبعة الأولى 2007، ص 30.

³ . محمد لعقاب، ، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية ، مرجع سابق، ص 59.

- الكوكبية¹: من الملاحظ أن وسائل الإعلام تنقسم حسب رقعة البث فهناك وسائل الإعلام المحلية والوطنية القومية وهناك وسائل الإعلام الدولية أي لها اهتمام دولي بالأحداث ويكون توزيعها أو بثها في عدد كبير من الدول لكنه يستحيل أن تمس كل الدول ، لكن الإنترنت لها صبغة كوكبية فهي تصل إلى كل نقاط المعمورة. النص المتشعب : ويسمى أيضا النص الفائق وهو عبارة عن برجة تحيل القارئ أو المتصفح لمضمون الإنترنت إلى نص آخر فإذا أراد المتصفح مزيدا من المعلومات بخصوص موضوع معين (شخصية، صورة، فكرة، مفهوم، قضية، ... إلخ). فما عليه سوى الضغط على إشارة الرابط وهي عادة ما تكون عبارة عن صورة ليد تظهر على كلمة أو جملة ملونة بلون مغاير وهذه السمة لا تتيحها إطلاقا وسائل الاتصال التقليدية.

- التزامنية واللاتزامنية²: وتعني التزامنية بالنسبة للإنترنت أن المستخدم بإمكانه التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي أي في نفس فترة النشر أو البث مثل النقل المباشر على التلفزيون أو الراديو تماما. كما تعتبر أيضا وسيلة لاتزامنية أي أنها تتيح فرصة استقبال المعلومات والرد عليها في الوقت غير الحقيقي أيضا بمعنى أنك تستقبل معلومات ومواد ورسائل في بريدك الإلكتروني في وقت معين، وتقوم بالإطلاع عليها أو الرد عليها في الوقت الذي يساعدك ويناسبك.

- التفاعلية : إن التزامنية واللاتزامنية، هي التي جعلت من شبكة الأنترنت وسيلة تفاعلية تتفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الاتصال التقليدية مثل الهاتف والتلفزيون والراديو والصحافة المكتوبة. فهي تتيح لك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال رسالة الكترونية إليه في جو من الحرية التامة، مما يجعل التفاعلية فعلية وحميمية عبر الشبكة وتتفوق على تفاعلية الوسائل التقليدية الأخرى. ويرى المتحمسون للإنترنت فيها صورة قصوى للديمقراطية المعلومات تحت شعار: المعلومات في كل وقت وكل زمان ولكل الناس.

2.1 خدمات الإنترنت

تعد الإنترنت وسيلة إعلام واتصال فريدة ومتميزة مقارنة بوسائل الاتصالات التقليدية وحتى التكنولوجيا الحديثة، ومن هذا المنطلق فإنها تقدم خدمات متعددة³ في الطب والتجارة وفي التعليم والإعلام والإعلان وفي الشغل والترفيه والتسلية وغيرها من المجالات أهمها:

- الاتصال: تقدم الشبكة خدماتها الشهيرة أساسا في مجال الاتصال، إذ أنها تمكن مستخدميها من الاتصال مع بعضهم البعض وتبادل الآراء والتجارب. كما شجعت شبكة الإنترنت عددا كبيرا من المتعاملين على إنجاز أعمالهم عن بعد ويمكن القول إن المقولة التي أطلقها عالم الاتصال المعروف ماك لوهان عن

¹ . محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، مرجع سابق، ص 96.

² . محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، مرجع سابق، ص 57.

³ . محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، المرجع السابق، ص 49.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

القرية الكونية، واسم عصر الاتصال الإلكتروني قد تحققت، فبواسطة الإنترنت استطاع الإنسان أن يلغي المسافات، ويطلع على أحداث العالم وتطوراته في مختلف المجالات.

- استرجاع المعلومات: تحتوي الشبكة على العديد من قواعد المعلومات التي يمكن الرجوع إليها مجاناً كما أن هناك قواعد معلومات يمكن الدخول إليها لقاء اشتراك شهري أو سنوي ويمكن تصنيف هذه المواقع إلى نوعين: الأولى مواقع خاصة بحيث لا يسمح بالدخول إليها إلا لمن يملك ترخيصاً بذلك أي أن المستخدم لهذا النوع من المواقع يجب أن يملك اسماً خاصاً للدخول وكلمة سر وأن بعض الباحثين والمؤلفين والناشرين قد يحملون ترخيصاً للدخول. والنوع الثاني من المواقع (عامة)، أي أنها مفتوحة للاستخدام العام (مجانية) بحيث لا يحتاج المستخدم إلى ترخيص للدخول إليها، ولا يحتاج سوى إلى إدخال عنوانه البريدي بدلاً من كلمة السر¹.

- التعليم عبر الإنترنت للشبكة قدرات فائقة على توفير المعلومات والمعارف لذلك تستطيع كل الجامعات والمعاهد والمدارس الارتباط بالشبكة، بهدف الاستفادة من خدماتها العلمية والتعليمية فعرها يمكن متابعة المحاضرات في البلدان المتقدمة عن بعد.

وتعرض بعض المنظمات والمؤسسات العديد من المعلومات بالمجان وتنشر الشركات والمؤسسات والجامعات ومراكز البحث كمية هامة من المعلومات حول مؤسساته (دروس - وثائق - منشورات - كتالوجات). وهذه المعلومات كما يقول أرنود ديفور: "تنشر في الشبكة في معظم الأحيان قبل أن تطبع على الورق"².

- التجارة الإلكترونية: وهي إحدى الآثار الناتجة عن استخدام شبكة الإنترنت. كثيرة هي التعريفات التي قيلت في التجارة الإلكترونية سواء من قبل المشرع أو الفقه. فمثلاً نجد المشرع التونسي ومن خلال قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية وتحديدًا في المادة الثانية منه قد عرفها بأنها "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية"³. ويعرف البريد الإلكتروني (E-Mail) بأنه: إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية عن طريق شبكة الإنترنت⁴.

ومن الجهود المبذولة لحماية شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني مشروع كليب، الذي تبناه الحكومة الأمريكية والذي يهدف إلى تطوير نظام آلي لتشفير الرسائل الإلكترونية والصوتية لحمايتها من المتطفلين، وفي

¹ . محمد لعقاب، وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، مرجع سابق، ص 51.

² . أسامة أبو عباس، رحلة إلى عالم الانترنت الطبعة الأولى، شركة النهار للكمبيوتر و الالكترونيات، الأردن، 1999، ص 4.

³ . راجع تقرير بعنوان: الحوار الحر في منتديات إنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي عدد أبريل 1998، على الموقع

<http://www.jawmay.co.ae>. بتاريخ 2015/4/21، الساعة 4.30 م.

⁴ . سامة أبو عباس، مرجع سابق، ص 45.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

الوقت الذي يجد فيه هذا المشروع تأييدا من الأغلبية في مجتمع الإنترنت إلا أنه يواجه جدلا في بعض الأوساط الحكومية والتي تؤكد على أهمية أن يكون للحكومة وباستمرار إمكانية الاطلاع والتصنت على الرسائل الالكترونية والصوتية، وذلك بغية مراقبة الارهابيين وتجار المخدرات¹.

¹ <http://www.cybercrime.gov/roboslo.htm> بتاريخ 2015/4/21 ، الساعة 5.39 م.

المطلب الثاني : علاقة البيئة الرقمية بالملكية الفكرية

الفرع الاول : احترام حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة

نظرا للمشاكل القانونية التي طرحت في مجال حماية شبكة المعلومات الدولية الإنترنت و محتواها فقد ظهر نقاش حول ذلك ، أدى إلى إسناد الحماية طبقا لقانون الملكية الفكرية الذي ينظم قانون الملكية الأدبية و الفنية المتمثل في حقوق التأليف و الحقوق المجاورة من جهة، و قانون الملكية الصناعية الذي يشمل العلامات، براءات الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية وغيرها من جهة أخرى، و ذلك باعتبار أن قانون الملكية الفكرية يترتب آثاره القانونية للحماية في حالة نشر الحقوق الخاصة بأصحاب التأليف، أو أصحاب حقوق الملكية الصناعية داخل الشبكة.

أولا احترام حقوق حق المؤلف والحقوق المجاورة

1.1 احترام حقوق المؤلف

على الشبكة و في جميع مجالات الحياة، كل إنتاج فكري أو ذهني يمكن حمايته عن طريق قانون المؤلف عندما يشكل مصنفًا ذهنيًا طبقًا لقانون التأليف، و كذلك يشترط أن يتوفر هذا الإنتاج على الأصالة، التي تشكل عموماً الجهد الفكري المبذول من طرف المبدع، مهما كان نوع المصنف و نمط تعبيره، و درجة استحقاقه و وجهته، بمجرد إبداع المصنف، سواء أكان المصنف مثبتاً أم لا بأية دعامة تسمح بإبلاغه إلى الجمهور¹ و ذلك طبقاً للمادة 03 من الامر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة في الجزائر. أما المصنفات الذهنية فهي كل الإبداعات التي يمكن نقلها إلى الغير، وبالأخص جميع المصنفات المكتوبة سواء أكانت أدبية أو فنية مثل المحاولات الأدبية، البحوث العلمية، الروايات، القصص، القصائد الشعرية، برامج الحاسوب، أو المصنفات الشفوية كالمحاضرات، الخطب، المواعظ وغيرها.

أما المصنفات السمعية المتمثلة في المصنفات الموسيقية و المغناة وغيرها² والمصنفات المرئية المتمثلة في المصنفات التصويرية، الأفلام و المصنفات المعبر عنها بأسلوب يماثل التصوير، بالإضافة إلى المصنفات المتعلقة بالفنون التشكيلية والفنون التطبيقية مثل الرسم، الرسم الزيتي، النحت، النقش، الطباعة الحجرية، فن الزرابي، وكذلك الرسوم و الرسوم التخطيطية، النماذج الهندسية، الهندسة المعمارية و غيرها من المصنفات الأخرى المادة 2 و ذلك طبقاً للمادة 04-05 من امر 03-05.

و مختلف هذه المصنفات يمكن أن تكون داخل الشبكة، إذا أراد صاحبها أن يستغلها، و هو عبارة عن حق مادي لصاحب الإنتاج الفكري، و ذلك عن طريق إثباته بأن إنتاجه أو مصنفه متمتع بأصالة، تظهر من خلال شخصية صاحبه، أي بمعنى آخر، أن يثبت أن مصنفه لا يعد إعادة نسخ لمصنف سابق لمؤلف

¹ . في هذا المعنى، عبد الحميد المنشاوي، حماية الملكية الفكرية، دار الفكر الجامعي، ط 2002 ، ص 17.

² . محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 1985 ، ص 32.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

آخر، و تخرج عن هذا الإطار من الحماية بحقوق التأليف، الأفكار، المفاهيم، المبادئ، المناهج و الأساليب المرتبطة بإبداع المصنفات الفكرية بحد ذاتها، إلا بالكيفية التي تدرج بها أو ترتب في المصنف المحمي ، وفي التعبير الشكلي المشتقل عن وضعها أو تغييرها أو توضيحها، وذلك بموجب المادة 07 من امر 03-05. و بتوفر الأصالة على المصنف أي بتوفر الجهد الفكري لصاحب المصنف، يستحق الحماية بموجب إبداعه طبقا للمادة 03 من امر 03-05 وفقا لقانون التأليف، و يترتب على ذلك أنه يصبح متمتعاً بكافة الحقوق الناتجة على مصنفه بمجرد الإبداع، ولا يشترط إجراءات قانونية شكلية للحصول على هذه الحقوق 4 ، بالمقارنة مع اكتساب الحقوق بالنسبة لأصحاب الملكية الصناعية. وتتمثل عموماً الحقوق الواردة للمؤلف، في حقوق مادية و حقوق معنوية.

والحقوق المادية هي الحقوق التي تسمح للمؤلف، أو ورثته، بالاستغلال التجاري لمصنفه، بأي شكل من أشكال الاستغلال، بعائد مالي طبقاً للمادة 27 من امر 03-05 وذلك لمدة حياة المؤلف و 50 سنة بعد وفاته، ولفائدة ذوي حقوقه لمدة 50 سنة، ابتداء من مطلع السنة المدنية التي تلي وفاته، بعد وفاة المؤلف طبقاً للمادة 54 من امر 03-05 ، ويكون الاستغلال المادي للمصنف سواء عن طريق استنساخ المصنف لعدة نسخ بأي وسيلة كانت، مثلاً نسخ كتاب على الورق (الطبع)، أو نسخ الكتاب على سجل رقمي ووضعه رهن التداول بين الجمهور سواء من طرف المؤلف نفسه، أو ممن يسمح لهم القيام بذلك (المرخص لهم، المتنازل لهم)، كما يمكن أن يكون الاستغلال عن طريق التمثيل أو الأداء العلنيين مباشرة أمام الجمهور. وتطبيقاً لذلك فقد أكدت الأحكام القضائية على تمتع المؤلف بحق الاستغلال المالي لإبداعه، وذلك في حكم صادر عن محكمة النقض المصرية بتاريخ 1964/07/07 التي قررت فيه أن حقوق المؤلف " : حق استغلال المصنف مالياً، ثبوته للمؤلف وحده لا يجوز لغيره مباشرة دون إذن سابق منه أو ممن يخلفه، حرية المؤلف في أن يجيز لمن يشاء نشر مؤلفه وأن يمنحه لمن يشاء، أن يسكت على الاعتداء على حقه مرة دون أخرى، لا يعتبر سكوته في المرة الأولى مانعاً من مباشرة حقه في دفع الاعتداء في المرة الثانية. وتتميز الحقوق المادية، بأنها حقوق مؤقتة، تنتهي بفوات مدتها، وأنها ليست لصيقة بالمؤلف إذ يمكن التنازل عنها أو التصرف فيها، بنقلها للغير كلياً أو جزئياً 3 بشرط محدد قانوناً.

أما بالنسبة للحقوق المعنوية فتتمثل في حق نشر العمل الذهني وحق الأبوة أو الانتساب ومعناه حق المؤلف في أن ينسب إليه وحده ابتكار العمل¹ والحق في احترام سلامة العمل، فلا يجوز للغير أن يجري أي تعديل أو تحوير على عمل المؤلف دون إذن من صاحبه² من شأنه المساس بسمعة المؤلف أو شرفه أو

¹ . أشرف وفا محمد، تنازع القوانين في مجال الحقوق الذهنية للمؤلف، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، ط 1999، ص 28.

² جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر ، ط 2003 ، ص 40.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

مصالحه المشروعة ، وحق السحب الذي يمارسه المؤلف بسحب مؤلفاته من التداول لدى الجمهور عندما يعتبر أن مؤلفاته أصبحت غير مطابقة مع قناعاته¹.

و هذا ما أكدته محكمة العدل الدولية في حكمها الصادر بتاريخ 20 أكتوبر 1993 في قضية فيل كولينس² وقد اختلفت القوانين الدولية فيما يخص الحقوق المعنوية التي تقررها للمؤلف، وخاصة بين نظام حق المؤلف الأوروبي و بين نظام حق المؤلف الأنجلوسكسوني، بحيث ينظر النظام الأوروبي إلى ازدواجية حق المؤلف، بحيث تضم امتيازات ذات طابع معنوي و أخرى ذات طابع مادي، كما أن الامتيازات المعنوية هي التي تقود الامتيازات الأخرى في معظم الدول المنتمية لهذا النظام.

و ذلك مثلما هو معمول به في فرنسا، أما بالنسبة للنظام الأنجلوسكسوني، فإنه ينظر لوحدة حق المؤلف أي اعتباره حق مالي فقط قابل للاستغلال التجاري، دون الاعتراف بالحق المعنوي إلا استثناء بموجب قوانين خاصة، و هذا شأن الولايات المتحدة الأمريكية، التي بدأت أخيرا تعترف بحقوق معنوية لم تكن موجودة سابقا، و ذلك من خلال حكم المحكمة العليا الأمريكية في سنة 1985 ، الذي قرر للمؤلف الحق في تقرير نشر الكتاب من عدمه³.

و تتميز حقوق المؤلف المعنوية بخصائص، كونها تعتبر من الحقوق الطبيعية ، لا يتمتع بها سوى من ابتكر العمل الفكري (كحق الأبوة) ، كما أنه حق لصيق بشخص صاحبه لا يقبل التنازل عنه، و لا يتصرف فيه بالبيع أو الهبة أو غيرها، كذلك فإن هذا الحق هو حق أبدي، مع وجود اختلاف في بعض الدول، فالبعض يرى بتساويها مع الحقوق المادية و بالتالي باعتبارها مؤقتة، و ذلك فيما يخص قوانين الولايات المتحدة الأمريكية و ألمانيا و سويسرا و غيرها، بينما يرى الآخرون، باعتبارها أبدية مثل قوانين فرنسا و إيطاليا وإسبانيا⁴.

وصفة المؤلف تثبت للشخص الذي ابتكر العمل الذهني كقاعدة عامة، إلا أنه في افتراضات أخرى يمكن أن تكون صفة المؤلف لأشخاص آخرين غير صاحب الإبداع⁵، وذلك في الحالات المنصوص عليها في

¹ . المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) و وزارة العدل، تطور حق المؤلف و الحقوق المجاورة في الجزائر و دور الديوان الوطني لحق المؤلف و الحقوق المجاورة، الندوة الوطنية عن الملكية الفكرية لفائدة هيئة القضاء، 22 و 23 أكتوبر 2003، ص 5 .

² . حيث قررت محكمة العدل الدولية ما يلي:

La protection des droits moraux permet notamment aux auteurs et aux artistes de s'opposer à toute déformation, mutilation ou autre modification de l'oeuvre serait préjudiciable à leur honneur et à le reputation".

³ . أشرف وفا محمد، تنازع القوانين في مجال الحقوق الذهنية للمؤلف، نفس المرجع السابق، ص 30.

⁴ . جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ط 2003، ص 40.

⁵ . راجع جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية، نفس المرجع السابق، ص 39 وما يليها، ود. أبو اليزيد علي الميت، حقوق المؤلف الأدبية، مكتبة النهضة المصرية، ط 1960، ص 23 .

أمر 03-05. وهذا الاستثناء خاص بالمصنفات الجماعية، والمصنفات التي تتم في إطار علاقة عمل، أو عقد عمل .

والمصنفات التي يتم إبداعها في إطار عقد مقاوله فتعود الحقوق على المصنف الجماعي إلى الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبادر بإنتاج المصنف وإنجازها، ونشره باسمه، ما لم يوجد شرط مخالف طبقاً للمادة 18 من أمر 03-05 ، وتعود الحقوق لاستغلال المصنف في إطار علاقة عمل إلى المستخدم حسب الغرض الذي أنجز من أجله العمل ما لم يكن شرط مخالف طبقاً للمادة 19 من أمر 03-05 و تعود الحقوق بالنسبة للمصنفات المنجزه في إطار عقد مقاوله طبقاً للمادة 20 من أمر 03-05 إلى طالب العمل حسب الغرض الذي أنجز من أجله، ما لم يوجد شرط مخالف .

وبالتالي فإن هذه الحقوق الواردة للمؤلفين و المبدعين ، تمنح لهم إمكانية استغلال مصنفاتهم تجارياً بكل وسائل الاستغلال المتاحة، كما يضمن قانون التأليف حماية مصنفاتهم من أي اعتداء يمكن أن يقع عليها دون ترخيص من صاحب الحق، بواسطة عقوبة مدنية و جزائية لجنحة التقليد.

و هذا ما نجده كذلك على شبكة الأنترنت، باعتبار كل استغلال غير مشروع لمصنف منشور على الشبكة يعتبر تقليداً معاقباً عليه، و نجد أن المبدأ الوارد في قانون التأليف يطبق كذلك على محتوى الشبكة، مما نلمس أن هذا القانون تماشى مع التطور التكنولوجي في نشر المصنفات على الشبكة، و الدليل على ذلك أنه في 20 ديسمبر 1996 ، اعتمدت المنظمة العالمية للملكية الفكرية، معاهدة حقوق المؤلف التي تنص على حماية كل المصنفات المنشورة عبر الشبكات الرقمية أو الأنترنت، باعتبار أن كل مساس بهذه المصنفات بدون ترخيص من صاحبها يعد اعتداء على حقوق مؤلفيها أي جنحة تقليد.

2.1 احترام الحقوق المجاورة

يتمثل موضوع الحقوق المجاورة بصفة عامة، في أعمال تهدف إلى نشر المصنفات الأدبية و الفنية دون إبداعها¹ ، هناك ثلاثة فئات لهذه الحقوق و هم :فنانو الأداء، منتجو التسجيلات الصوتية أو التسجيلات السمعية البصرية و الهيئات الإذاعية.

يقول في هذا الإطار الأستاذ هنري دييوا- الفقيه الفرنسي المعروف في كتاباته عن حق المؤلف-أنه يربط هؤلاء قاسم مشترك و هو " :أنهم يعاونون على الإبداع الأدبي و الفني، فبواسطة فناني الأداء تستمر المؤلفات الموسيقية و المصنفات المسرحية، و تتحقق كامل رسالتها، و تضمن مؤسسات التسجيل الصوتي استمرار التمتع بالمصنفات، و تلغي هيئات البث الإذاعي المسافات."

¹ . محمد سعيد رشدي، الحقوق المجاورة لحق المؤلف، مجلة الحقوق الكويتية ، سنة 1998 ، ص 654.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

وعلى أساس ذلك، فإن طبيعة أصحاب الحقوق المجاورة و الحقوق الواردة لهم، هي غير طبيعة مبدعي المصنفات رغم وجود ارتباط وثيق و قوي بينهما، باعتبار أن المؤلفون في حاجة إلى فنانين لأداء مصنفاتهم، وإلى جهود خاصة لغرض نشر مؤلفاتهم على نطاق واحد .

ولذلك أصبحت حماية حقوق المؤدين، و منتجي الفنونجرامات، و هيئات البث الإذاعي، تشكل أحد العوامل لتنمية الفكرية، و تمثل أموالا معنوية يمكن أن تكون محل اعتداء عليها من قبل الغير، الأمر الذي يستوجب حماية خاصة لأصحاب هذه الحقوق تسمى بالحقوق المجاورة لحق المؤلف، و رغم اختلاف الطبيعة الخاصة لحق المؤلف و الحقوق المجاورة، إلا أنه يربطهما إطار واحد هو الملكية الفكرية، و هدف واحد هو نشر الإبداع الفكري في المجتمع .

و بالنسبة للقوانين الخاصة بالحقوق المجاورة، نجد بعض الدول لا تحمي الحقوق المجاورة و ليس لديها قوانين خاصة بها، على عكس حمايتها لحق المؤلف، بينما هناك دول لا تفرق إطلاقا بين حق المؤلف و الحقوق المجاورة، و تطبق قوانين الملكية الأدبية و الفنية على أصحاب الحقوق المجاورة بما فيها أستراليا، إيرلندا، باكستان، بنغلاداش، تايلندا، رومانيا و غيرها .

أما القانون الإنجليزي فقد فرق صراحة بين حق المؤلف و الحقوق المجاورة على أساس توفر شرط الابتكار في المصنفات الأدبية، بينما في الأخرى فلا يشترط ذلك¹ وهناك بعض البلدان، التي تدرج الفئات الثلاثة(فنانو الأداء، منتجو التسجيلات الصوتية أو التسجيلات السمعية البصرية و هيئات الإذاعة). في قانون خاص بالحقوق المجاورة، كما هو الحال في إسبانيا و البرازيل و السويد و فرنسا و اليابان². و بالنسبة للمشرع الجزائري، فقد أصدر هذا الأخير الأمر 03-05 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، و قد تناول الحقوق المجاورة في الباب الثالث من هذا الأمر³ بحيث نص في الفصل الأول على أصحاب الحقوق المجاورة.

و في الفصل الثاني على الاستثناءات و حدود الحقوق المجاورة، و في الفصل الثالث على مدة حماية الحقوق المجاورة. فبالنسبة لأصحاب الحقوق المجاورة، فقد نص أمر 03-05 في المادة 107 على ثلاث فئات و هم: فنانو الأداء، منتجو التسجيلات السمعية أو السمعية البصرية و هيئات البث الإذاعي . و يعتبر فنانو الأداء كل الأشخاص الذين يمثلون أو يؤدون المصنفات الأدبية أو الفنية أو المسرحية أو الموسيقية عن طريق التمثيل المسرحي أو الإنشاد، العزف الموسيقي أو الرقص أو مصنف من التراث التقليدي طبقا للمادة 107 و 108 من أمر 03-05 .

1 . محمد سعيد رشدي، الحقوق المجاورة لحق المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 654 و ما يليها.
2 . كلود كولومبييه، المبادئ الأساسية لحق المؤلف و الحقوق المجاورة في العالم، باريس 1992، ص 117.
3 . محي الدين عكاشة، حقوق المؤلف، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2005، ص 81.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

كما عرفت اتفاقية روما حماية فنانى الأداء ومنتجى التسجيلات الصوتية و هيئات الإذاعة، المنعقدة في روما سنة 1961 و دخلت حيز النفاذ سنة 1964 ، في 03 ف أ على أنه " يقصد بتعبير فنان الأداء الممثلون والمغنيون والموسيقيون والراقصون وغيرهم من الأشخاص الذين يمثلون أو يغنون أو يلقون أو ينشدون أو يلعبون أدوارا أو يشتركون بالأداء بأية طريقة أخرى في المصنفات الأدبية أو الفنية"¹. أما منتجو التسجيلات الصوتية و التسجيلات السمعية البصرية، فهي كل الأشخاص الذين يتولون للمرة الأولى تثبيت الأصوات الناجمة عن عملية أداء، أو أي أصوات أخرى، أو سلسلة من الصور المصحوبة أو غير المصحوبة بأصوات، و يمكن أن يكون المنتج من حيث المبدأ شخصا طبيعيا أو شخصا اعتباريا²، و على ذلك، نصت المادة 03 من اتفاقية روما في الفقرة ج على " يقصد بتعبير منتج التسجيلات الصوتية، الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يكون أول من قام بتثبيت الأصوات التي يتكون منها الأداء أو غير ذلك من الأصوات"³.

أما هيئات الإذاعة فهي تلك الهيئة التي تنقل أو تبث برامج موجهة إلى الجمهور⁴، أما بالنسبة للقانون الجزائري، فتعتبر هيئات الإذاعة طبقا للمادة 107 من الامر 03-05 الهيئات التي تنتج برامج لإبلاغ المصنفات الفكرية، أو مصنفات التراث التقليدي إلى الجمهور سواء كانت سمعية أو سمعية بصرية، و تطلق على هيئات الإذاعة في فرنسا هيئة الاتصال السمعي البصري⁵ و يترتب لأصحاب حقوق فتاتي الأداء ومنتجى التسجيلات السمعية و التسجيلات السمعية البصرية و هيئات الإذاعة حقوق خاصة بهم، بغرض حمايتها، و الاعتراف بها شريطة ألا تؤثر هذه الحقوق في حقوق المؤلفين طبقا لنص اتفاقية روما 1961 بأنه " ينبغي تفسير النصوص التي تحمي المعاونين للمؤلف على نحو لا يضر بالمؤلفين أو يجرمهم حياتهم."

و هذه الحقوق، هي حقوق مالية، تهدف إلى منع الاستغلال غير المشروع لأعمال منتجي التسجيلات السمعية و السمعية البصرية وهيئات البث و فنانو الأداء، لإضافة إلى المقابل المالي المعادل لمن يقوم بالاستغلال المشروع لها، و تجدر الإشارة إلى أن جميع أصحاب الحقوق يتمتعون عموما بالحق المادي، أما الحق المعنوي فنجده فقط فيما يخص فنانو الأداء، و لمعرفة ذلك يجب الرجوع إلى حق المؤلف والحقوق الأدبية الواردة عليه ثم تطبيقها على فنانو الأداء، فيتشكل حق المؤلف الأدبي في حقه في الكشف عن مصنفة و سلطة نسبة المصنف إليه وحده و حقه في إدخال تعديلات على المصنف أما فنانو الأداء، لا وجود

1 . كلود كولومبييه، المبادئ الأساسية لحق المؤلف و الحقوق المجاورة في العالم، نفس المرجع السابق، ص 120.

2 . راجع نص المادة 16 من القانون الفرنسي رقم 85-660 الصادر في 03 يوليو 1985.

3 . تناول أمر 03-05 الخاص بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة في الجزائر منتجو التسجيلات الصوتية و التسجيلات السمعية البصرية في المادتين 113 و 115 منه.

4 محمد سعيد رشدي، الحقوق المجاورة لحق المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 660.

5 . لقد عرفت المادة 117 من أمر 03-05 حقوق هيئات البث السمعي أو السمعي البصري و التي تنص "يعتبر بمفهوم المادة 107 من هذا الأمر هيئة البث السمعي أو السمعي البصري، الكيان الذي يبتث بكل أسلوب من أساليب النقل اللاسلكي للإشارات التي تحمل أصواتا أو صورا و أصواتا، أو يوزعها بواسطة سلك أو ليف بصري أو أي كابل آخر بغرض استقبال البرامج المبتثة إلى الجمهور."

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

الحق في الكشف عن المصنف، لأن التوقيع على العقد الذي يبرم مع منتج المصنف الذي يؤدي، غالبا ما يكون بمثابة ترخيص بالكشف عن المصنف، و كذلك بالنسبة لحق السحب الذي لا يتصور توفره في فنانو الأداء.

أما حق الأبوة، و الحق في احترام سلامة أدائهم، فإن بعض القوانين نصت على تمتع الفنان بحق الأبوة و حقه في احترام نسبة العمل إليه، و احترام أدائه، إذا كان يسيء بشرفه أو سمعته أو مصالحه المشروعة، كما هو الحال في تشريعات إيطاليا و النمسا و أرجواي و غيرها من التشريعات، و بالتالي فإنه يجوز للفنان نشر اسمه أو ذكر اسم آخر، أو الاعتراض على تشويهه أو تحويل عمله بالحذف أو الإضافة¹ طبقا لمادة 12 من أمر 03-05 كما أن هذه الحقوق غير قابلة للتصرف فيها، و غير قابلة للتقادم، و لا يمكن التحلي عنها. أما الحقوق المالية لأصحاب الحقوق المجاورة فهي كالتالي: فبالنسبة لفناني الأداء، يتمتعون بحق ترخيص باستنساخ أعمالهم، أو عرضها عن طريق بث الأداء أو إعادة بثه عن طريق الإذاعة و التلفزيون أو تسجيله على أسطوانة، أو فيلم أو شريط، و لهم الحق في كمنع أي تثبيت أو نسخ أو توصيل غير مشروع، أي دون ترخيص مسبق من فناني الأداء، كما لهم حق اكتساب مقابل مالي عندما يتم استغلال أعمالهم المثبتة بالفعل، عن طريق الأداء العلني و البث الإذاعي و التوزيع السلبي.

ويشترط المشرع الفرنسي، أن يكون الترخيص كتابي من فنان الأداء، من أجل تثبيت عمله (على دعامة) أو استنساخه و نقله إلى الجمهور²، و هذا ما أخذ به المشرع الجزائري ضمن أمر 03-05 في المادة 109 منه.

أما الحقوق المالية للتسجيلات الصوتية (الفونوجرامات) و التسجيلات السمعية البصرية (الفيديوغرامات) يتمثل في حق المنتج في استنساخ الدعامة للتسجيل السمعي، و طرحها للتداول عن طريق نشرها، أو توزيعها على الجمهور مباشرة، أو بصفة غير مباشرة، و بوضع نسخ منه تحت تصرف الجمهور، عن طريق البيع أو التأجير، مع احترام حقوق مؤلفي المصنفات المثبتة في التسجيل السمعي، و ذلك طبقا للمادة 114 من أمر 03-05 باشتراط الكتابة في عقد الترخيص.

كما يحق لمنتج التسجيل السمعي البصري، أن يرخص حسب شروط تحدد في عقد مكتوب، باستنساخ تسجيله السمعي البصري، و إبلاغه إلى الجمهور بأية وسيلة مع مراعاة حقوق مؤلفي المصنفات المضمنة في التسجيل السمعي البصري، و ذلك طبقا للمادة 116 ف 01 من الأمر، كما لا يجوز لمنتج التسجيلات السمعية البصرية الفصل عند تنازله بين حقوقه على التسجيل السمعي البصري و الحقوق التي

1 . في هذا المعنى، محمد سعيد رشدي، الحقوق المجاورة لحق المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 662 و ما يليها، و محي الدين عكاشة، حقوق المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 89 و ما يليها.
2. راجع المادة 18 من قانون 03 يوليو 1985 الفرنسي .

يكتسبها من المؤلفين والفنانين المؤديين أو العازفين لمصنفات مثبتة في التسجيل السمعي البصري (المادة 116 ف 02 من الأمر).

أما الحق المادي لهيئات البث الإذاعي لسمعي و السمعي البصري، يتمثل في الحق في إعادة بث البرنامج، و تسجيله، و نقله إلى الجمهور في أماكن متاحة للجمهور نظير دفع مقابل للدخول¹. و يشترط الأمر 03-05 الكتابة في عقود التراخيص التي تقوم بها هيئات البث الإذاعي، و ذلك بإعادة بث و تثبيت حصصها المذاعة، و استنساخ ما بث من حصصها المذاعة، و إبلاغ حصصها المتلفزة إلى الجمهور، مع احترام حقوق مؤلفي المصنفات المضمنة في البرامج طبقاً للمادة 118 من نفس الأمر، كما يشترط دفع مكافأة للفنان المؤدي أو العازف و لمنتج التسجيل السمعي، عندما يستخدم تسجيل سمعي منشور لأغراض تجارية أو نسخة من هذا التسجيل السمعي بشكل للبث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري، أو لنقله إلى الجمهور بأية وسيلة من الوسائل (المادة 119 ف 01 من الأمر)، و تحصيل أتاوى يكون للديوان الوطني لحقوق المؤلف طبقاً للمادة 119 ف 02 .

و تحمي الحقوق المادية، بالنسبة لأصحاب هذه الحقوق 2 لمدة 50 سنة للفنان المؤدي أو العازف تبدأ من نهاية السنة المدنية للتثبيت بالنسبة للأداء أو العزف أو نهاية السنة المدنية التي تم فيها الأداء أو العزف عندما يكون الأداء أو العزف غير مثبت (المادة 122 من نفس الأمر)، و مدة حماية حقوق منتج التسجيلات السمعية أو التسجيلات السمعية البصرية، هي 50 سنة ابتداء من نهاية السنة المدنية التي تم فيها التثبيت (المادة 123 ف 01 من نفس الأمر) ، أما حماية حقوق البث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري هي 50 سنة ابتداء من نهاية السنة المدنية التي تم فيها بث الحصة طبقاً للمادة 123 ف 03 .

ونجد تطبيقات عديدة حول أصحاب الحقوق المجاورة، الذين يستغلون أعمالهم عبر شبكة الأنترنت، و بالتالي فإن أي تصرف في هذه الأعمال، تقتضي ترخيص منهم أو إذن، و يكون أي تصرف أو استغلال لأداء فنان، أو تسجيل سمعي أو سمعي بصري أو بث أو حصة خاصة بهيئات الإذاعة السمعية أو السمعية البصرية، بدون إذن من أصحاب الحقوق، يشكل اعتداء على الحقوق المجاورة، و هو جنحة تقليد معاقب عليها قانوناً.

ثانياً: احترام حقوق الملكية الصناعية

يمثل قانون الملكية الصناعية، نوع من أنواع الملكية الفكرية بوجه عام، بالإضافة إلى قانون الملكية الأدبية والفنية، ويشمل حق الملكية الفكرية جميع الحقوق التي ترد على أشياء غير مادية، يدخل فيها جميع

1 . راجع المادة 30 من القانون 03 يوليو 1985 و انظر كلود كولومبييه، المرجع السابق، ص 133 .
2 . حددت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) مدة حماية المؤديين و منتجي التسجيلات الصوتية و هيئات الإذاعة في المادة 14 ، بالنسبة لحماية المؤديين و منتجي التسجيلات الصوتية هي 50 سنة من نهاية السنة التقويمية التي تم فيها التسجيل الأصلي أو حدث فيها الأداء (المادة 14 ف 05) ، و هي نفسها مدة الحماية في اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية و الفنية طبقاً للمادة 05 منها، أما مدة حماية هيئات الإذاعة هي 20 سنة من نهاية السنة التقويمية التي حصل فيها بث المادة المعنية (المادة 14 ف 05) .

صور الإبداع الفكري الأصيل في جميع مجالات الحياة بما فيها المصنفات الفكرية و الفنية الناتجة عن الإبداع الفكري لأصحابها و المعبر عنها في صورة مادية معينة، و هي تدرج ضمن حقوق التأليف و الحقوق المجاورة، أما الحقوق الصناعية، فهي تشمل البراءات و النماذج و الرسوم الصناعية والعلامات و الأسماء التجارية و الدوائر المتكاملة¹.

و من خلال دراستنا لحقوق الملكية الصناعية، باعتبارها له علاقة وطيدة بالشبكة و محتواها، كونها تستغل على الشبكة و خاصة بالنسبة للعلامات، و المشاكل التي تطرحها العلامة المسجلة و الموجودة على الأنترنت، من صعوبات مع أسماء النطاق التي تحمل اسم العلامة، و كذلك من حيث تطبيق الحماية على أساس البراءة، و الرسوم و النماذج الصناعية العامة، على بعض المصنفات ذات العلاقة بالحاسوب كالبرامج وقواعد البيانات.

1.2 احترام حقوق براءة الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية

تمثل كل من البراءة و الرسوم و النماذج الصناعية حقوق صناعية² ، في أنها عبارة عن اختراعات أو ابتكارات قابلة للتطبيق الصناعي، يمكن الاستفادة منها في الصناعة أو الفلاحة أو غيرها، بينما العلامات و الأسماء التجارية هي حقوق تجارية، باعتبارها لا يتميزان بالتطبيق الصناعي، و تعتبر اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة 1883 دستور حماية الملكية الصناعية³ ، إضافة إلى اتفاقيات خاصة متمثلة في اتفاقية لاهاي بشأن الإيداع الدولي للرسوم و النماذج الصناعية لسنة 1925 .

أما المشرع الجزائري فقد أصدر أمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع الصادر في 2003/07/19 و المعدل للأمر 93-17 المتعلق ببراءة الاختراع الصادر في 1993/12/17 و كذلك الأمر 66-86 الخاص بالرسوم و النماذج الصناعية الصادر في 1966/04/28.

1.2.أ احترام حقوق براءة الاختراع

تعتبر براءة الاختراع الوثيقة التي تصدرها الدولة للمخترع اعترافا منها بحقه فيما اخترع أو للمكتشف اعترافا منها فيما اكتشف، و تثير براءة الاختراع خلافا فقهيها حول طبيعتها، إلا أن معظم القوانين اعترفت بحقوق المخترع و حمايتها من التعدي عليها، و تتمثل صور الاختراع في التالي:

الوصول إلى منتجات صناعية جديدة: و المقصود أن يؤدي الاختراع إلى وجود شيء صناعي جديد ذي خصائص معينة، يتميز بها عن الأشياء الأخرى، و يكون ذلك متى تم الوصول إلى منتج صناعي جديد متميز

1 . في هذا المعنى، انظر: صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط2000 ، ص13 وما يليها .

2 . صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص17 .

3 . إن اتحاد باريس أبرم في 1889/03/20 معاهدة تعد أقدم اتفاقية في هذا الشأن و لا تزال تشكل دستور الملكية الصناعية، و قد عدلت في بروكسل في 1900/12/14 وفي واشنطن 1911/06/02 وفي لاهاي 1925/11/06 وفي لندن 1934/06/02 وفي لشبونة 1958/10/31 وفي 1967/07/14 .

انظر الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية - تحليل و ثائق -، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر، ط2004 ، ص05 وما يليها .

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

في تركيبه، أو في شكله أو خصائصه، و تمثل هذه الصورة مثلا في اختراع الطائرات والدبابات والثلاجات والآلات الغازية وغيرها من الاختراعات، وتعتبر هذه الصورة أرقى أنواع الاختراعات لأنها تشكل ابتكارات جديدة، توفر سلع مادية جديدة.

الوصول إلى طريقة أو وسيلة صناعية جديدة: ينصب هذا الاختراع في صورته الثانية على التوصل لإنتاج طريقة أو وسيلة صناعية جديدة، وليس إلى الوصول إلى إنتاج سلعة مادية صناعية كما في الصورة الأولى، ويجب لمنح البراءة في الصورة الثانية توفر شروط الابتكار، مثلا الوصول إلى ابتكار طريقة جديدة لقياس سرعة الرياح أو وضع ترميز جديد لبث الرسائل الإلكترونية عبر الكمبيوتر.

الوصول إلى تطبيق جديد لطرق أو وسائل صناعية معروفة: لا ينصب الاختراع في هذه الحالة على إنتاج جديد، أو طريقة جديدة، بل على تطبيق لوسيلة أو طريقة معروفة، مثلا استعمال آلة صناعية معروفة، كاستعمال محرك السيارة في صناعة طائرة مثلا.

الوصول إلى تركيب صناعي جديد: يمثل موضوع الاختراع هنا، في الجمع بين وسائل أو طرق معروفة ودمجها فيما بينها، بحيث ينتج عنها اختراع صناعي جديد له ذاتية مستقلة، مثلا اختراع الميزان الآلي¹.

وبالنسبة لشروط منح البراءة عموما، فهي تتمثل في شروط موضوعية وأخرى شكلية فتتمثل الشروط الموضوعية، في وجود الاختراع، وقد اختلفت الآراء في تحديد تعريف الاختراع سواء في التشريعات الخاصة بالبراءة، أو في الفقه أو القضاء، إلا أنه عموما اتفقوا على مدلول واسع، وهو أن الاختراع هو إيجاد أي شيء لم يكن موجودا من قبل، أو اكتشاف أي شيء كان موجودا ولكنه كان مجهولا وغير ملحوظ، ثم إبرازه في المجال الصناعي، بصرف النظر عن أهميته الصناعية²، وهذا ما أخذ به القضاء في قرار صادر عن المحكمة الإدارية العليا المصرية³، أما في التشريع الجزائري (أمر 03-07)، فإن الاختراع طبقا للمادة "02 هو فكرة لمخترع، تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال تقنية، البراءة أو براءة الاختراع: وثيقة تسلم لحماية اختراع.

و يمثل الشرط الثاني جدّة الاختراع، وقد نصت عليه المادة 04 ف 01 من أمر 03-07 على ":

يعتبر الاختراع جديدا إذا لم يكن مدرجا في حالة التقنية، و تتضمن هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور عن طريق وصف كتابي أو شفوي أو استعمال أية وسيلة أخرى عبر العالم، و ذلك قبل يوم إيداع طلبا لحماية أو تاريخ مطالبة الأولوية بها."

1. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 24 وما يليها.

2. عفيفي كمال عفيفي، جرائم الكمبيوتر، منشورات الحلبي الحقوقية، ط 2003، ص 65.

3. قضت المحكمة بأن " :المقصود بالاختراع هو تقديم شيء جديد للمجتمع لم يكون موجودا من قبل وقوامه أو مميزه أن يكون ثمرة فكرة ابتكارية أو نشاطا ابتكاريا يتجاوز الفن الصناعي القائم أو التعديلات الجزئية غير الجوهرية التي لا تغيب عن رجل الصناعة المتخصص في حدود المعلومات الجارية والتي هي وليدة المهارة الحرفية وجدها. ومن هذه الصور تدخل نطاق الصناعة لا نطاق الاختراع." انظر : صلاح زين الدين، نفس المرجع السابق، ص 35.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

و لا يكفي أن يكون الاختراع جديدا في موضوعه أو وسيلته، بل لابد أن يكون جديدا عند الإفصاح به لدى الجهة المختصة بمنح البراءة¹، بحيث يجب أن يحتفظ المخترع بسر اختراعه و عدم إفشائه للجمهور، و هذا طبقا للمادة 04 ف 02 من الأمر 03-07 "لا يعتبر الاختراع في متناول الجمهور بمجرد ما تعرف عليه الجمهور خلال اثني عشر شهرا التي تسبق تاريخ إيداع البراءة أو تاريخ الأولوية لإثر فعل قام به المودع أو سابقه في الحق طبقا للمادة 14..."

و إضافة أنه يجب ألا يكون قد سبق نشره أو إيداع الاختراع من طرف شخص آخر طبقا لنص المادة السابقة الذكر².

أما الشرط الثالث، وهو صناعية الاختراع، بمعنى أن يكون للاختراع غاية صناعية³، أو قابليته للاستغلال الصناعي⁴ في جميع المجالات سواء الصناعات الزراعية، أو الاستخراجية، أو الإنتاجية أو النقلية أو غيرها، و هذا ما نصت عليه المادة 06 من أمر 03-07 بأن "يعتبر الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي، إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة."

أما الشرط الرابع و هو مشروعية الاختراع، و المقصود بالمشروعية عدم مخالفة الاختراع للنظام العام و الآداب العامة، أو يضر بالمصلحة العامة، فكل اختراع مخالف لذلك لا يقبل تسجيله لدى الهيئة المختصة، و هناك اختلاف في التشريعات حول حالات مشروعية الاختراع، خاصة في الدول النامية⁵، و نجد مثلا آلة لتزييف النقود⁶ لا تمنح عنها البراءة لمخالفتها للنظام العام.

أما الشروط الشكلية لمنح البراءة، تتمثل في تقديم طلب البراءة من صاحب الشأن إلى الجهة المختصة، و هي حاليا في الجزائر المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، بحيث يقوم المعهد بدراسة و فحص الطلب و نشره، و تلقي ما قد يثار حول الطلب من اعتراضات⁷ و البث فيها و من ثم إصدار الرأي حول طلب البراءة بقبوله أو رفضه، و قد تناول أمر 03-07 كل الإجراءات الشكلية لتسجيل الاختراع و نشره في الباب الثالث و الرابع منه.

- 1 . لا يسميها البعض بالجدة وإنما " سرية الاختراع" ، أنظر: د. سميحة القليوبي، الموجز في القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، الجزء الأول، 1981، ص 227.
- 2 . لقد أخذ المشرع الجزائري بمبدأ الجدة المطلقة، و المقصود بأن تكون الجدة مطلقة أي ألا يكون الاختراع قد أذيع السر عنه في أي زمن من الأزمان أو في أي مكان، و قد اتجهت أغلب التشريعات إلى الأخذ بمبدأ الجدة المطلقة كالقانون الفرنسي و التشريع الأمريكي و الألماني و السوري و اللبناني و البرازيلي... إلخ.
- انظر: د. فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ط 2003-2004 ص 203.
- 3 . صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 39.
- 4 . فاروق علي الحفناوي، قانون البرمجيات -دراسة معمقة في الأحكام القانونية لبرمجيات الكمبيوتر-، دار الكتاب الحديث، 2001 ، ص 189.
- 5 . في هذا المعنى: صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 41 و ما يليها .
- 6 . محمد أنور حمادة، النظام القانوني لبراءات الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية، دار الفكر الجامعي، ط 2002، ص 23 .
- 7 . دراسة الطلب الذي تقوم به الإدارة، يختلف من تشريع إلى تشريع آخر، و نقابل في هذا المجال ثلاثة نظم هي: نظام الإيداع المطلق، نظام الفحص السابق، النظام المختلط، و قد أخذ المشرع الجزائري بنظام الأسبقية الشكلية أو أسبقية إيداع الطلبات دون فحص موضوعي لها اكتفاء باستيفائها بالشكل القانوني، أو ما يطلق عليه نظام الإيداع المطلق.

فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 211.

وتحمى براءة الاختراع لمدة 20 يوم ابتداء من تاريخ إيداع الطلب مع مراعاة دفع رسوم التسجيل ورسوم الإبقاء على سريان المفعول وفقا للتشريع المعمول به طبقا للمادة 09 من نفس الأمر، ويترتب على الاختراع حقوق لمالكها، ويكون المالك شخص واحد، أو عدة أشخاص يملكون كلهم الحقوق في براءة الاختراع، ويحق لهم ذكر اسمهم كمخترعين في براءة الاختراع (المادة 10 ف3.2 من الامر 03-07). كما يمكن أن يكون المخترع غير المودع، وبالتالي يجب أن يرفق الطلب بتصريح يثبت به المودع حقه على البراءة، وتنطبق نفس الأحكام، إذا كان المودعين ليسوا هم المخترعين (المادة 10 ف 405 من الأمر 07.03).

وترتب براءة الاختراع لمالكها حقوق استثنائية ذات أغراض صناعية أو تجارية طبقا للمادة 12 من نفس الأمر، وذلك بمنع الغير من استعمال أو استغلال منتوجه أو طريقة صنعه في أية صورة كالبيع أو الاستيراد، دون إذن من مالك الحق في البراءة¹. ويمكن تطبيق القواعد الخاصة بالبراءة على الشبكة، عن طريق منح البراءة لبعض المصنفات ذات العلاقة بالحاسوب، بشروط خاصة، أو حماية هذه المصنفات على أساس براءة الاختراع كبرامج الحاسوب مثلا، وهذا ما نراه من خلال القرارات الصادرة في هذا الميدان².

1.2. ب احترام الرسوم والنماذج الصناعية

تشكل الرسوم والنماذج الصناعية نوع آخر من الملكية الصناعية، وقد أصدر في هذا الشأن الأمر 66-86 الخاص بالرسوم والنماذج الصناعية في الجزائر المؤرخ في 28/04/1966.

أما عن الاتفاقيات الدولية التي نصت على حماية الرسوم والنماذج الصناعية، بالإضافة إلى اتفاقية باريس الخاصة بالملكية الصناعية العامة، هناك اتفاقية لاهاي بشأن الإيداع الدولي للرسوم و النماذج الصناعية لسنة 1925 المعدلة في لندن سنة 1934 ، ثم في لاهاي سنة 1960 ، ثم في موناكو سنة 1961 ، ثم في استكهولم سنة 1967 ، و بروتوكول وقع في جنيف سنة 1975 ، ثم أخيرا بموجب وثيقة تكميلية سنة 1979.

و اتفاقية لوكارنو الخاصة بالتصنيف الدولي للرسوم و النماذج الصناعية لسنة 1968 ، المعدلة سنة 1979 و أخيرا اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس³) ، و الرسم الصناعي، هو أي تصميم، كل ترتيب خطوط يظهر على المنتجات و يعطي لها طابعا مميزا، كما هو الحال في الرسوم الخاصة بالمنتجات و الأواني و الزرابي و غيرها¹.

1 . راجع المواد 12 ، 10،11 من 07/03 المتعلق ببراءات الاختراع.
2 . برنارد أ.جالر، ترجمة الدكتور محمد حسام محمود لطفي، الملكية الفكرية و برامج الحاسبات، الجمعية المصرية لنشر المعرفة و الثقافة العالمية، القاهرة، ط 1998، ص41 وما يليها .
3 . إن اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة المشار إليه بالعبارة الإنجليزية "TRIPS" : هو اتفاق تم عقده سنة1994 بين المنظمة العالمية للملكية الفكرية و المنظمة العالمية للتجارة.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

أما النموذج الصناعي، فهو القالب الخارجي الجديد الذي تظهر فيه المنتجات، فتعطي لها صفة معينة، أو هو شكل السلعة أو الإنتاج ذاته، مثلاً هيكل أو شكل الأواني أو زجاجات العطور أو لعب الأطفال وما إلى ذلك².

ويشترط في الرسم أو النموذج الصناعي شروط موضوعية وشكلية، وتمثل الشروط الموضوعية في شرط الجودة، بمعنى أن يكون كل من الرسم أو النموذج في مجملها جديدين، ويشترط هنا الجودة النسبية، وليست الجودة المطلقة، كون أنه يكفي لاعتبار الرسم أو النموذج جديدين أن تتوفر الجودة في معظم أجزائها، وليس في كل الأجزاء، ومسألة الجودة موضوعية، تعود لقاضي الموضوع (استناداً لمعيار الخبير المعتاد في نوع السلعة والمنتجات التي تطبق عليها الرسوم والنماذج).

أما الشرط الثاني، فهو الابتكار، وهي الحدائثة والمقصود بها أن يكون الرسم أو النموذج حديثان يمكن تمييزهما عن الرسوم والنماذج المماثلة، وبالتالي فإن الصفة المميزة هي التي تعطي طابع الابتكار على الرسم أو النموذج، فلا تدخل في صفة الابتكار الأشياء المألوفة أو المكتملة سابقاً، وكذلك شرط المشروعية، والمقصود بذلك عدم مخالفة كل من الرسم أو النموذج للنظام العام والآداب العامة أو يضر بالمصالح العامة.

إضافة إلى شرط الصفة الصناعية، عن طريق قابلية للتطبيق على المنتجات الصناعية (سلع أو منتجات) مثلاً الرسوم الخاصة بالمجوهرات والملابس، أما الشروط الشكلية فتتمثل في التسجيل، بحيث يحق لكل صاحب رسم أو نموذج، أن يطلب تسجيله لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يقبل أو يرفض تسجيل الرسم أو النموذج لعدم توافر الشروط الموضوعية (الابتكار، الجودة، الصفة)، وإنما يفحص الشروط الشكلية فقط، كما يجوز رفض التسجيل لمخالفة القانون (عدم توفر مشروعية الرسم أو النموذج)، أو مخالفة المصلحة العامة .

و يجوز الطعن في قرارات المسجل، برفض التسجيل للرسوم و النماذج، أو لإلغاء التسجيل من أصحاب الشأن.

و في حالة قبول التسجيل، يقيد طلب الرسم أو النموذج في السجل الخاص، و تمنح لصاحبه شهادة تسجيل، تشمل جميع البيانات لمدة 15 سنة من تاريخ التسجيل، و يصبح حينئذ صاحب الشهادة مالكا للرسم أو النموذج، و هي قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس³.

أنظر: عمر بوجنيك، تطور المنظومة التشريعية لحماية الملكية الصناعية في الجزائر تماشياً مع اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة - مسائل متعلقة بالملكية الصناعية -، الملتقى الوطني حول الملكية الفكرية لفئة القضاة، 22 و 23 أكتوبر 2003، ص 62.

1 . مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، دار النهضة العربية، بيروت، 1975، ص 718.
2 . سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 207 و كذلك مؤلفها القانون التجاري، نفس المرجع السابق، ص 253.

3 . في هذا المعنى: د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 211 وما يليها .

ويترتب على ذلك حقوق لصاحب الرسم أو النموذج، و هي الحق في استغلال الرسم أو النموذج المسجل عن طريق صنعه أو بأي طريقة أخرى، كما يجوز له منع الآخرين من استعمال أو استغلال رسمه أو نمودجه، دون ترخيص من صاحب الحق و إلا اعتبر معتديا على حقوق هذا الأخير .

كما يجوز لصاحب الرسم أو النموذج أن يتصرف فيه عن طريق نقل حقوقه لأشخاص آخرين عن طريق الترخيص، أو بطرق أخرى كالهبة أو البيع أو غيرها.

وفي الأخير يمكن أن نجد تطبيقات فيما يخص الرسم أو النموذج الصناعي على شبكة الأنترنت عن طريق عرضها على تلك الشبكة و حمايتها طبقا للقواعد العامة الواردة في قانون الرسوم و النماذج الصناعية أو قوانين الملكية الصناعية فيما يخص الرسوم و النماذج على أساس المظهر والشكل الخارجي و ذلك فيما يخص مواقع الواب مثلا و برامج الحاسوب، و ذلك بمنع أي تقليد أو نسخ بدون موافقة صاحب الحق، و اعتباره تقليدا معاقبا عليه قانونا .

2.2 احترام حقوق العلامات التجارية

تعتبر العلامات مجملا إحدى أنواع الملكية الصناعية، وهي محمية بموجبها، وقد قامت مختلف الدول في جميع أنحاء العالم بسن قوانين خاصة بالعلامات، فمثلا صدر في إيران قانون تسجيل العلامات، وبراءات الاختراع لسنة 1931 ، وفي الفلبين صدر قانون العلامات التجارية لسنة ، وفي الصين صدر قانون العلامات التجارية لسنة 1963¹.

أما في الجزائر، فقد صدر أمر 03-06 المتعلق بالعلامات المؤرخ في 2003/07/19 (جريدة رسمية رقم 44) المعدل و المتمم لأمر 66-57 متضمن علامات الصنع و العلامات التجارية المؤرخ في 1966/03/19 ، إضافة إلى ذلك، و على المستوى الدولي، عقد مؤتمر عالمي في باريس حول الملكية الصناعية، و كانت النتيجة الأساسية لهذا المؤتمر، أن يطلب إلى إحدى الدول استضافة مؤتمر دولي يهدف لوضع قانون في ميدان الملكية الصناعية، و إثر ذلك، تم في باريس تحضير مسودة نهائية للمعاهدة، تقترح اتحادا دوليا لحماية الملكية الصناعية، و أرسلت دولة فرنسا هذا المشروع إلى عدد من الدول لحضور المؤتمر الذي تم عقده في باريس سنة 1880 ، و قد تبني مسودة المعاهدة التي مازلت إلى يومنا هذا تمثل العناصر الأساسية للمعاهدة، و في عام 1983 عقد مؤتمر دبلوماسي دولي في باريس، انتهى بالمصادقة على معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية من قبل مندوبي أحد عشر دولة، و عندما دخلت حيز التنفيذ ازداد عدد المصادقين على هذه المعاهدة بشكل كبير.

و فيما يخص الجزائر، فقد انضمت إلى هذه المعاهدة في 1975/01/09 بموجب الامر 75-

02(جريدة رسمية رقم 10). و قد عدلت معاهدة باريس سنة 1886 في روما و في مدريد

¹ . صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 248 وما يليها .

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

سني 1890 و 1891 و في بروكسل سنة 1879 ، و في ستوكهولم سنة 1967 ، كما مهدت هذه المعاهدة لظهور اتفاقيات أخرى خاصة بالعلامات، من بينها اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات سنة 1891، التي انضمت إليها الجزائر سنة 1972 ، واتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لسنة ، التي انضمت إليها الجزائر بأمر 72-10 بتاريخ 1972/03/22 (جريدة رسمية رقم 32) ، اتفاقية نيس خاصة بالتصنيف الدولي للمنتوجات و الخدمات بقصد تسجيل العلامات لسنة 1957 والمعدلة في 1967/09/17 بستوكهولم، و المنضمة إليها الجزائر سنة 1972¹ ، و معاهدة قانون العلامات لسنة 1994 ، و غيرها من الاتفاقيات الخاصة بالعلامات.

و قد عرفت العلامة فقها بأنها " إشارة توسم بها البضائع و السلع و المنتجات، أو تعلم تمييزا لها عما يماثلها مع سلع تاجر آخر، أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين"² ، كما عرفت كذلك بأنها " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"³.

و تأخذ العلامات صور عديدة، تكون أسماء و إمضاءات و حروف و أرقام، أو رسوم أو رموز أو صور أو أغلفة أو بطاقات أو أشكال وألوان أو كلمات أو خليط منهم أو خليط عن بعض منهم. ويشترط في العلامة شروط شكلية وأخرى موضوعية، فتتمثل الشروط الموضوعية في الصفة المميزة والجدّة، وأن تكون مشروعة (غير مخالفة للنظام العام والآداب العام) ، أما الشروط الشكلية فهي متمثلة في تسجيل تلك العلامة لدى الجهة المختصة⁴ (المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية) المنشأ بموجب الأمر 62-73 في 1973/11/21 (الجريدة الرسمية رقم 95) ، وبمجرد تسجيل العلامة يصبح صاحبها يتمتع بحقوق تلك العلامة، ويصبح الاعتداء على حقه في العلامة يشكل جريمة تقليد يعاقب عليها القانون، ونجد عدّة تطبيقات للعلامة فيما يخص حق استغلال العلامة على الشبكة.

وقد أصدرت عدّة قرارات تقضي بأن استعمال علامة الغير لشركة ما والمنشورة على الشبكة، لغرض إجراء تخفيضات مثلا بالنسبة لسلعها أو خدماتها، من طرف الغير، يعد تقليد لتلك العلامة، ونجد إذن إمكانية تطبيق حقوق الملكية الصناعية، وخصوصا فيما يتعلق بالتجارة الالكترونية، عن طريق مختلف السلع والخدمات المعروضة مباشرة على الشبكة، ويجب الإشارة إلى أن حماية حقوق الملكية الصناعية عموما تكون محمية داخل الإطار الجغرافي الإقليمي للدولة التي سجت فيها العلامة أو الرسم أو النموذج أو البراءة.

1. الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 06 .

2. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، نفس المرجع السابق، ص 253.

3. سميحة القليوبي، القانون التجاري، نفس المرجع السابق، ص 269.

4. لمزيد من التفاصيل، أنظر: سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 270 وما يليها .

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

وبالتالي فإن التقليد بالنسبة لهذه الأنواع يكون فقط في تلك الدولة ولا يتعدى ذلك، وهذا مالا نستطيع افتراضه أو تطبيقه على الشبكة كونه يمثل العالم ككل، وليس له حدود جغرافية معينة مما يخلق تطبيق هذا القانون بعض المشاكل خاصة فيما يتعلق بأسماء الموقع والعلامات المسجلة على الشبكة، وهي مشاكل عادية بالنظر إلى الإطار التكنولوجي الجديد الذي يفرض على القانون أن يتلاءم مع هذه التكنولوجيا المتطورة. ان احترام حقوق الملكية الفكرية، سواء حقوق التأليف والحقوق المجاورة، أو حقوق الملكية الصناعية الواردة في القواعد العامة، أي المطبقة في العالم الحقيقي يمكن تطبيقها على العالم الافتراضي ، وبصفة خاصة على شبكة المعلومات الدولية، وذلك بالنسبة للابتكارات أو الإبداعات المتاحة عبر هذه الشبكة .

كنتيجة لما تطرقنا إليه في المبحث الاول من الدراسة، فإننا نلاحظ أن قانون الملكية الفكرية يجد تطبيقا واسعا على المجتمع الافتراضي والشبكة الرقمية بالأخص، وهو من القوانين التي فرضت تطبيقاتها بالنظر إلى التطور التكنولوجي الهام والسريع في مجال المعلومات والاتصال، ويرجع ذلك إلى ظهور أشكال جديدة للتعبير الفني بما فيها النشر أو البث الرقمي للمصنفات والمبتكرات عبر شبكة الأنترنت.

وقد أدى ذلك إلى نزاعات عديدة داخل الشبكة نتيجة الاعتداءات أو المساس بحقوق المؤلفين أو المبدعين، أو المساس بأصحاب البرامج وقواعد البيانات.

وللحد من هذه الاعتداءات، فإن تطبيق قانون الملكية الفكرية، يصبح بديهي ولازم لحماية أصحاب الحقوق من جهة، ولتشجيع الابتكار والإبداع والتأليف من جهة أخرى.

وبناء على ما سبق، فإن تطبيق قانون الملكية الفكرية بالمفهوم التقليدي على المجتمع الافتراضي يخلق صعوبات تطبيقية نظرا لخصوصية هذه الشبكة وطبيعتها الخاصة، مما يستوجب ظهور نزاعات، وبالتالي وجوب تطوير ووضع حلول حديثة لحل هذه النزاعات.

ثالثا: الصعوبات الناتجة عن تطبيق قانون الملكية الفكرية على الشبكة ككل:

يقرر المشرع حقا ماليا واحدا للمؤلف أو المبتكر، و هو الحق المطلق في استغلال المصنف أو الابتكار تجاريا، ليتمكن كلاهما من الاستئثار بثمرات تقديمه للجمهور.

و مع دخول عصر الإلكتروني، و ظهور الحاسوب و الوسائط الإلكترونية المتعددة، التي تعد كطرق جديدة للتثبيث المادي للمصنفات و المبتكرات التي تسمح بنقلها إلى الجمهور بطريقة غير مباشرة، أصبحت المصنفات بأشكالها و المبتكرات كذلك موجودة على شبكة الأنترنت، و زالت الوسائط أو الدعامات التقليدية كوسائل مادية تجسم و تفصل التعبير عن فكرة المصنف أو الابتكار.

و ذلك ما أدى إلى زيادة مشكلات الاعتداء على الحقوق المادية للمؤلفين و المبتكرين، مما يستوجب حماية أصحاب الحقوق من جهة، و حماية المصنفات و المبتكرات من جهة أخرى، و ذلك عن طريق قانون

الملكية الفكرية بنوعيه الذي يحمي جميع الإبداعات و الابتكارات الفكرية، أي بمعنى آخر يحمي كل إنتاج فكري أو ذهني لشخص ما.

و يخلق تطبيق قانون الملكية الفكرية على الشبكة، صعوبات عدة سواء فيما يخص الشبكة ذاتها، أو فيما يخص الصعوبات المتعلقة بأسماء الموقع و تنازعها مع العلامات المسجلة و المنشورة عبر الشبكة.

1.3 الصعوبات الناتجة عن الشبكة ذاتها:

تتمثل أهم الصعوبات الناتجة عن الشبكة ذاتها، فيما يتعلق بالبحث الرقمي للمصنفات والمبتكرات عبر شبكة الأنترنت بفضل التقنيات الجديدة المتمثلة في الوسائط الإلكترونية المتعددة التي تشمل الصوت والصورة والنص، و في الصعوبات الخاصة بالنسخة الرقمية، والصعوبات المتعلقة بالدليل في الجرائم المعلوماتية.

- النسخة الرقمية

يستأثر المؤلف - وخلفه العام من بعده - بالحق في نسخ مصنفه أي الحق في تثبيته ماديا وعمل نسخ منه وفق المستجدات التقنية، ليتسنى نقله إلى الجمهور بطريقة غير مباشرة ، و نتيجة لتقنيات الرقمية في مجال المعلومات، و جدت الوسائط الإلكترونية لتجوب بالمصنفات المحمية الفضاء الكوني عبر مواقع الشبكة العنكبوتية العالمية غير أن المستخدمين، قد يقومون بنسخ أية مصنفات منشورة إلكترونيا (أسماء كانت نصوصا مكتوبة أو صورا أو أفلاما...)، و ذلك لاستغلالها بشكل أو بآخر، دون الحصول على تصريح مسبق من مؤلفي ، هذه المصنفات بوصفهم أصحاب الحقوق الأدبية و المالية عليها، و ذلك ما نجده ، كذلك على جميع أنواع الملكية الصناعية المنشورة إلكترونيا بما فيها العلامات أو الرسوم أو النماذج الصناعية، الأمر الذي حدا بالبعض إلى وصف الإشكالية السابقة بأنها من الصعوبات الحقة في مجال حماية حقوق المؤلف.

- نطاق حق النسخ في ظل النشر الإلكتروني

من الثابت قانونا، و المستقر عليه قضاء، أن ترقيم المصنف يعد نسخا له ومراعاة لحق المؤلف، توجب ضرورة الحصول على موافقته قبل إجراء عملية الترقيم لمصنفه، ذلك أن للمؤلف وحده الحق في استغلال مصنفه ماليا بالطريقة التي يراها، فلا يجوز لغيره مباشرة هذا الحق بغير إذن منه.

و من ثم فإن الاستنساخ في الشكل الرقمي لمصنف محمي دون ترخيص من مؤلفه و القيام بتوزيعه عبر شبكات الأنترنت يعد اعتداء على حق المؤلف، فقد قضت المحكمة الابتدائية بباريس بأن "بث و توزيع الأغاني عبر شبكة الأنترنت دون الترخيص بذلك يشكل تقليدا أو تزويرا لمصنف أدبي محمي"¹.

و يراعى أن فعل الترقيم في حد ذاته لمصنف محمي يستلزم ضرورة الحصول على ترخيص كتابي مسبق من المؤلف، كما أن نشر المصنف إلكترونيا يقتضي كذلك الحصول على ترخيص كتابي من المؤلف أو صاحب الحق المالي.

¹ . أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، دار الكتب القانونية، 2005، ص 84 وما يليها.

ذلك أن المشرع يقرر للمؤلف حقا ماليا مطلقا يتمثل في استئثاره باستغلال مصنفه، و هذا الاستغلال قد يتم بصورة مباشرة عندما يتم نقل المصنف إلى الجمهور وفق أي شكل و يقال أنه حق التمثيل، و قد يتم بصورة غير مباشرة عن طريق تثبيت المصنف ماديا و عمل نسخ منه وفق أية طريقة تقنية يكون من شأنها نقله إلى الجمهور بطريقة غير مباشرة و يقال له حق النسخ.

و حيث أن مستخدمي شبكات الأنترنت، يتمتعون في وقت واحد بالامتيازات المتحصلين من تمثيل المصنف و نسخه، و ذلك بمجرد قيامهم بنسخ المصنف و نقله إلى الحاسبات الإلكترونية الخاصة بهم، فإن بعض الفقه تساءل و بحق عن موضوعية التمييز في مجال حق المؤلف بين حق التمثيل وحق النسخ في ظل التداول الرقمي للمصنفات عبر الأنترنت ؟

ويقال في ذلك بأن المستخدمين لشبكات الأنترنت، يتمتعون بالأمرين معا في ذات الوقت، على خلاف ما يحدث لو كانوا يقرؤون كتابا أو يشاهدون فيلما على التلفزيون، فثمة تلازم بين الاعتداء على حق النسخ و الاعتداء على حق التمثيل لا سيما في ظل التداول الرقمي للمصنف، لأنه يكفي أن ينسخها البعض ليقوم نفسه باستغلالها بعد ذلك بما يتعارض و حق المؤلف¹.

- إشكالية النسخة الرقمية الخاصة

إن الإلكترونيات الحديثة في مجال النشر و أجهزة الحاسبات الشخصية تسمح لمستخدمي الشبكات بمجرد دخولهم على أحد المواقع المدرجة على الشبكات ، ان يتم نقل المصنفات المنشورة إلكترونيا و المدرجة داخل حاسبات المرسل إلى حاسبات المستخدمين الشخصية دون حاجة إلى تصريح مسبق من المؤلفين بذلك، و هنا نكون بصدد النسخ الخاصة لكل مستخدم على حدة.

إن إشكالية النسخة الخاصة تمثل محورا جوهريا ينال من مكنات الحق المالي للمؤلف، و يجعل حقه الاستثنائي في تثبيت مصنفه ماديا و عمل نسخ منه تسمح بنقله إلى الجمهور خاليا من مضمونه، و تكمن الصعوبات الحقة في أن تشريعات حماية حقوق المؤلف تسمح لكل من مستخدمي شبكات الأنترنت بعمل نسخة وحيدة من المصنف دون حاجة إلى تصريح كتابي أو شفهي من المؤلف².

و ما أن يقوم المؤلف بنشر المصنف إلكترونيا عبر شبكة الأنترنت، فليس له من بعده إلا أن يعلم بأن كل مستخدمي شبكات الأنترنت من خلال وسائلهم الإلكترونية قد مارسوا حقهم في عمل نسخة وحيدة من المصنف لأغراض الاستعمال الشخصي لكل منهم على حدة، و ذلك حقهم المشروع الذي كفله لهم قانون حماية حقوق المؤلف .

1 . أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، المرجع السابق، ص 88 وما يليها.

2 . تجيز المادة 41 ف 1 من أمر 03-05 ، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في الجزائر، إمكانية استنساخ نسخة واحدة من المصنفات أو ترجمتها أو اقتباسها أو تحويلها للاستعمال الشخصي أو العائلي، وهو عمل مشروع دون الحاجة للتصريح المسبق من المؤلف، وهو استثناء خاص.

إلا أن المادة 41 ف 2 ، قد استثنيت بصريح العبارة النسخة الخاصة، بالنسبة لبرامج الحاسوب وقواعد البيانات إلا في الحالات المنصوص عليها قانونا (ضمن نفس الأمر).

و تكون النتيجة ثراء و منافع مالية ضخمة لصناع الحاسبات الإلكترونية و أجهزة الاستنساخ و مقدمي الخدمات عبر الشبكات الإلكترونية على حساب ضياع الثمار المادية لإبداعات المؤلفين الفكرية الذين لا تقدر إسهاماتهم في نشر المعرفة الإنسانية بمال غير أن المأمول هو حثهم على مواصلة الإبداع و الفكر من خلال حصولهم على عائد مادي مناسب فضلا عن كفالة احترام حقوقهم الأدبية¹.

ومن هنا، نلاحظ أن النسخة الخاصة تطرح إشكالات عديدة في مجال النشر الإلكتروني للمصنفات، و تكمن الصعوبة في قانون حماية حقوق المؤلف نفسه، الذي يسمح بمثل هذا الاستنساخ، و هذا ما يؤثر على أصحاب الحقوق على هذه المصنفات، لذلك هناك جهود كبيرة للحد من هذه المشكلة بالنسخة الخاصة.

2.3 الصعوبات المتعلقة بالدليل في الجرائم المعلوماتية

لقد سهل الأنترنت عمل المؤلف، حيث أن هذه التقنية الحديثة سهلت ضغط كمية أكبر الأعمال الأدبية و الفنية، فشبكة المعلومات أو ما اصطلح على تسميتها بالأنترنت، ثورة علمية استغلت بمجالين، الخير و الشر، حيث وضعت تقنية الأنترنت بيد المجرمين وسائل جديدة لتهديد و انتهاك حقوق و حريات الأفراد، سواء تعلق ذلك بالاعتداء على الحياة الخاصة أو بإفشاء الأسرار أو الإطّلاع عليها أو الاحتفاظ بنسخة منها بصورة غير مشروعة.

كما ظهرت أنواع وصور مستحدثة لجرائم اختراق نظم المعلومات أو الحيلولة دون استخدام صاحب النظام المعلوماتي لنظامه.

وهذا النوع من الجرائم لا يحتاج لجهد كبير، وإنما ترتكبه هذه الجرائم في جوّ من الهدوء وهو ما يطلق عليها ب (الجريمة الناعمة²).

وما نلاحظه أن الدليل الجنائي بإثبات الجريمة المعلوماتية يختلف تماما عن الدليل الجنائي في الجريمة

التقليدية، وذلك من حيث كم البيانات المدونة في جهاز الحاسب وكيفية إثباتها، سواء من حيث وسيلة الإثبات أو القوائم بالإثبات، وهي ثغرة يعتمد عليها المجرم المعلوماتي الذي يتسم بأنه مجرم ذكي في ذاته، يعكس أعلى درجات المهارة في فنون التعامل مع الحاسب الآلي، لذلك فالصعوبات التي تعترض إثبات و تحصيل الدليل الجنائي في جريمة المعلومات كثيرة و متنوعة³.

2.3 أ الجريمة المعلوماتية والمجرم المعلوماتي

1 . أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، نفس المرجع السابق، ص 95 وما يليها.

2 . مليكة عطوي، الأنترنت والملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 89.

3 . عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي و التزوير في جرائم الكمبيوتر و الأنترنت، دار الكتب القانونية، ط 2002، ص(ب).

تتمثل جرائم الأنترنت مجموعة الأفعال والأعمال غير القانونية التي تتم عبر شبكة الأنترنت أو

تثبت عبر محتوياتها¹.

ولقد عرفت الجريمة المعلوماتية فقهيًا بأنها " : نشاط جنائي يمثل اعتداء على برامج وبيانات الحاسب الإلكتروني
" 2

وعرفت كذلك بأنها " : الجريمة التي يتم ارتكابها إذا قام شخص باستخدام معرفته في الحاسوب بعمل غير قانوني، ومن أمثلته هذه الجرائم سرقة البيانات أو تدميرها واستخدام الحاسوب بشكل غير قانوني³ ".
وهناك تعريفات أخرى منها التعريف الذي اقترحه مجموعة من خبراء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية كأساس للنقاش في اجتماع عقد بباريس في عام 1983 ، وذلك لبحث الجريمة المرتبطة بالمعلوماتية،
وورد فيه أنه " : كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها⁴ ".

ويعرفها مكتب تقييم التقنية في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال تعريف الحاسب بأنها: " الجرائم التي تلعب فيها البيانات الكمبيوترية والبرامج المعلوماتية دورا رئيسيا⁵ ".

وفي دراسة قامت بها مؤسسة (FBI) ومؤسسة (SCI) عام 1999 ، تبين من الذين شاركوا في الدراسة، أنهم تعرضوا لعمليات اقتحام غير مشروعة من موظفين لديهم بنسبة % 55 وذلك مقابل %44 عام 1998 ، وقد قدرت إنجلترا على سبيل المثال، أنه بدء من عام 1992 وحتى بداية عام 2000، ان الشركات البريطانية خسرت ما قيمته 2.4 مليار دولار أمريكي خلال سنة أعوام بسبب القرصنة الداخلية، وتأخذ جرائم المعلوماتية، صورا عديدة أهمها: التزوير المعلوماتي، جريمة التقليد، جريمة إتلاف البيانات المعلوماتية، حماية الحياة الخاصة في زمن الأنترنت القرصنة، معالجة الصور الصحفية... إلخ⁶.

ونجد أن الجريمة المعلوماتية ترتكب عادة من مجرم محترف يدعى بالمجرم المعلوماتي وفي حقيقة الأمر، فإن الجرائم المرتبطة بالحاسب الآلي، نجد أمامنا مجرم محترف، على دراية بالتقنية الحديثة، قادر على استخدام الحاسب الآلي ومعرفة أمواره⁷.

وفكرة المجرم المعلوماتي، فكرة جديدة على الفقه الجنائي، كون أن المجرم ذو مهارات تقنية ذو دراية بالتكنيك المستخدم في نظام الحاسب الإلكتروني، قادر على استخدام هذا التكنيك لاختراق الكود السري لتغيير المعلومات أو لتقليد البرنامج أو التحويل من الحسابات عن طريق استخدام الحاسب نفسه، وهذا شيء

1 . ملكة عطوي، الأنترنت والملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 90.

2 . عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي و التزوير في جرائم الكمبيوتر و الأنترنت، نفس المرجع ، ص06.

3 . ملكة عطوي، الأنترنت والملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 90.

4 . عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي و التزوير في جرائم الكمبيوتر و الأنترنت، نفس المرجع السابق، ص06.

5 . محمد علي العريان، الجرائم المعلوماتية المعلوماتية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2004، ص44.

6 . ملكة عطوي، الأنترنت والملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 1-9 وما يليها.

7 . محمد علي العريان، الجرائم المعلوماتية، نفس المرجع السابق، ص59.

منطقي حيث ترك عالم المجرمين البؤساء ليدخل إلى عالم مجرمي المهارات المعلوماتية، فشخصية المجرم وميكانيكية ارتكابه للجريمة له سماته الخاصة بهذا النوع الجديد من الإجرام¹، ويمثل إجرام الأنترنت فرصة مناسبة لاستغلال أحداث التقنيات (الأنترنت) في ارتكاب السلوك الإجرامي من قبل المجرمين.

وبالتالي فإن الجريمة المعلوماتية، هي الجريمة التي ظهرت بتطور التكنولوجيا، وخاصة بظهور الحاسوب، الذي أصبح يمثل إحدى الوسائل للاعتداءات غير المشروعة على مكوناته المنطقية بما فيها تقليد البرامج وتخريب المعطيات والقرصنة والنسخ غير المشروع للمعلومات المنشورة رقميا، وغيرها من الاعتداءات، وذلك عن طريق أشخاص محترفين على دراية بالتقنية الحديثة، ويسمّون بالمجرمين المعلوماتيين.

1.3. ب. المشكلات المتعلقة بالدليل في الجريمة المعلوماتية

إن الجرائم التي ترتكب بواسطة الأنترنت، أصبحت تشكل خطورة بالغة، فقد تعدّت آثارها ومداهما الحدود الوطنية، ومّا يزيد في خطورتها صعوبة إثباتها، فالجاني فيها لا يترك عادة آثار مادية تساعد على اتّهامه، كما أنها أصبحت مصدر إزعاج نتيجة للارتفاع المستمر لمؤشراتها في كثير من الدول، وأمام هذا الارتفاع في الجرائم وتنوعها، وقعت 30 دولة في بودايبست على الاتفاقية الدولية الأولى لمكافحة الإجرام على الأنترنت². ونظرا للطابع الخاص الذي تتميز به الجرائم المعلوماتية، فإن إثباتها يحيط به كثير من الصعوبات، والتي تتمثل في صعوبة اكتشاف هذه الجرائم، لأنها لا تترك أثرا خارجيا، فالجرائم المعلوماتية لا عنف فيها، ولا سفك دماء، ولا آثار اقتحام لسرقة الأموال مثلا، وأما هي أرقام وبيانات تتغير أو تحمى من السجلات المخزنة في ذاكرة الحاسبات، وليس لها أي أثر خارجي مرئي، وبمعنى آخر فإن جرائم المعلوماتية هي جرائم فنية، تتطلب تكتيك معين في مجال الحاسبات الآلية، وهي جريمة هادئة لا تتطلب العنف، فإذا تمّ اكتشاف الجريمة المعلوماتية، فلا يكون ذلك إلا بمحض الصدفة نظرا لعدم وجود أثر كتابي لما يجري خلال تنفيذها من عمليات حيث يتمّ بالنبضات الإلكترونية نقل المعلومات، ولذلك يستطيع الجاني تدمير دليل الإدانة في أقل من ثانية، إلى جانب إمكانية ارتكابها عبر الوطنية والدول والقارات، وذلك باستخدام شبكات الاتصال ودون تحميل عناء الانتقال، وإلى جانب ذلك الرغبة في استقرار حركة المعاملات ومحاوله إخفاء أسلوب ارتكاب الجريمة حتى لا يتمّ تقليدها من جانب الآخرين³.

وأمام هذا كله، تبرز صعوبة الإثبات في مثل هذه الجرائم، خصوصا مع الافتقار إلى الدليل المادي التقليدي كالبصمات مثلا⁴، أو عدم ظهوره أصلا، أو عدم رؤيته، أو فقدان الآثار التقليدية للجريمة، أو تعذر الحصول على الأدلة بطريق الحماية الفنية وآثار ذلك إجرائيا، وما يتعلق بالمعينة في الجريمة المعلوماتية

1 . هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 1992، ص 27.

2 . مليكة عطوي، الأنترنت والملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 90 وما يليها.

3 . محمد علي العريان، الجرائم المعلوماتية، نفس المرجع السابق، ص 53 وما يليها.

4 . مليكة عطوي، نفس المرجع السابق، ص 93.

كوسيلة للحصول على الأدلة، التي تعتبر صعبة جدًا وتتضاءل أهميتها في هذه الجرائم، وهذا كله راجع للطبيعة الخاصة للجريمة المعلوماتية، كونها تتم في بيئة أو إطار لا علاقة له بالأوراق والمستندات، وإنما عن طريق الحاسب الآلي أو شبكة المعلومات الدولية¹.

3.3 الصعوبات المتعلقة بأسماء المواقع والعلامات المسجلة

تعتبر العلامة، من أهم عناصر الملكية الصناعية، وتنبع أهمية العلامة التجارية من الوظائف التي تؤديها، سواء للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة أو للمستهلك، فهي مهمة هؤلاء على حدّ سواء، باعتبارها رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات، وهي وسيلة للإعلان عنها، وهي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة وضمنان لحماية جمهور المستهلكين². وازدادت أهمية العلامة خاصة بانتشار توزيع المنتجات في العالم فأصبحت العلامات لها قيمة مالية هائلة في السوق.

ومع تطور التجارة الإلكترونية ومعها الأنترنت، ظهرت إشارات أخرى من نوع جديد، وهي ما يطلق عليها أسماء مواقع الأنترنت، وتسمى كذلك أسماء الدومين، أو أسماء الحقول³، وهي التي تكتب على شكل www.google.com

3.3.1 مفهوم أسماء المواقع والعلامات

كما سبق الذكر، فإنه مع التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال، وتطور الأنترنت بصفة خاصة، ظهر ما يسمّى بأسماء المواقع، ولقد لقيت هذه الأسماء اهتمام كبير خاصة من الدول المتقدمة، باعتبارها وضعت نصوص خاصة لتنظيمها قانونياً، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، ازدادت أهمية العلامات التجارية بتطور المجتمعات تقدمها في شتى المجالات، ممّا دفع الدول الحديثة إلى سنّ قوانين تنظم العلامة التجارية وتبين أحكامها، وهذا ما فعلته الجزائر إذ أصدرت قانوناً خاصاً بالعلامات، وهو أمر 06/03 المتعلق بالعلامات والمؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 .

مفهوم أسماء المواقع

اسم الدومين هو موقع أو عنوان على شبكة الأنترنت، يسمح بتحديد ذلك الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الأخرى، ولا يمكن للمستخدم الدخول إلى الموقع إلا عن طريق اسم الدومين، وهو في نطاق التجارة الإلكترونية يستخدم لغرض تجاري يتعلق بشركة أو مؤسسة أو مجموعة اقتصادية، فالمستخدم يدخل عن طريق

1 . عبد الفتاح بيومي حجازي، نفس المرجع السابق، ص23 وما يليها .
2 . في هذا المعنى، د.صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، نفس المرجع السابق، ص255 وما يليها.
3 . جمال وادي، العلامة والأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003، ص03.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

موصل منفصل لمجموعة كوابل ضوئية أو قمرية، وهناك شركتان تحتكران خدمة التحوّل عبر الأنترنت، الأولى هي مايكروسوفت، نيت سكيت وكلاهما يهيمن على الاستخدامات المختلفة للأنترنت عبر الشبكة¹.
واهتم مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري بموضوع أسماء الدومين وحمايته نظراً لأهميته في مجال التجارة الإلكترونية، وأن كل موقع أو اسم دومين إنما يعبر عن مؤسسة اقتصادية أو تجارية، ممّا يقضي حمايته ووضع ضوابط لتسجيله².

وقد عرّف اسم الدومين، مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري في الفصل الأول منه بأنه: " عنوان متفرد للمواقع الموجودة على شبكة الأنترنت تسمح بتحديد الموقع، وتميزه عن غيره."
وفي التشريعات - الأنجلوأمريكية - ومنه الولايات المتحدة الأمريكية، يطلق على اسم الدومين - اسم أو أسماء المناطق - أي الاسم الذي يميز منطقة أو مساحة تخصّ مؤسسة أو شركة غير الأخرى في نطاق التجارة الإلكترونية.

وحسب القانون النموذجي للأمم المتحدة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، والصادر عام 1996 ، فإنه يطلق عليه اسم - الحقل - وهي الترجمة الحقيقية لكلمة " DOMAINE"³.
ويرى جانب من الفقه أن تسمية " اسم الحقل " غير ملائمة وأن الترجمة الحرفية من غير الملائم الالتزام بها، ولذلك فمن المناسب أن يسمى اسم المجال أو اسم النفوذ أو اسم النطاق، للتعبير عن حق شخصي ما في هذا الاسم، وإن كان البعض يفضل تسميته باسم الدومين حسبما ذاع عنه⁴.
والحقيقة، وحسبما نرى، فإن التسمية باسم الدومين أو المنطقة أو اسم الحقل مردها إلى اللغة الأجنبية، لكن المهم في هذه المسألة هو أن اسم الدومين عبارة عن علاقة أو إشارة للسلعة أو الخدمة على شبكة الأنترنت.

وحسبما يرى جانب من الفقه، فإن اسم الدومين، قد يكون بمثابة الدليل لمن يستخدم شبكة الأنترنت في التصفح والتسوق، وعلى سبيل المثال فإن مكان منظمة التجارة العالمية على الشبكة هو الموقع المسمى ب " HIT:WWW.WTO.ORG " والحرف WWW يشير الى الشبكة العنكبوتية العالمية WORD WEB WIDE أو شبكة الأنترنت، ويتكون اسم الدومين من مقطعين، المقطع الأول يشير

1 . عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، ط2002، ص249.
2 . هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2000، ص79.
3 . عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، ط2003، ص336.
4 . عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، نفس المرجع السابق، ص283.

لاسم الدومين وهو TALLD أي ، TOP LEVEL DOMAINE وكلمة منظمة ORGANISATION ويعبر عنها ب " ORG " والجزء الثاني في هذا المثال كلمة "WTO" أي WORD TRADE ORGANISATION أي منظمة التجارة العالمية.

وبالإضافة إلى هذه البيانات، فلا بد من وجود رقم دولي يحدد أماكن الرسائل الإلكترونية، ويعدّ اسم الدومين هو الوسيلة لتحديد المكان والزمان والاسم للمؤسسة أو الشركة أو المنظمة على الشبكة العالمية، والتي من خلالها يمكن الإجابة على طلبات المتعاملين في نطاق التجارة الإلكترونية¹.

أنواع أسماء المواقع

إن نظام التسمية الخاص بالمواقع ينقسم إلى نوعين: النوع الأول هي أسماء المواقع العامة أو الدولية، والنوع الثاني: أسماء المواقع المحلية.

أسماء المواقع العامة: وتختار هذه المواقع إما لطبيعة المنظمة أو نشاطها بصفة مستقلة، أي دون الأخذ بعين الاعتبار بلدها الأصلي، وهم:

"COM" ، بالنسبة للمؤسسات التجارية ، "ORG" بالنسبة للمنظمات الغير ربحية

"NET" ، بالنسبة لمسير الأنترنت "INT" ، بالنسبة للمنظمات الدولية، "MIL" وحجزه مقتصر فقط على الجيش الأمريكي .

والمواقع الثلاثة الأولى هي الوحيدة المفتوحة للعامة، ويطلق عليها اسم المواقع المفتوحة، ويعني ذلك أن أسماء المواقع "INT" خاص فقط بالمنظمات الدولية و "GOV" فهو خاص بالجيش الأمريكي والحكومة الأمريكية دون غيرها².

إلا أن هذا النظام الجديد، أنشأ قطاعات جديدة مستقلة مثل "BIZ" للأعمال، "NFO"

للاستخدامات العامة ، "FIRM" من أجل النشاطات التجارية أو الشركات .

و قد جاءت هذه الأسماء الجديدة في منطقة المواقع العامة من أجل التعرف الأحسن على ميزة الموقع وموضوعه، و كذلك من أجل التخفيف من الضغط الذي كان تحت "COM" وذلك نتيجة كثرة التسجيل فيه.

أسماء المواقع المحلية:

1 . عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، نفس المرجع السابق، ص337 وما يليها.
2 . جمال وادي، العلامة والأنترنت، نفس المرجع السابق، ص39 وما يليها.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

و هذه المواقع تشير إلى بلد التسجيل فهي أسماء مواقع محلية حسب إشارة الدولة و المعبرة عنهم بواسطة حرفين يشيران إلى بلد معين مثل "JP" بالنسبة لليابان ، "DZ" بالنسبة الجزائر ، "FR" بالنسبة لفرنسا.

و فيما يخص أسماء المواقع المحلية، فقد تم لإضافة أسماء جديدة في منطقة المواقع المحلية و تسمى بأسماء المواقع المحلية الدنيا و هي " ASSO.FR " بالنسبة للجمعيات "BARREAU.FR" بالنسبة للمحامين ، و بهذا فإن أسماء الواقع تنقسم إلى نوعين، أسماء مواقع عامة مثل "COM" ، و أسماء مواقع محلية خاصة بكل دولة مثل "FR" بالنسبة لفرنسا.

شروط أسماء المواقع

حتى تتوافر لأسماء الدومين الحماية القانونية المقدره يجب أن تكون مميزة، و جديدة و مشروعة، و بدون توافر هذه الشروط، و بالإضافة إلى شرط التسجيل، لا يمكن حماية اسم الدومين .وهذه الشروط ببساطة تعني أولاً، أن يكون اسم الدومين مميزاً، و يمكن صاحبها من حماية بضائعه، و ذلك عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة في حالة الاعتداء على اسم الدومين .لذلك يجب أن يكون للاسم ذاتيته الخاصة به التي تميزه عن غيره .وثانياً، يجب أن يكون اسم الدومين جديداً بمعنى أن يكون مرتبط بذات السلعة، و لذلك لو استخدم اسم الدومين قبل ذلك لتمييز ذات السلعة فلا يعد جديداً، لهذا لو استعمل في سلعة بعيدة الشبه، و تم استعمالها لسلعة مغايرة فهو جديد¹.

مفهوم العلامات

إن للعلامة تعريف خاص بها، و هذا ما يجعلها تتميز عما يشبهه بها، و طبقاً للمادة 02 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، فإن العلامات هي " : كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره."

و قد عرف الفقه العلامة التجارية، فقيل أنها " إشارة توسم بها البضائع و السلع و المنتجات أو تعد تميزا لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين"².

¹ . في هذا المعنى :د .عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، نفس المرجع السابق، ص 257 وما يليها.
² .صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، نفس المرجع السابق، ص 253.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

و يمكن تعريفها على أنها هي " كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة كانت أو عامة، شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها، كالنقل أو السينما أو منجاته الصناعية أو الطبيعية، تميزا لها عن مثيلاتها، فلا تلتبس بها في السوق¹.

و الملاحظ أن بعض تشريعات الدول الخاصة بالعلامة تعطي للعلامة المفهوم الضيق و ليس الواسع، و المفهوم الضيق للعلامة هو ما أخذ به المشرع الأردني من خلال قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 حيث حصرها في العلامة الصناعية و التجارية فحسب، و لم يجعل مفهوم العلامة ينصرف إلى علامة الخدمة أيضا، و ذلك على عكس المفهوم الواسع الذي لا يقتصر على تلك العلامة التي تستخدم في تمييز البضائع فحسب، بل امتد ذلك المفهوم ليشمل جميع العلامات التي تستعمل في تمييز المنتجات بوجه عام أيا كان مصدرها.

أنواع العلامات

والعلامة التجارية، و بحسب الغرض منها، قد تكون علامة تجارية تخص التاجر، و قد تكون علامة صناعية تخص الصانع أو علامة خدمة.

و يقصد بالعلامة التجارية، تلك التي يستخدمها التاجر لتمييز المنتجات و البضائع التي يقوم ببيعها بعد شرائها.

و العلامة الصناعية، تلك التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بتصنيعها، و علامة الخدمة هي تلك العلامة التي تميز خدمة من الخدمات ، و قد تناول أمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أنواع العلامات بما فيها علامة السلعة أو الخدمة، و جعل العلامة إلزامية فيها للمادة 03 من الأمر². و تنقسم العلامة من حيث الشكل إلى :الأسماء، الرموز، الإعلان، بالإضافة إلى أشكال أخرى، و قد نص عليها أمر 03-06 في المادة الأولى منه.

شروط العلامات

والعلامة التجارية، حتى تتوافر لها الحماية القانونية المقدره، يجب أن تكون مميّزة وجديدة ومشروعة.

1 . جمال وادي، العلامة والأنترننت، نفس المرجع السابق، ص 08 وما يليها.

2 . راجع نص المادة 3 من أمر 06-03.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

أن تكون العلامة التجارية مميزة: ذلك أن العلامة التجارية تنحصر وظيفتها الأساسية في تمييز المنتجات أو البضائع، الأمر الذي يمكن جمهور المستهلكين من التعرف على السلع التي يرغبونها، ويمكن صاحبها من حماية بضائعها وذلك عن طريق دعوى - المنافسة غير المشروعة - في حالة الاعتداء على هذه العلامة¹.
الجدّة: لم يشترط قانون العلامات هذا الشرط، ولكن يمكن استنتاجه من نصوص القانون، إذ لا يمكن حماية علامة تجارية يقوم باستغلالها في الجزائر تاجرا أو شركة تجارية لصنع أو بيع بضاعة مشابهة أو استغلالها في تمييز خدمات أو تجهيزات معينة متشابهة²، بمعنى أن تكون جديدة في الاستعمال بالنسبة لذات السلعة، فكونها جديدة مرتبط بذات السلعة.

شرط المشروعية: يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا تكون العلامة ممنوعة قانونا، أي أن تسمح النصوص القانونية تسجيلها أو على الأقل لا تعارض استعمالها.

رابعا : الحلول فيما يخص قانون الملكية الفكرية

يطبق حق المؤلف داخل شبكة الأنترنت تماما كما يطبق خارجها، فالعمل الفكري في الأنترنت وفي خارجها محمي بمجرد أنه تأليف يتوفر فيه شرط الأصالة، وبمجرد إبداع العمل يكون لصاحبه حق الملكية المطلقة عليه دون الحاجة لأن يقوم بشكليات أو إجراءات محددة، وإن كان يفضل ذكر عبارة " جميع الحقوق محفوظة " لأن ذلك يدلّ الغير على أن هذه المؤلفات محمية، فلا يعود بإمكانهم الذرع بحسن النية عند خرق حقوق المؤلف.

وتشمل حقوق المؤلف مزيجا ضخما من المؤلفات والنظم والبرمجيات والنصوص والصور والملفات الصوتية والفيديوية وقواعد البيانات، ويتمتع المؤلف بحقوق معنوية وأخرى مادية، وتطبق هذه الحقوق كذلك على شبكة الأنترنت³ وهي محمية حتى في ظل النشر الرقمي للمصنفات، بموجب قانون التأليف. كذلك نجد تطبيقات قوانين الملكية الصناعية على الشبكة، في حالة البث الرقمي للعلامات التجارية، أو الرسوم والنماذج الصناعية على صفحات، أو داخل مواقع خاصة على الأنترنت، وتحمي هذه الأنواع بمجرد توفرها على الشروط الموضوعية والشروط الشكلية (التسجيل) كما سبق ذكره .
ويطرح تطبيق قانون الملكية الفكرية لحماية محتوى الشبكة (نصوص، صور، أصوات) أو أدواتها (برامج وقواعد بيانات) ، بعض الإشكالات القانونية، نظرا للطبيعة الخاصة التي يتميز بها هذا العالم

1 . سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 257.

2 . سمير جميل حسين الفتلاوي، نفس المرجع السابق، ص 281.

3 . بشار عباس، التنظيم القانوني لشبكة الأنترنت، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد 20، 2003، ص 134.

الافتراضي، من حيث سهولة الوصول إلى المعلومات المنشورة على الشبكة، وكذا سهولة نسخها من طرف مستخدمي الأنترنت.

لذلك يتحتم على هذا القانون، أن يتطور تماشياً مع المستجدات التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات، سواء من جهة حماية حقوق المؤلفين والمبتكرين، أو من جهة إيجاد وسيلة قانونية تكفل لأصحاب الحقوق ممارسة حقهم الاستثنائي في الاستغلال المادي الحسن لمصنفاتهم، بواسطة الإدارة الجماعية لحقوق المؤلفين.

1.4 تطوير قانون الملكية الفكرية بالنظر إلى المستجدات والتطورات التكنولوجية

تشهد البيئة الرقمية اليوم انفجاراً وصوفاناً لا ينقطع في أشكال الفنون، بما يوجد من مصنفات جديدة من جانب، وتطور في تقنيات استغلالها تجارياً من جانب آخر، بفضل تطور أساليب النشر والتوزيع، وظهور أشكال جديدة للتعبير الفني¹، وكذلك بالنسبة للعلامات والرسوم والنماذج الصناعية. وتثير مسألة حماية المؤلفين والمبتكرين قلقاً دائماً بسبب هذه التحولات الجذرية للتكنولوجيا الرقمية الجديدة، بحيث أثرت على زيادة صور الاعتداء على حقوق المؤلفين والمبتكرين داخل الشبكة. وتوسعي تشريعات حماية الملكية الفكرية إلى حماية حقوق المؤلفين من جهتين: الجهة الأولى هي حمايتهم ضدّ الغير الذين قد يستخدمون المصنفات دون موافقة المؤلفين، أو من يستخدمون الابتكارات الصناعية دون إذن من أصحاب الحقوق، أما الجهة الثانية، فهي حمايتهم من تعسف الموزعين أو الناشرين أو كل من يتعاقدون معهم في ظل روابط عقدية، كأطراف قوية مع المؤلفين أو المبتكرين، الأمر الذي يجعل ميزان التعاقد بينهم لمصلحة الناشرين ضدّ مصالح المؤلفين² أو أصحاب حقوق الملكية الصناعية. كما أن هناك إجماع على ضرورة تنظيم دولي لوسائل الاتصال الحديثة وخاصة الأنترنت، نظراً لطبيعتها التكنولوجية والإعلامية³ سواء بالنسبة للمنظمات الدولية المتعلقة بالملكية الفكرية، بما فيها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، والمنظمة العالمية للتجارة والاتحاد الأوروبي⁴، أو بالنسبة للتشريعات الوطنية، لغرض وضع إطار قانوني للملكية الفكرية يتلاءم مع التطورات التكنولوجية، وخاصة بالنسبة لشبكة المعلومات الدولية.

1 . أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، نفس المرجع السابق، هامش ص 132 وما يليها.

2 . أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، ص 130 وما يليها.

3 . مليكة عطوي، الأنترنت و الملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 121 .

4 . في هذا المعنى أسامة أحمد بدر، نفس المرجع السابق، هامش ص 11 و مليكة عطوي، نفس المرجع السابق، ص 121 .

1.4. أ تطوير قانون الملكية الفكرية على المستوى الدولي

نتج عن التطور التقني - كما سبق القول - ظهور أشكال حديثة للتعبير الفني، تجسدت في أنواع جديدة من المصنفات، تدعى المصنفات الرقمية ويحمي قانون الملكية الفكرية هذه المصنفات، أو المبتكرات الصناعية حتى في ظل النشر الرقمي على شبكة الأنترنت، ويحتل هذا القانون مكانة هامة، تكفل الحماية القانونية لأصحاب الحقوق من جهة، وللحقوق ذاتها من جهة أخرى.

وقد نتج عن تطبيق قانون الملكية الفكرية على محتوى وأدوات الشبكة، صعوبات وإشكالات عديدة نظرا للطبيعة الخاصة لهذه التكنولوجيا، ولتقليص الإشكالات هذه تسعى المنظمات العالمية الخاصة بالملكية الفكرية لوضع أسس قانونية واضحة لسد الفراغ الموجود في قوانين الملكية الفكرية المتعلقة بتطور وسائل نقل المعلومات ونشرها بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

لذلك أقر المؤتمر الدبلوماسي، الذي نظمتها المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO)، في جنيف عام 1996، في ديباجته أهمية هذا التوازن، ذلك أن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية ليس مجرد وسيلة قانونية لحماية حقوق المؤلفين، بل أنه يعني مباشرة بالأهداف الأوسع نطاقا، والمتعلقة بالتربية والعلوم والثقافة¹.

وقد تم صياغة معاهدة جديدة لحقوق الطبع والنشر تابعة للمنظمة الدولية لحقوق الملكية الفكرية، ومعاهدة لعمليات الأداء والفونوجرام، وكان الحل الذي افترضته هاتان المعاهدتان هو توسيع نطاق الحق المالي في "الاتصالات إلى الجمهور العام"، وقد فسرت كلمة "الجمهور العام" أنها تشمل عمليات البث التي تقوم بها الشبكات الرقمية التي قد تعتبر اتصالا إلى الأفراد/المشركين الخصوصيين.

طلما أن هذه الشبكات تجعل الموضوعات المحمية في متناول الجمهور العام، على نحو يتيح لأفراد الجمهور العام الوصول إليها من المكان وفي الوقت الذين يختارونهما على نحو فردي وذلك طبقا للمادة 08 من معاهدة حقوق النشر التابعة للمنظمة الدولية لحقوق الملكية الفكرية، وكذلك المادة 10 من معاهدة عمليات الأداء والفونوجرام.

وقد ساهمت منظمة اليونسكو، في هذا المجال، كوسيلة لحل المشكلات، بتنظيم ندوة دولية في مدريد عام 1996، وثلاث لجان إقليمية من الخبراء، حول الاتصالات وحقوق النشر في مجتمع المعلومات (بوجوتا

1 . أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، نفس المرجع السابق، ص 10 وما يليها.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

في عام 1996 ، ونيودلهي في عام 1996 ، وسان ومون في عام 1998) ، ونشرت عددا من المقالات عن هذه المشكلات في نشرة اليونسكو لحقوق النشر¹.

ولقد عاجلت اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة الدولية من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) ، والتي دخلت حيز التنفيذ والتطبيق العملي، بعد التزام الدول في منظمة التجارة العالمية (OMC) ، بتنفيذ نصوص اتفاقيات الجات (GATT) في هذا المجال وبموجب هذه الاتفاقية، انتقل العالم إلى مرحلة جديدة تراجعت فيها الحدود الاقتصادية، وأصبح للملكية الفكرية ثقلها، وثن المعلومات أصبح أكثر من أي شيء آخر. وعاجلت هذه الاتفاقية عددا من المسائل لم تتناولها اتفاقيات سابقة، حيث طورت وعدّلت بعض أحكامها بقصد تدعيم مستوى حماية حقوق الملكية الفكرية وترسيخها، فمثلا ألزمت الدول الأعضاء بحماية برامج الحاسب الآلي عن طريق حق المؤلف (المادة 10 من الاتفاقية)، كما أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء أن تقرر ضمن نظمها القانونية الوطنية حماية قانونية أوسع من تلك التي تتطلبها الاتفاقية. وتتطابق أحكام اتفاقية تريبس مع أحكام اتفاقية برن فيما يتعلق بمدّة الحماية الممنوحة لحقوق المؤلف، كما نصت هذه الاتفاقية على الحقوق المجاورة ومدّة حمايتها القانونية.

وبالتالي أحدثت هذه الاتفاقية قفزة كبرى حول ترخيص حماية حقوق الملكية الفكرية، وأضافت بعض الأحكام لم يرد التطرق لها في الاتفاقيات الأخرى²، ومن هنا نخلص إلى القول، أن المنظمات الدولية المتعلقة بالملكية الفكرية تبذل جهود كبيرة في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية بوجه عام، ووضع حلول خاصة للاستغلال بفضل التقنية الرقمية، عن طريق النشر الإلكتروني للمصنفات والابتكارات وتوفير الحماية لأصحاب الحقوق بتحديد أسسها وفق قوانين الملكية الفكرية، مع تحقيق توازن بين أصحاب حقوق الملكية الفكرية، وسهولة النشر الإلكتروني بحرية تامة.

1.4. ب تعديل التشريعات الوطنية الخاصة بالملكية الفكرية تماشيا مع الاتفاقيات الدولية

أكثر من 120 دولة تخضع حاليا إلى اتفاقية برن الدولية الخاصة بالملكية الأدبية والفنية والتي تفرض عليهم نفس القواعد القانونية المتعلقة بحقوق المؤلف.

¹ . أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، هامش ص 10 وما يليها.
² . مليكة عطوي، الأنترنت و الملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 122 وما يليها.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

وقد أصدرت دول الاتحاد لاتفاقية برن، في ديسمبر 1996 قرار خاص ينص في المادة 08 منه على المبادئ الأولى حول تكامل التشريعات حول إعطاء المؤلفين الحق الاستثنائي لنقل مصنفاتهم للجمهور (مستخدمي الأنترنت) .

و يتعلق هذا التكامل لتشريعات الدول، بوضع المصنفات رهن التداول على شبكة الأنترنت، و ليس شكلية ذلك، و خاصة الشكليات الاقتصادية، و هي في غالب الأحيان تكون موضوعة على الشبكة من طرف هيئات الإدارة الجماعية.

و في هذا الإطار، هناك مشروع الاتحاد بشأن حقوق المؤلف، في مجتمع المعلومات، الذي هو في إطار الدراسة، يهدف إلى وضع تكامل لتشريعات خاصة بالدول الأوروبية حول الاستغلال الإلكتروني للمصنفات، و من جهة أخرى هناك مشروع اتحاد حول الحماية القانونية لموردي المعلومات من أجل حمايتهم.

و تعتبر الجزائر، إحدى الدول المنظمة لاتفاقية برن الخاصة بالملكية الأدبية و الفنية المبرمة في 19

سبتمبر 1886 ، و التي أكملت في 04 ماي 1896 في باريس، و عدلت في مؤتمر برلين في

1908/11/13 ، و في مؤتمر روما في 1928/06/02 ، ثم في بروكسل في 1948/06/26 ، ثم في

ستوكهولم في 1967/07/14 ، و أخيرا في باريس في 1971/07/24 ، انضمت إليها الجزائر بمرسوم رقم

97-741 المؤرخ في 1997/09/18 (جريدة رسمية رقم 61) ، و باعتبار أن الجزائر تعد من دول الاتحاد

لاتفاقية برن، مادامت قد انضمت إليها و صادقت عليها، يستوجب عليها، تعديل تشريعاتها الداخلية الخاصة بالملكية الأدبية و الفنية تماشيا مع هذه الاتفاقية.

و لم تتأخر الجزائر في تعديل قانون حق المؤلف، حيث وضعت عقوبات صارمة لانتهاكات حقوق

المؤلف، و نصت من خلال أمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة المؤرخ في 2003/07/23

، و المعدل لأمر 97-10 المؤرخ في 1997/03/06 ، على المصنفات المشمولة بالحماية بما فيها برامج

الحاسب الآلي و قواعد البيانات¹ .

كما سارعت كثير من دول العالم بتعديل تشريعاتها و اقتراح تشريعات جديدة تتلاءم مع التطورات

في مجال تكنولوجيا نظم المعلومات، و نرى أنه من الضروري الاطلاع على تجارب الدول التي سبقتها في هذا

المضمار و الاستفادة منها، و نعطي منها أمثلة لبعض الدول التي استجاب نظامها التشريعي للتطورات

المتلاحقة منها.

¹ . راجع المادتان 5 ، 4 من أمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة الجزائري.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

أستراليا: حيث قدمت الحكومة الأسترالية إلى البرلمان حزمة تشريعات تضم تنظيمًا لعدد من الموضوعات التي فرضتها التطورات التكنولوجية في عصر المعلومات مثل قانون حماية حقوق الطبع والخصوصية عبر الشبكات، وكذلك المحتويات التي تبث عبر الشبكات و قد أصبح هذا القانون نافذا اعتبارًا من أول يناير 2000 .
دول الاتحاد الأوروبي: التي لا تكف عن متابعة و دراسة الأوضاع القانونية بين دول الاتحاد بشكل مشترك، و اقتراح التشريعات و التعديلات التي تتلاءم مع حقوق الطبع و القوانين المرتبطة به في عصر المعلومات¹.
فرنسا: تم إقرار الحماية الخاصة لقاعدة البيانات بحق المؤلف في فرنسا بالقانون رقم 96/1106 في 18 ديسمبر 1996 .

البلدان العربية: لم تبقى البلدان العربية بعيدة عن هذا الحدث، بل ربما كانت من أكثر البلدان استهلاكًا للمواد الإعلامية، فهي تسعى جاهدة لتعديل قوانينها الخاصة بالملكية الأدبية و الفنية و جعلها تتماشى و التطور التكنولوجي، بهدف مواكبة التطور الحضاري و الوصول إلى ما وصلت إليه الدول المتقدمة، حيث قامت الدول العربية خلال المدة الأخيرة باعتماد قوانين سنت خلال فترة قصيرة من الزمن، و إن كانت هذه القوانين تختلف في محتواها بين دولة و أخرى.

فإنها تترجم عن مدى عزم الدول العربية على المساهمة الأجمع في حماية المؤلفين و يمكن أن نذكر في هذا الصدد قوانين المملكة العربية السعودية (1989) ، و البحرين (1993) ، و الإمارات العربية المتحدة (1992)² ، و يمكن الإشارة كذلك إلى التعديلات الجوهرية أحيانا التي أدخلت على قوانين دول أخرى مثل مصر، فنصت المادة 140 من القانون رقم 82-2002 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية على أن تتمتع بحماية هذا القانون برامج الحاسب الآلي و قواعد البيانات سواء كانت مقروءة من الحاسب الآلي أو من غيره³.
و الملاحظ، أن الدول العربية بدأت تواكب التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال التقنيات الرقمية، و التي تمثل إحدى الطرق المستحدثة للتعبير و النشر الإلكتروني للمصنفات و الابتكارات، عن طريق تعديلها لقوانينها الوطنية المتعلقة بالملكية الفكرية استجابة لهذا التطور، و محاولة منها لإيجاد الحلول للمشاكل التي تثيرها الشبكة بخصوص الحماية القانونية الواجبة للمؤلفين و المبتكرين.

1 . فاروق علي الحفناوي، قانون البرمجيات، نفس المرجع السابق، ص 48 وما يليها.

2 . مليكة عطوي، الأنترنت و الملكية الفكرية، نفس المرجع السابق، ص 134 .

3 . عادل أبو هشيمة محمود حوته، عقود خدمات المعلومات الإلكترونية في القانون الدولي الخاص، نفس المرجع السابق، ص 268.

المبحث الثاني : حماية المستهلك في البيئة الرقمية محل نقاش

بعد القصور الذي ظهر في اتفاقية الجات الأولى و بداية ظهور اختلالات كبرى في حركة التجارة العالمية، لم يجد أصحاب النفوذ من الدول غير البحث عن اتفاقية أخرى تمكنهم من المحافظة على ممتلكاتهم الفكرية الصناعية و الأدبية على حد سواء من التعدي من طرف بعض الدول التي تعمل على تشجيع مثل هذه التجارة غير الشرعية، فوجدوا ضالتهم بعد إحداث منظمة التجارة العالمية و الإمضاء على ما أصبح يعرف باتفاقية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة و التي يشار إليها اختصاراً "TRIPS" في اجتماعها بمدينة مراكش المغربية سنة 1994¹.

انعكاسات تطبيق إن من بين أبرز المواضيع التي أصبحت تثير الكتاب و الباحثين و تستهويهم ما أصبح يعرف بقضايا حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة و ذات العلاقة بالتجارة بصفة خاصة. لاسيما مع إدراك المجتمع الدولي بخطورة ظاهرة انتهاك هذه الحقوق بأنواعها الصناعية و الأدبية بانتشار ما أصبح يطلق عليه بالتقليد و القرصنة.

إن الجزائر شأنها شأن باقي الدول العربية عانت و لا زالت من ظاهرة انتهاك حقوق الملكية الفكرية، و تأثيرها المباشر على السوق الرسمية، إذ سعت إلى البحث عن أنجع الطرق لمواجهة هذه الظاهرة حماية للمستهلك من التضليل و التدليس... الخ.

¹ . مداخلة ل . ا : عمار طهرات ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الشلف . / ا . بلقاسم امحمد ، كلية الحقوق و التجارة ، جامعة مستغانم ، انعكاسات تطبيق اتفاقية تريبس "TRIPS" على حماية المستهلك في الوطن العربي، و قصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد - الجزائر نموذجا- .

المطلب الاول :الصعوبات التي تواجه المستهلك في البيئة الرقمية

إن التحول في الشراء من الأسلوب التقليدي إلى الشراء من المتاجر والمراكز الافتراضية عبر مواقع الإنترنت، قد أدى إلى تغيير عادات وأنماط الشراء لدى العملاء، واستجدت بعض التغييرات؛ مثل: إقناع العملاء والمستهلكين بأن التعاملات عبر الإنترنت تتصف بالأمان وضمان جودة المنتجات، مع توافر قنوات لاستبدال وإرجاع المنتجات، وتحديد الطرق المختلفة المتاحة لتسليم المنتجات، وتعريف العملاء والمستهلكين بالقاعدة العريضة من المنتجات والإضافات والحذف التي تحدث عليها أولاً بأول، وأن يتصف التسوق بأنه صديق للمستخدم

وقد أصبحت إستراتيجية التعامل مع الإنترنت - وبشكل متزايد - ظاهرة متعددة ومتشعبة المجالات والحلقات، كما أنه في ظل التحديات الحالية الموجودة في الظروف الاقتصادية المحيطة بمنظمات الأعمال، أصبح المدبرون أكثر احتياجاً - من أي وقت مضى - إلى تجميع الموارد النادرة للتسوق عبر الإنترنت، وأيضاً جميع أدوات أو قنوات التسويق الأخرى؛ وذلك بهدف بناء علاقات ثابتة ومستقرة مع عملائهم، ولا شك أن خلق الثقة لدى المستهلك في التعامل مع شبكة الإنترنت أصبح مطلباً أساسياً وضرورياً لخلق هذه العلاقات الطويلة مع العملاء

إن التفاعل ما بين الإنسان وتكنولوجيا التسوق عبر الإنترنت لا يخلو من بعض الآثار السلبية، التي

قد يجدها العميل المحتمل والعميل الحالي لهذا النوع من الاستخدامات، ذات خطورة وتهديد له؛ مما يجعل تبنيّه لأساليب التكنولوجيا في التسوق عبر الإنترنت أمرًا يحتاج إلى التأني والتفكير، ويخلق بذلك تباينًا بين هذا العميل أو ذاك في درجة تبني هذا النوع من التكنولوجيا، الذي جعل التعامل بين العميل والبائع غير مباشر، وحل محل التفاعل البشري الذي كان بين المستهلك ومقدم الخدمة وبحسب طبيعة المستهلكين، فإنهم يشعرون بأخطار مختلفة تصاحب عملية الشراء بشكل عام، ونظرًا للطبيعة الخاصة للإنترنت فقد ساهم ذلك في زيادة الخطر المدرك من قبل المستهلك للشراء من خلاله، وهذا بالتالي يعكس على حجم وعدد مرات الشراء عبّره .

الفرع الاول: مفهوم المخاطر المدركة لدى المستهلك

ان مفهوم الخطر المدرك يعد أحد المنعطفات الهامة في دراسة سلوك المستهلك، ومما لا شك فيه أن المستهلكين يتعرضون لمخاطر مختلفة عند قيامهم بالسلوك الشرائي¹، وتتفاوت نوعية تلك المخاطر بناء على مجموعة من العوامل، وأهمها طبيعة المنتج إذا كان سلعة أو خدمة، وطبيعة المستهلك، ومدى توافر المعلومات، ففي حالة الخدمة تكون المخاطر المدركة عالية مقارنة بالسلعة

إن أصل المفهوم تم تقديمه في بداية الستينيات من القرن العشرين من قبل باير Bauer ، ووصفها بأنها: حالة من عدم التأكد يشعر بها المستهلك، والتي تفرز سلوكًا أو فعلًا لاحقًا يقوم به المستهلك إزاء سلعة أو خدمة، حيث قدم باير مفهوم الخطر المدرك في مقالته الشهيرة التي قدمها إلى الجمعية الأمريكية للتسويق، وفي هذه المقالة اقترح باير أن سلوك المستهلك الشرائي يمكن النظر إليه وتفسيره باستخدام هذا المفهوم، ويقول باير في هذا الصدد: "إن السلوك الشرائي للمستهلك يتضمن نوعًا من المخاطر؛ لأنه لا يستطيع أن يتنبأ بنتائج قراره الشرائي لسلعة ما بصورة مؤكدة، وإن بعض هذه النتائج قد تكون غير مريحة للمستهلك ومن هنا، فإن المستهلك يعمل على تنمية عدد من الطرق والإستراتيجيات، التي تمكنه من تخفيض ما يشعر به من مخاطر، الأمر الذي يساعده على التصرف مع درجة ثقة نسبية، وسهولة أفضل، وخاصة عندما يتصف الموقف الشرائي بعدم كفاية المعلومات المتاحة له، وصعوبة تقدير نتائج القرار الشرائي بصورة صحيحة . ووفقًا لما يقوله باير، فإن الدور الذي يلعبه هذا المفهوم في سلوك المستهلك يتلخص في ثلاثة أبعاد أساسية: - أن المستهلك - وفقًا لهذا المفهوم - هو متخذ للقرار، والذي يحاول الاختيار من بين البدائل المتاحة أمامه في الأسواق، والتي لا تكون نتائجها غير مؤكدة فقط، ولكن أيضًا قد تكون بعضها سلبية بالنسبة له . أن المستهلك - عملاً على التغلب على حالة عدم التأكد التي يواجهها - يسعى للبحث عن مزيد من المعلومات، التي تأتي من العديد من المصادر، والتي تؤدي إلى تخفيض حجم ما يشعر به من مخاطر إلى ذلك المستوى الذي يُمكنه من اتخاذه للقرار في ظل مستوى مقبول له من الثقة والسهولة .

1 . احمد السعيد ، مقال المخاطر المدركة ، موقع لوكة الساعة 5:36 بتاريخ 2015/1/5.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

أن المستهلك هو فرد يحاول - ليس بصورة ناجحة دائمًا - أن يحل مشكلاته الخاصة بالشراء بطريقة تتصف بالرشد.

وعرفت المخاطرة المدركة - أيضًا - بأنها حالة عدم التأكد التي يمر بها المستهلك عندما يريد شراء سلعة أو خدمة ما، والنتائج المترتبة على قرار الشراء الذي اتخذه .

ويُبرز هذا التعريف محورين أساسيين للمخاطرة، وهما:

□ حالة عدم التيقن التي يتعرض لها المستهلك قبل عملية الشراء أو أثناءها .

□ النتائج التي سيتحملها المستهلك، حسب درجة وحجم المخاطر، حيث لم تضاف النتائج إلى نتائج متعلقة بالأداء، ونتائج نفسية واجتماعية ومالية، ويستطيع المستهلك تخفيض درجة المخاطرة المدركة إذا ما اتخذ قرارًا شرائيًا ما، من خلال البحث عن معلومات قبل الشراء، ومن مختلف المصادر الرسمية وغير الرسمية .

وقد قام بيتمان بالفرقة بين نوعين من المخاطر المدركة؛ وهما: المخاطر الأساسية، والمخاطر التي يمكن

التعامل معها، ويشير النوع الأول من المخاطر إلى تلك المخاطر التي تتعلق بمجموعة المنتج بصفة عامة، بصرف النظر عن العلامة، أما النوع الثاني فيشير إلى تلك المخاطر التي توجد في ذهن المستهلك عند قيامه بعملية المقارنة بين مجموعة العلامات التي تنتمي إلى منتج معين، وقد أوضح بيتمان وجود بعض العوامل التي تساعد على زيادة المخاطر التي يشعر بها المستهلك بنوعها في الموقف الشرائي، والتي أهمها ما يلي:

□ عندما لا تتوافر لدى الفرد معلومات عن مجموعة المنتج موضع الشراء .

□ عندما تقل خبرة الفرد بالعلامات التي توجد في مجموعة المنتج موضع الشراء .

□ عندما يكون المنتج جديدًا على الفرد .

□ عندما يتصف المنتج بالتعقيد من الناحية الفنية .

□ عندما تقل ثقة الفرد بقدرته على تقييم البدائل (العلامات) المتاحة أمامه .

□ عندما يكون هناك تباين عالٍ في جودة البدائل المتاحة أمامه .

□ عندما يكون السعر المدفوع عاليًا .

□ عندما يكون قرار الشراء ذا أهمية كبيرة للمستهلك .

ولقد تابعت الدراسات حول هذا المفهوم بعد تقديمه، وذلك في محاولة لتفسيره، ومعرفة أبعاده، وطرق

قياسه، وفي عام 1967 م قدّم كانيغام تعريفًا قياسيًّا يمكن استخدامه لقياس هذا المفهوم عمليًّا، ووفقًا له فإن

مفهوم الخطر المدرك يتكون من مكونين أساسيين؛ وهما: درجة عدم التأكد، والنتائج الخاصة بالقرار، ويشير

المكون الأول إلى قياس درجة عدم التأكد التي يشعر بها المستهلك متخذ القرار تجاه النتائج المتوقعة لهذا القرار،

أما المكون الثاني فهو يقيس أنواع المخاطر التي يشعر بها المستهلك عند اتخاذه للقرار الشرائي، وأهمية هذه

الفصل الثاني : الاطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

الأنواع بالنسبة للسلعة موضع القرار، ويرى كانيغهام أن المخاطر المحتملة تتمثل في ثلاثة أنواع، وهي: المخاطر المادية، ومخاطر الأداء، والمخاطر الاجتماعية .

ولقد قام العديد من الباحثين بدراسة ذلك المقياس الذي قدمه كانيغهام لتحديد درجة صدق المحتوى الخاصة به، فقد هدفت الدراسات المتعلقة بالمقياس إلى تحديد درجة صحة هذا المقياس في قياس مفهوم الخطر المدرك، وبناءً على نتائج الدراسات تم إضافة بعض النتائج الأخرى المحتملة لقرار الشراء، والتي تمثل بعض الأنواع الأخرى من المخاطر .

ويواجه المستهلك مخاطر ناتجة عن استخدام الإنترنت، وهذه المخاطر متعلقة بإدراكاته ومعتقداته حول الإنترنت، فالمستهلك يعتبر التسوق مهمًا من ناحية شخصية واجتماعية؛ إذ يلي له حاجات مختلفة؛ منها: التفاعلات الاجتماعية، والاستمتاع، والراحة، حيث لا تتوافر تلك الأشياء من خلال التسوق عبر الإنترنت، حيث توجد بعض المخاطر، وتتمثل في قلة الإحساس بعملية التسوق، وقلة التفاعلات الاجتماعية.

الفرع الثاني : أنواع المخاطر المدركة في التسوق عبر الإنترنت:

إن مخاطر التسوق الإلكتروني كثيرة ومتعددة¹، ولها انعكاسات متباينة على سلوك المستهلك في التسوق عبر الإنترنت، وليس من السهل حصرها، فتكنولوجيا التجارة الإلكترونية تكنولوجيا سريعة التطور، وكل تغير أو تطور يواكبه مخاطر جديدة

وقد حدد الباحثون في سلوك المستهلك أنواعًا مختلفة من المخاطر التي يدركها المستهلكين في الشراء عبر الإنترنت؛ منها: المخاطر الوظيفية - المادية - الاجتماعية - النفسية - الزمنية - المالية، وبالنسبة للمتسوقين عبر الإنترنت يدركون هذه المخاطر على أنها مخاطر محتملة الحدوث؛ مما يحول دون اتخاذ قرار الشراء، وهنا يبرز دور رجال التسويق في مدى قدرتهم على إظهار بساطة استخدام التسوق عبر الإنترنت؛ لإزالة الشكوك من أنفس غير المتسوقين عبر الإنترنت، حول صعوبة الاستخدام.

-المخاطر التكنولوجية:

وهي المخاطر التي قد تنتج عن استعمال المستهلك للتكنولوجيا؛ مثل: تعرض الجهاز للتخريب بسبب الفيروسات، وغياب الاتصال المادي في الشراء، إضافة إلى ذلك فقدان المعلومات بسبب الإنترنت، ففي منتصف عملية التقدم بطلب الشراء قد ينقطع الاتصال بالإنترنت، أو حتى يتعرض المشتري لعائق؛ نتيجة لبعض خطوط الهاتف المحدث للضجة.

-المخاطر المرتبطة بأداء المنتج:

¹ . احمد السعيد ، مقال المخاطر المدركة ، موقع لوكة الساعة 5:36 بتاريخ 2015/1/5.

الفصل الثاني : الاطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

وهي المخاطر الناتجة من أن المنتج لن يكون أداؤه كما كان متوقعًا، وتشير إلى حالة خوف المستهلك من عدم مطابقة المنتج للفوائد والمنافع المتوقعة منه، وبالمواصفات والجودة المتفق عليها، وهو الخسارة التي يمكن أن يتحملها المشتري في حالة عدم أداء المنتج لما يتوقع منه على أكمل وجه فقد يتعرض المنتج الذي يشتريه المستهلك للفشل في إشباع بعض الحاجات، التي كان يتوقع المستهلك الحصول عليها نتيجة لقراره بالشراء، كذلك قد يفشل المنتج في أداء بعض وظائفه التي يتوقعها المستهلك عند اتخاذه للقرار، ويزداد ما يدركه الفرد من هذه المخاطر كلما كان المنتج معقدًا من الناحية الفنية.

-المخاطر المالية:

وهي تلك المخاطر ذات النتائج التي تضر المستهلك ماليًا، وتشير إلى الخوف من أن المنتج لا يستحق الثمن الذي دُفع فيه، والتخوف من خسارة المال الذي دفع من أجل الحصول على السلعة، ويتعلق - أيضًا - بالمال الضائع ثمن المنتج الذي أثبت فشله بسبب الغش، أو خسارته بسبب الاحتيال.

وتعد تلك المخاطر هي الخسارة المالية التي يتوقعها الفرد نتيجة قراره بشراء علامة معينة من بين العلامات المتاحة أمامه، والتي تتعلق بمنتج معين موضع قرار الشراء، وكلما زادت احتمالات تعرُّض المنتج للتلف، وحاجته إلى تكلفة عالية لإصلاحه وصيانته، زاد شعور الفرد بأهمية المخاطر المالية في القرار

-المخاطر الاجتماعية:

وتشير إلى الخوف من أن الاختيار الخاطئ للمنتج سيؤدي إلى إحراج المستهلك من قِبَل الآخرين، أو أن يكون موضع سخرية؛ لكونه يستعرض نفسه بالشراء عبر الإنترنت، وعدم الحكمة في قرار الشراء عبر الإنترنت

عادة ما يهتم المستهلك برأي الآخرين فيما يشتريه من سلع، ومعنى ذلك أن شراء المنتج قد يحمل في طياته نوعًا من المخاطر الاجتماعية، التي تتمثل في احتمالات عدم اتفاق المنتج مع المعايير الخاصة بالجماعات المرجعية التي تم الفرد.

وكلما كانت السلعة محل قرار الشراء أكثر عرضة للآخرين؛ كالملابس، أو بعض الأجهزة المنزلية المعمرة، أو السيارات، أو الأثاث المنزلي... إلخ، كانت أكثر موضعًا للمخاطر الاجتماعية، كذلك فإن السلع التي ترتبط بانتماء الفرد إلى جماعات، وإشباع العلاقة الاجتماعية مع الآخرين، تكون محلًا للمخاطر الاجتماعية بصورة عالية

-المخاطر النفسية:

نتيجة لتعرض للغش التجاري، والاحتيال عن طريق الإنترنت، قد يصاب المستهلك بمشاكل نفسية، وعدم ثقة بأيِّ تعامل أو تسوق من الإنترنت، تشير إلى تأثير المنتج في نفسية المستهلك، وتقديره لذاته، والخوف من أن الاختيار الخاطئ للمنتج سيؤثر سلبيًا في نفسية المستهلك، ويتعلق بالإحباط النفسي، وخيبة

الفصل الثاني : الاطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

أمل المشتري عند الاختيار الخاطئ للمنتج.

- المخاطر المتعلقة بالوقت:

وهو الوقت المستنفذ لشراء المنتج عبر الإنترنت، والوقت الضائع نتيجة الاختيار الخاطئ، وتشير إلى مخاوف المستهلك من إضاعة الوقت في البحث عن المنتج المراد شراؤه، واحتمالية استغراق تنفيذ طلب الشراء عبر الإنترنت وقتاً طويلاً يمثل خسارة من وجهة نظر المستهلك.

- المخاطر المعلوماتية:

وهي المخاطر المتعلقة بأمن المعلومات، ويقصد بها الخطر المصاحب للمعلومات الخاطئة التي تقدّم عن طريق الإنترنت، وتشمل مخاطر استخدام معلومات مضللة وغير دقيقة وغير ملائمة في اتخاذ القرارات، وتشير إلى إمكانية أن يقوم شخص ما بالتلاعب في تنسيق بيئة معلومات موقع التسوق، من خلال معلومات غير متناسقة، وغير متماثلة، وخادعة للمتسوق عبر الإنترنت وذلك للحصول على معلومات المتسوق بشقّي الطرق، ليستخدمها ضده، كأن يعرف تاريخ ميلاده الذي لربما يكون كلمة السر المستخدمة، أو أن يقوم باستخدام مواقع مزيفة لاصطياد المتسوق، وهو ما يسمى بـ(Phishing)، أو أن يقوم المخترق بإرسال بريد إلكتروني إلى المتسوق يطلب منه تحديث بياناته عن طريق رابط يقود إلى موقع المخترق المزيف، وليس إلى موقع المتجر الحقيقي.

- مخاطر الفرص البديلة:

وهي المخاطر الناتجة عن اتخاذ قرار معين من جانب المستهلك، قد يؤدي إلى فقدان القدرة على الحصول على شيء آخر يفضل أن يفعله، وضياح فرص التسوق عبر المنافذ الأخرى من خارج الشبكة، والتي قد تمثل بدائل أفضل، وينبغي على الشركات الناجحة التي تسوق منتجاتها إلكترونياً أن تبذل قصارى جهدها في العمل على تفادي المشكلات والعقبات، والمخاطر والتهديدات، التي يمكن أن تواجه العملاء الحاليين، وكذلك المرتقبين في الشراء عبر الإنترنت، من خلال ضمان الحماية الوقائية والإجرائية والقانونية للمستهلك الإلكتروني، حتى يمكنها تحقيق الأهداف التسويقية بنجاح.

المطلب الثاني : الحلول المقترحة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية

من المسؤوليات الجسام التي تقع علينا البحث عن السبل التي تكفل توصيل كل فوائد العالم الرقمي إلى المواطنين كافة بطريقة واعية ومتجاوبة وأكثر¹ أماناً. ولا سبيل لتحقيق ذلك إلا بالتنظيم الفعال والذكي الموجه نحو تمكين المستهلكين، وبالتالي إعادة تحديد المسؤوليات وتهيئة الظروف التي تمكن الاقتصاد المدفوع بقوى البيانات من الازدهار. والأخذ بالمبادئ التوجيهية بشأن أفضل الممارسات سيساعد في هذه العمليات، وسيضمن تضافرنا في العمل من أجل بلوغ تلك الغاية.

ولقد أتاح الاقتصاد الرقمي بوضوح فرصاً جديدة مثيرة ولكنه طرح أيضاً تحديات أمام المستهلكين ستطلب مزيداً من الاهتمام من منظور تنظيمي. إذ يواجه المستهلكون قضايا جديدة ناجمة عن توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصالات على نطاق أوسع من حيث خيارات أوسع للأجهزة والخدمات والتطبيقات المتاحة على الخط.

ويلزم تحديد تدابير استباقية، سواء تدابير السياسة العامة والتدابير التنظيمية، إضافة إلى حلول التنظيم المشترك والتنظيم الذاتي والمبادرات الموجهة نحو تثقيف المستهلكين وتمكينهم، فهذا أمر ضروري لحماية حقوق جميع المستعملين في عالم رقمي مفتوح وشفاف وشامل.

- الفرع الاول :حماية المستهلك على البعد العربي

أقر المؤتمر العربي الاول لحماية المستهلك، المنعقد في مقر جامعة الدول العربية، يوم الاثنين في 7 نيسان 1997 مايلى² :

- تكوين اللجنة التأسيسية للإتحاد العربي لحماية المستهلك من جمعيات حماية المستهلك في كل من مصر والامارات ولبنان، على ان يفتح باب الانضمام لبقية الدول العربية وان يكون هذا الاتحاد غير حكومي لاحقاً. وعلى هامش المؤتمر الوطني الاول لحماية المستهلك والذي عقد بدعوة من الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في عمان خلال الفترة من 9/29 الى 2/10/1998 وبمشاركة جمعيات ومنظمات حماية المستهلك والدفاع عنه في الاقطار العربية تم تأسيس الاتحاد العربي للمستهلك الذي انضمت اليه الدول العربية التي أسست فيها جمعية حماية المستهلك وقد أقر المؤسسون النظام الداخلي للاتحاد الذي تضمن المبادئ والاهداف التالية :

-توفير الحماية للمستهلك العربي من المنتجات وعمليات الانتاج والخدمات التي تؤدي الى مخاطر على صحته وحياته والدفاع عن مصالحه .

¹ . محمد أحمد العامر، رئيس هيئة تنظيم الاتصالات في مملكة البحرين منخلّة في الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام2014 بشأن أفضل الممارسات من أجل حماية المستهلك في عالم رقمي ، GSR14البحرين.

². عبد اللطيف بارودي،مقالة حماية المستهلك (المفاهيم والواقع الراهن والمؤشرات المستقبلية)

الفصل الثاني : الاطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

- تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن كافة السلع والخدمات مما يمكنه من ممارسة حقه في الاختيار من بين سلع وخدمات متعددة تتفق ورغباته واحتياجاته وإمكانياته الشرائية .
- حماية المستهلك العربي من الاعلانات المضللة التي تبت من خلال مختلف وسائل الاعلام¹ .
- الزامية وجود بطاقة البيان على السلع بشكل واضح وصحيح ومطابق للواقع
- تمثيل المستهلك أثناء وضع السياسات الحكومية ذات العلاقة بالمستهلك بما يضمن تطوير المنتجات والخدمات وضمان جودتها والحصول على الخدمات الضرورية له (الغذاء الماء الكساء المأوى والخدمات الصحية والتعليمية) والتعويض عليه في حال وقوع الضرر وتوعيته لممارسة حقه في الاختيار وإتباع الاستراتيجيات لترشيد استهلاكه والعيش في بيئة صحية وسليمة خالية من الاخطار له وللاجيال القادمة .
- حث الاقطار العربية على انشاء جمعيات او منظمات لحماية المستهلك واطاحة الفرص للمستهلكين العرب .
- التعاون والتنسيق بين الجمعيات والمنظمات العربية المعنية بحماية المستهلك وتبادل المعلومات الارشادية التي تهدف الى توعية المستهلك (مجلات، نشرات وعقد ندوات ومؤتمرات واصدار مجلة عربية حول حماية المستهلك، وترسل الدراسات والبحوث التي تعني به المستهلك العربي) .
- تبادل المعلومات حول السلع والخدمات المستوردة أو المنتجة محليا والتي تبين فسادها او عدم جودتها او كونها مقلدة حماية للمستهلكين .
- اتاحة الفرصة للدول العربية للاستفادة من خدمات المخابر وتعزيز التعاون فيما بينها وبين الاتحادات الاقليمية والعالمية .

¹ . عبد اللطيف بارودي ، مرجع سابق.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

- تشجيع استهلاك السلع والمواد المنتجة في الاقطار العربية وتحسين جودتها والسعي لتقارب التشريعات والقوانين العربية المتعلقة بحماية المستهلك.

الفرع الثاني : حماية المستهلك على البعد الدولي

تعتبر الحركة الدولية للمستهلك وليدة هذا القرن، حيث تم إنشاء جمعية المستهلك في امريكا في الثلاثينات من هذا القرن وتبلور في الخمسينات واصدر اول مجلة تحت عنوان تقارير المستهلكين الذي تضمن نتائج الاختبارات العلمية لجودة بعض السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة اسعارها ومساعدة المستهلك بعرض النتائج عليه لاختيار مايناسبه، ولاحقا في الستينات تكونت في انكلترا وهولندا والدايمارك وبلجيكا ومن ثم انتشرت في بقية الدول (البرازيل يوجد فيها ستون جمعية، الهند يوجد فيها خمس وعشرون جمعية) وبعد تحضير مطول دام عشر سنوات تم عقد المؤتمر التأسيسي للإتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك عام 1960 (IOCU) وتم تعديل هذا الاسم عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك (CI) واصبح لها مقرات فرعية في افريقيا وآسيا وأوروبا وأفريقيا الشمالية واللاتينية والمقر الرئيسي للمنظمة العالمية للمستهلك حاليا في لندن، علما ان عدد الدول التي لها علاقات معها بلغ عام 2000 مايزيد عن 170 دولة ويشترك باعمالها مايزيد عن 600 عنصر.

ومن اهم الاهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك منذ عام 1960 هي :

- دعم انشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في: التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة .
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين اينما كانوا في العالم
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك
- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها .
- إن تنظيم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتغير باستمرار هو شبيه بالتطلع إلى إضافة هدف متحرك، وتطوير أفضل الممارسات واستعمالها هو أفضل طريقة لتحفيز جهودنا الرامية إلى التكيف مع التغيير وتبني تكنولوجيات جديدة من أجل تعزيز التنمية والأعمال التجارية.
- وهذا ما جاءت به الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام 2014 بشأن افضل الممارسات من اجل حماية المستهلك في العالم الرقمي التي انعقدت في المملكة البحرين وخرجت الندوة بمجموعة من المبادئ التوجيهية وهي :

1. رسم اتجاه استراتيجي

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

نحن نرى أن الحكومات يجب أن تستمر في أداء دور رئيسي في تيسير حماية المواطنين على جميع المستويات من خلال تطوير مجموعة واسعة من التشريعات والسياسات الحكومية ذات الصلة، مثل وضع سياسات وطنية بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنفذ الشامل، وتشريعات ملائمة لحماية المستهلك، وتشريعات بشأن الأمن السيبراني والجريمة السيبرانية، بما في ذلك تشريعات لحماية الأطفال على الخط؛ ولوائح بشأن جودة الخدمة وحدود التعرض للمجالات الكهرومغناطيسية، فضلاً عن مبادرات تكميلية مثل وضع مبادئ توجيهية بشأن الأفعال المحظورة وأفضل الممارسات للتصدي لقضايا متنوعة كالقرصنة وإرسال البيانات الشخصية (بين مقدمي الخدمة و/أو مقدمي المحتوى) والاحتيال على الخط. وعلاوة على ذلك، يمكن إعطاء الأولوية لمجموعة من تدابير السياسة العامة لوضع آليات تنظيمية للتكيف الذاتي من أجل إقامة فضاء سيبراني آمن وموثوق به. ويمكن وضع مبادرات عابرة للحدود من أجل زيادة تعزيز التعاون الدولي وتنفيذ السياسات العامة.

ونعتبر أن اللوائح ينبغي أن تعيد تعريف حقوق المستهلك ومصالحه المشروعة التي تشمل على سبيل المثال لا الحصر: النفاذ إلى المعلومات والخدمات المتاحة علناً عبر الإنترنت وجودة الخدمة والخصوصية والسرية وحماية البيانات الشخصية وإمكانية الخروج من البرامج والخدمات؛ والحق في تقديم شكوى؛ وإمكانية نقل الأرقام؛ وحقوق الملكية الفكرية. ويتعين على المنظمين وواضعي السياسات أن يسعوا جاهدين إلى حماية تلك الحقوق عالمياً وعلى قدم المساواة ضمن نطاق القوانين واللوائح.

وندرک أنه لدى إنفاذ التشريعات ذات الصلة وإعادة النظر فيها، يجب على المنظمين وواضعي السياسات أن يضعوا آليات فعالة للتعاون (مذكرات التعاون مثلاً) مع السلطات المعنية بحماية المستهلك وموردي الخدمات والهيئات الأخرى ذات الصلة على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية، وعند القيام بذلك، من الضروري تحديد الأدوار والمسؤوليات بين الأطراف بوضوح فضلاً عن تقاسم المعلومات والموارد حسب الاقتضاء.

وندرک كذلك أن التعاون متعدد الجنسيات وتنسيق اللوائح وال مبادرات مطلوبان للتعامل بفعالية مع الظواهر العابرة للحدود مثل القضايا المتعلقة بالمحتوى والخدمات التي تقدمها أطراف فاعلة بحرية عبر الإنترنت (OTT) بما في ذلك خصوصية المستهلك والاحتيال على الخط والجرائم السيبرانية المتصلة بأنشطة التجارة الإلكترونية والوسائط الاجتماعية وبالمثل، يمكن تمكين كيانات إقليمية متخصصة للتعامل مع القضايا عبر الوطنية بطريقة منسقة ومركزة.

2. تعزيز القدرة التنافسية للسوق

نقر بأن الأطر القانونية والتنظيمية يلزم أن تبقى مفتوحة وتطلعية ومحايدة ومرنة للسماح بالاستفادة من التكنولوجيات الجديدة والخدمات المبتكرة والممارسات لتجارية الجديدة من قبيل الحوسبة الحسابة

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

والوسائط الاجتماعية والنطاق العريض المتنقل والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء، لكي يستفيد المستعملون من مجموعة متنوعة من الخدمات المقدمة على جميع مستويات سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفيما يتعلق بتخزين المعلومات وإرسالها، ينبغي أن تُعامل الأطراف الفاعلة في سوق الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاضعة للتنظيم ومقدمو الخدمات بحرية عبر الإنترنت غير الخاضعين للتنظيم على قدم المساواة عندما يتعلق الأمر بإنفاذ الصكوك القانونية لحماية المستهلك.

3. الشراكة مع دوائر الصناعة

نعترف بأن على الأطراف الفاعلة في دوائر الصناعة أن تؤدي دوراً حيوياً في ضمان الشفافية والمساءلة في ممارساتها التجارية بل وأيضاً في التبني، التلقائي للتدابير الرامية إلى حماية حقوق المستهلكين مثل حماية البيانات الشخصية ومكافحة الدعاية الجماهيرية المضللة وغير النزيهة والرسائل الإقحامية واستمرارية البيانات وحماية الأطفال على الخط.

ونوصي بأن يشجع المنظمون وضع مدونات الممارسات من أجل مقدمي الخدمات بما في ذلك الخدمات المقدمة بحرية عبر الإنترنت لضمان امتثال المحتوى والترويج وتشغيل الخدمات لجميع شروط حماية المستهلك الضرورية.

4. توفير إطار سليم للخدمات التعاقدية

نعتبر أن من أفضل الممارسات الحظر القانوني لاستخدام أحكام وشروط عامة تضر بمصالح العميل. وعلاوةً على ذلك، ينبغي حظر الاختلافات غير المبررة وغير المتناسبة بين الحقوق والواجبات الناشئة بموجب العقد المتعلق بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغض النظر عن إبرامه على الخط أو خلاف ذلك. ونعترف كذلك بالحاجة إلى وضع قواعد شفافة بشأن الأحكام والشروط المتعلقة بإبرام العقود على الخط وشكل هذه العقود فضلاً عن الإجراءات المتصلة بها) مثل تعرف هوية المستعمل، وتأكيد الطلب وإلغائه وإنهائه).

5. قنوات متعددة للإصلاح

نرى أن دور المنظمين في الوساطة ورفع شكاوى المستهلك من أجل الإنصاف أمر ضروري، ويلزم الحفاظ على علاقة سليمة مع مقدمي الخدمات لتحقيق هذه الغاية، ويمكن أن تكون إجراءات معالجة الشكاوى ناجحة ولا سيما الإجراءات التي تشجع المستهلكين على التماس الإنصاف أولاً مع مقدمي الخدمات، كما أنها تعزز توعية مقدمي الخدمات باحتياجات المستهلك وحقوقه ومسؤولياته، ونؤمن بأن المستهلكين لا يتمتعون فقط بالحق في تقديم شكوى بل والأهم من ذلك، هم يتمتعون بالحق في التماس وسيلة انتصاف كلما انتهكت حقوقهم.

الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

ونوصي بأن يشجع المنظمون وضع مدونات الممارسات من أجل مقدمي الخدمات بما في ذلك الخدمات المقدمة بحرية عبر الإنترنت لضمان امتثال المحتوى والترويج وتشغيل الخدمات لجميع شروط حماية المستهلك الضرورية.

4. توفير إطار سليم للخدمات التعاقدية

نعتبر أن من أفضل الممارسات الحظر القانوني لاستخدام أحكام وشروط عامة تضر بمصالح العميل . وعلاوةً على ذلك، ينبغي حظر الاختلافات غير المبررة وغير المتناسبة بين الحقوق والواجبات الناشئة بموجب العقد المتعلق بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغض النظر عن إبرامه على الخط أو خلاف ذلك . ونعترف كذلك بالحاجة إلى وضع قواعد شفافة بشأن الأحكام والشروط المتعلقة بإبرام العقود على الخط وشكل هذه العقود فضلاً عن الإجراءات المتصلة بها (مثل تعرف هوية المستعمل، وتأكيد الطلب وإلغاءه وإتهائه).

5. قنوات متعددة للإصلاح

نرى أن دور المنظمين في الوساطة ورفع شكاوى المستهلك من أجل الإنصاف أمر ضروري، ويلزم الحفاظ على علاقة سليمة مع مقدمي الخدمات لتحقيق هذه الغاية، ويمكن أن تكون إجراءات معالجة الشكاوى ناجحة ولا سيما الإجراءات التي تشجع المستهلكين على التماس الإنصاف أولاً مع مقدمي الخدمات، كما أنها تعزز توعية مقدمي الخدمات باحتياجات المستهلك وحقوقه ومسؤولياته، ونؤمن بأن المستهلكين لا يتمتعون فقط بالحق في تقديم شكوى بل والأهم من ذلك، هم يتمتعون بالحق في التماس وسيلة انتصاف كلما انتهكت حقوقهم.

وفي حالة حدوث نزاع، يمكن استعمال آليات بديلة (مثل التوفيق والتحكيم والتسوية الودية) باتباع إجراءات واضحة وشفافة لفض المنازعات إضافة إلى التقاضي الرسمي والمسعى الحميدة، بحيث يمكن للمستهلك أن يدافع عن حقوقه بسرعة وبدون تكلفة أو بتكلفة منخفضة للغاية، وقد تكون مراكز الوساطة المتخصصة في مجال الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فعالة بشكل خاص في هذا الصدد.

6. جودة الخدمة و تجربة المستهلك

يمكن اتخاذ سلسلة من التدابير لضمان نفاذ المستهلكين، بمن فيهم الأشخاص ذوو الإعاقة، على أساس سهل وموثوق إلى خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومحتوى الويب كذلك، منها وضع معايير ومواصفات الحد الأدنى من جودة الخدمة للتكنولوجيات والخدمات الجديدة واستعراضها بانتظام؛ ومراقبة مقدمي خدمات الشبكة؛ وتقييم جودة خدمات الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بانتظام ونشر النتائج المتصلة بها.

7. حماية خصوصية وبيانات المستهلك

نرى أن إنشاء نظام قانوني متكامل لحماية البيانات والمعلومات الشخصية على نحو فعال أمر بالغ الأهمية لازدهار العالم الرقمي، ونوصي بأن يشارك مقدمو الخدمات المتاحة بحرية عبر الإنترنت وخصوصاً خدمات الوسائط الاجتماعية، في إجراءات أكثر شفافية لمعالجة البيانات والحصول على موافقة عملائهم من خلال نظام للقبول قبل تداول البيانات الخاصة بهم، وتزويد المستخدمين بإمكانية أن يختاروا بوضوح صفة الاتصالات الخاصة بهم أي أن تكون خصوصية أو علنية. وينبغي أن يكون المستعملون قادرين على اتخاذ قرارات مستنيرة حول درجة نفاذ الآخريين إلى بياناتهم واحتمال استخدام أطراف ثالثة لها. يعرض عالم الإنترنت الأطفال والشباب إلى مخاطر محددة، لا سيما من حيث تعرضهم للمحتوى المخصص للراشدين فقط والاعتداء الجنسي. وإننا نعترف بأهمية استكمال الأدوات القانونية بمجموعة من التدابير التي تشمل توعية الجمهور وتنبهات المحتوى ومبادرات التنظيم الذاتي المتعلقة بالصناعة مع بذل مزيد من الجهود في تثقيف المستهلك فيما يتعلق بفئات مستهدفة مثل الأطفال والشباب والآباء والأمهات والمعلمين.

ونرى أن إنشاء فريق للاستجابة لطوارئ الحاسوب (CERT) يمكن أن يولد فوائد متعددة للمستهلكين من حيث توفير خدمة للإنذار المبكر مثلاً بشأن التهديدات والهجمات السيبرانية الممكنة لعامة الجمهور وللوكالات الحكومية.

8. تمكين المستهلكين

ينبغي أن يكون منظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات استباقياً في الترويج لدى أصحاب المصلحة وإعلامهم وإذكاء الوعي لديهم بشأن الفوائد والتحديات التي يطرحها عالم النطاق العريض الموصل. وعند القيام بذلك، من المهم إدراك الحاجة إلى حماية وتثقيف المستهلكين الذين لديهم احتياجات مختلفة من حيث النفاذ والذين قد يكونون عرضة بشكل خاص للممارسات التجارية المخادعة أو لديهم صعوبات في فهم شروط الخدمة وأحكامها فهماً كاملاً (مثل الأميين وذوي الإعاقة والأطفال والشباب). وإضافةً إلى ذلك، فإن اتباع نهج تصاعدي يستهدف المواطنين من خلال إشراك المدارس و المراكز المجتمعية والمنظمات غير الحكومية، لا سيما عن طريق وسائل الإعلام الاجتماعية، يمكن أن يسهم إسهاماً كبيراً في توعية المستهلك. ويمكن أيضاً إقامة منتديات لأصحاب المصلحة يشارك فيها ممثلون عن المستهلكين لتكون منصة تسمح بمشاركة المستهلكين في صنع القرار وصياغة السياسات. ومن شأن ذلك أن يعطي صوت المستهلكين في إطار الحوار الجاري..

9. حق المستهلك في الحصول على المعلومات

يتعين على المنظمين ضمان أن يتيح جميع مقدمي الخدمات معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب حول خدماتهم ومنتجاتهم وذلك بطريقة واضحة وشفافة وقابلة للمقارنة تسمح باتخاذ قرارات رشيدة. ولذلك، ينبغي أن يكون المستهلك قادراً على فهم طبيعة الخدمات بما في ذلك كيفية حساب الأسعار وجودة الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى فهم حقوقه ومسؤولياته. وينبغي تحديث جميع اللوائح المتصلة بحق المستهلك في المعلومات بانتظام واستمرار بما يسمح لها أن تكون عملية وقابلة للتنفيذ.

10. إعادة تعريف دور المنظمين

لا يغيب عن بالنا أن جهة تنظيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُنظر إليها بشكل متزايد بوصفها شريكاً للأطراف الفاعلة في السوق ومدافعاً عن حقوق المستهلكين. وتتخذ قراراتها استناداً إلى الأدلة والخبرة التقنية لتعزيز النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها والقدرة التنافسية للأسواق والتنمية الاجتماعية والاقتصادية الشاملة. ولذلك، من الضروري إعادة النظر في ولاية جهات تنظيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بهدف تعزيز قدرتها استراتيجياً على إنفاذ القوانين من أجل التصدي لتحديات البيئة الرقمية الحيوية.

النتائج والمقترحات :

1. ان الاجهزة الرقابية والجهات الاخرى الحكومية المعنية بتقديم الخدمات المختلفة غير كافية لحماية المستهلك في المرحلة الراهنة ولا بد من اعتماد آلية جديدة في ضوء التحديات المستقبلية .
- 2 لا يوجد تعارض بين المهام المحددة للجهات الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية المستهلك ووجودهما بآن واحد يكمل بعضهما البعض، وهي لمصلحة المستهلك .
- 3 جمعية حماية المستهلك منظمة شعبية حيادية تطوعية لاعلاقة بها الدولة ويؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية (العلمية والاختصاصية في المجالات المختلفة الحقوقية من الاتحادات الشعبية المختلفة (نسائية حرفية شبيبة) والنقابات (هندسية طب زراعة صيدلة) وغرف (التجارة الصناعة الزراعة وغيرها ..).
- 4 . هناك ضرورة ملحة لوجود تشريعات وآليات للرقابة على البيئة الرقمية
- 5 . ضرورة إعادة النظر بأنظمة الرقابة على المواد والخدمات، بحيث يؤمن منع الإزدواجية ووحدة المعالجة والتوسع في تشكيل اتحادات متخصصة تقوم بالرقابة الذاتية وتقدم التسهيلات اللازمة لإدخال أنظمة الجودة لديها .
- 6 - السعي لإصدار قانون حماية المستهلك يتضمن كافة الإجراءات التي تحافظ على حقوق المستهلك والدفاع عنه .
7. التعاون مع المنظمات المعنية بحماية المستهلك الاقليمية والعربية والدولية للإستفادة من خبراتها في مجال حماية المستهلك .
8. السعي للتعاون مع المؤسسات الإعلامية لإعداد برامج موجهة تهدف خلق الوعي لدى المستهلك حول السلع والخدمات المتعلقة بصحته وتوعيته بمضار الدعايات والإعلانات التجارية المضللة .
- 9 . إعطاء اولية لتعديل كافة التشريعات التي تعنى بحماية المستهلك لتحديثها بما يتوافق مع متطلبات المرحلة القادمة (قانون قمع الغش ،انظمة التجارة الخارجية ،المواصفات والقياس)
- 10 . يجب الإستفادة من العولمة بانتقاء ايجابياتها (ثورة المعلوماتية الاتصالات) والدخول في حركة التطور بما يلائم مصالحنا الوطنية والقومية .
11. تطوير منظومة المؤسسات التعليمية والبحثية واجهزة الرقابة وتوفير مستلزماتها (البشرية المادية) للإستفادة من خدماتها لمصلحة المستهلك .
12. ترشيد الإستهلاك من خلال دراسة انماط الغذاء الرئيسية ووضع البرامج المناسبة لتحسين اساليب اختيار الاغذية التي تحقق المتطلبات التغذوية لجميع الفئات .

الخاتمة

تشغل قضية حقوق الملكية الفكرية اليوم بأبعادها المتشعبة الفكر الامني و القانوني في ظل تصاعد ملحوظ لوتيرة التجاوزات والاعتداءات على الاعمال العلمية وحقوق اصحابها وما يتسم به هذا العصر من انتاج وبث للمعلومات وحركة نشر وإبداع ودعاية تتنافى مع اخلاقيات الفكر والأمانة العلمية في ظل البيئة الرقمية وتزايدت اهمية حقوق الملكية الفكرية بشكل كبير في العصر الحديث ذلك ان انتهاك هذه الحقوق لا تخص الملكية الفكرية بل تعتبر انتهاكا واعتداءا على الثقافة بشكل عام، وتهدف حماية الملكية الفكرية الى ايجاد نظام قانوني قوي ومتكامل يكفل الحماية للمبتكرين على اختراعاتهم والمؤلفون على مصنفاتهم.

وفي ظل استفحال ظاهرة القرصنة والتقليد وضعف اجراءات التصدي لانتهاكات حقوق الملكية الفكرية ظهرت الحاجة الملحة لحماية حقوقها في اطار ترتيبات وتنظيمات دولية تكون قادرة على حماية حقوق الملكية الفكرية بشتى المجالات .

ويعتبر عصرنا الحالي بأنه عصر الإتصال ويعود ذلك إلى التطور الكبير الذي طرأ على سبل الاتصال ووسائله، جعلت العالم في حالة اتصال دائمة في الوقت ذاته، وسمحت لأفراده التواصل فيما بينهم وهم في أماكنهم.

ويأتي في مقدمة هذه الوسائل الكمبيوتر وهو وسيلة جديدة ومتجددة دائما كما يرتبط بهذه الوسيلة الحديثة للاتصال، شبكة الأنترنت شبكة المعلومات الدولية التي أجمع العلماء المختصين على أنها أهم إنجاز تكنولوجي تحقق في نهاية القرن العشرين.

ومن منطلق النظر الحديثة للإستراتيجية العالمية ، وفي ظل العولمة والثورة التكنولوجية ، يتعين على التشريعات ، وبالأخص التشريع الجزائري ان يكون متأقلم مع المتطلبات الاقتصادية ، فتحديث قوانين الملكية الفكرية وتعديلها اصبح امر حتميا اما تفاقم ظاهرة التقليد والقرصنة الفكرية والصناعية والتجارية ، لذلك لا بد من رفع تحديات السوق العالمية ، وتبني اصلاحات المستهلك بغية تحسسه بالاطمئنان تجاه نوعية المنتجات الثقافية والاقتصادية لخلق ثقافة الاستهلاك لدى الفرد .

تعتبر مشكلة حماية المستهلك من أهم المشاكل التي تآرق أفكار الباحثين وعلماء القانون والاقتصاد، ما دفع بالتشريعات للاهتمام به وذلك بوضع نصوص قانونية تنظيمية تحمي المستهلك من جهة وتعاقب من يخالفها من جهة أخرى، والمشرع الجزائري قد أهمل هذا الموضوع لسنوات عديدة ولم يتناوله إلا مؤخرا بانتهاجه لنظام الاقتصاد الحر، فموضوع حماية المستهلك موضوع حيوي لا يتعلق فقط بالمستهلكين وحدهم وإنما يتعلق كذلك بالنحو والتقدم الاقتصادي، فهو يمثل موضوع الساعة خصوصا والجزائر في خضام تحول اقتصادي كبير في سياستها القائمة على حرية السوق، مما زاد من حرية المنافسة بين المنتجات الوطنية والاجنبية، ونظرا لتطور السلع والخدمات التي تقدم للمستهلك كماً ونوعاً.

وتعدد صور وأساليب تسويقها وصولا الى التجارة الالكترونية والتسوق الالكتروني ، أدى إلى انتشارا ظاهرة الاحتيال والغش التجاري ، فيقع المستهلك فريسة لهذا الاستغلال وتصاب مصالحه المادية والشخصية بالضرر، هذا ما دفع بالتشريعات ومن بينهم التشريع الجزائري بإصدار قوانين لحماية المستهلك تتضمن مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج وذلك لتطور المعاملات الاقتصادية من جهة ، لوضع حد لعملية الغش، والاحتيال من جهة أخرى، فألزمت الشركات المنتجة بالالتقييد بها حفاظا على صحة المستهلك وسلامته وحمايته.

زيادة على ذلك فقد ألزمت المنتجون ومقدمي الخدمات بوضع على منتوجاتهم أو الخدمات التي يقدمونها البيانات اللازمة التي تمكن المستهلك من استعمال الحسن للمنتوج أو الخدمة، وإعلامه بضرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة إن كان المنتوج ينطوي على خطر، دون أن يتجاهل التصريح والإعلام عن السعر الواجب دفعه من قبل المستهلك، وقد وضع المشرع الجزائري لأجل ذلك أجهزة حكومية للوقاية متخصصة في متابعة موضوعات حماية المستهلك تعمل على مراقبة الأسعار وقمع الغش.

ويمكن أن يلاحظ في الدول النامية ومنها الجزائر نقص وعي المستهلك، باعتبار أن الأجهزة المسؤولة التي تتصدى لقضية حماية المستهلك، لم ترق بعد في جدية دورها، ولم تصل برامجها وأساليبها التوعوية والتثقيفية إلى مستوى أهمية هذه القضية، لذا لا بد من توفير المعلومات الكافية للمستهلك والمتعلقة بالمنتوج أو الخدمة والتصرف لقضايا الاستهلاك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة السمعية والبصرية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

- فاتن حسين حوى، الموقع الالكتروني وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، 2010.
- عبد الرزاق السنهوري، شرح القانون المدني، ج8، ط3، 1964.
- زين الدين صلاح، المدخل الى الملكية الفكرية، نشاتها ومفهومها ونطاقها واهميتها وتكييفها وتنظيمها وحمايتها، دار الثقافة، الاردن، 2004.
- حسن كيرة، المدخل الى علم القانون، ط5، منشأة المعارف، الاسكندرية
- عبد الكريم عبد الله. الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت: دراسة مقارنة في الاطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية ومعاهدتي الانترنت. دار الجامعة الجديدة: الازارطة، 2008.
- حسن الفكهاني، الوسيط في القانون المدني، رقم 34 سنة 1976، ج1.
- يونس عزيز، لمن الاولوية؟ حقوق المؤلف ام حقوق القراء؟، الناشر العربي، القاهرة، 1983.
- احمد سويلم العمري، حقوق الانتاج الذهني، دار الكتاب العربي، القاهرة، 1967.
- محمود ابراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983.
- كارلوس كوريا، حقوق الملكية الفكرية، منظمة التجارة العالمية والدول النامية، اتفاقية تريبس وخيار السياسات، ترجمة احمد عبد الخالق، احمد يوسف الشحات، دار المريخ للنشر، السعودية، 2002.
- هروال نبيلة، الجوانب الاجرائية لجرائم الانترنت، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- بن داود ابراهيم، قانون حماية المستهلك وفق احكام القانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك من الغش، سلسلة الاصدارات القانونية، ص3.
- محمود محمد عبد العزيز الزيني، جرائم التسعير الجبري - المبادئ الشرعية والقانونية وآراء الفقهاء والمحاكم ومعيار العقوبة في كل من الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2004.
- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005..
- محمد علي عثمان الفقي، فقه المعاملات، دراسة مقارنة، ب ط، دار المريخ للنشر، السعودية، سنة 1986.
- محمد عبيد، الكعبي. الجرائم الناشئة عن الاستخدام غير المشروع لشبكة الانترنت: دراسة مقارنة. دار النهضة العربية: القاهرة، 2005.
- محمد سعيد، سار. الانترنت: المنافع والمخاطر. دار سعد الصباح الكويت، 1988.
- محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.

- عبد الحميد المنشاوي، حماية الملكية الفكرية، دار الفكر الجامعي، ط 2002.
- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 1985.
- أشرف وفا محمد، تنازع القوانين في مجال الحقوق الذهنية للمؤلف، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، ط 1999.
- جمال محمود الكردي، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ط 2003.
- كلود كولومبيه، المبادئ الأساسية لحق المؤلف و الحقوق المجاورة في العالم، باريس 1992.
- محي الدين عكاشة، حقوق المؤلف، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2005.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط 2000.
- الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية -تحليل وثائق-، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر، طبعة 2004.
- عفيفي كمال عفيفي، جرائم الكمبيوتر، منشورات الحلبي الحقوقية، ط 2003.
- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ط 2003-2004.
- محمد أنور حمادة، النظام القانوني لبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، دار الفكر الجامعي، ط 2002.
- برنارد أ. جالر، ترجمة الدكتور محمد حسام محمود لطفي، الملكية الفكرية و برامج الحاسبات، الجمعية المصرية لنشر المعرفة و الثقافة العالمية، القاهرة، ط 1998.
- مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، دار النهضة العربية، بيروت، 1975.
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 207 و كذلك مؤلفها القانون التجاري، نفس المرجع السابق.
- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- أسامة أحمد بدر، تداول المصنفات عبر الأنترنت، دار الكتب القانونية، 2005.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي و التزوير في جرائم الكمبيوتر و الأنترنت، دار الكتب القانونية، ط 2002.
- محمد علي العريان، الجرائم المعلوماتية المعلوماتية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2004.
- هدى حامد قشقوش، جرائم الحاسب الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 1992.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، ط 2002.
- هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 2000.

- **سمير جميل حسين الفتلاوي**، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية
- **ب. الدراسات الجامعية**
- **يونس عرب / جرائم الحاسوب - دراسة مقارنة - رسالة ماجستير** ، كلية الدراسات العليا .
الجامعة الاردنية 1994.
- **ابوبكر عمر بن يونس / الجرائم الناشئة عن استخدام الانترنت** ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس 2004
- **حازم السيد حلمي عطوة مجاهد / حماية حقوق الملكية الفكرية في اتفاقية تريبس والتنمية الاقتصادية في البلدان النامية** ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، عين شمس .
- **فهد سلطان محمد احمد بن سليمان / مواجهة جرائم الانترنت / دراسة مقارنة** ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة 2004.
- **زواني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق والعلوم الادارية ، جامعة الجزائر ، 2002-2003.
- **مليكة عطوي** ، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت ، دراسة وصفية تحليلية ، اطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، اشراف ا د / محمد لعقاب ، كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة دالي براهيم ، سنة 2010/2009.
- **جمال وادي، العلامة والانترنت**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003.

ت. المؤتمرات والملتقيات العلمية

- **ابراهيم احمد ابراهيم** ، الحماية الدولية لبرامج الكمبيوتر ، بحث مقدم امام مؤتمر الكمبيوتر والقانون المنعقد في الفترة ما 01/29 الى 2004/2/1 كلية الحقوق ، جامعة الفيوم .مصر
- **استاذ طلال ابو غزالة بحث / جدول الاعمال المستقبلي في مجال حقوق الملكية الفكرية** لدى الدول العربية/ المقدم الى ندوة الويبو حول الملكية الفكرية الذي انعقد 06-18 تشرين اول 1998، عمان الاردن
- **يونس عرب / نظام الملكية الفكرية لمصنفات المعلوماتية / ورقة عمل مقدمة الى مؤتمر الملكية الفكرية** ، جامعة اليرموك اريد الاردن 2000/11/10.

- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) و وزارة العدل، تطور حق المؤلف و الحقوق المجاورة في الجزائر و دور الديوان الوطني لحق المؤلف و الحقوق المجاورة، الندوة الوطنية عن الملكية الفكرية لفائدة هيئة القضاء، 22 و 23 اكتوبر 2003
- . سوسن سعيد شندي ،" الجوانب القانونية للغش التجاري "، الندوة العلمية لظاهرة الغش والتقليد التجاري على هامش الملتقى الثاني للاتحاد العربي للمستهلك ، صنعاء من 16الى 18 ديسمبر 2000.
- عمر بوحنيك، تطور المنظومة التشريعية لحماية الملكية الصناعية في الجزائر تماشيا مع اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة - مسائل متعلقة بالملكية الصناعية- ، الملتقى الوطني حول الملكية الفكرية لفئة القضاء، 22 و 23 اكتوبر 2003
- مداخلة ل :عمار طهرات ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الشلف . / . بلقاسم امحمد ، كلية الحقوق و التجارة ، جامعة مستغانم ، انعكاسات تطبيق اتفاقية تريبس " TRIPS" على حماية المستهلك في الوطن العربي، و قصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد - الجزائر نموذجا-.

ث. الدوريات (المجلات)

- زين الدين صلاح، الاحكام القانونية للاسم والعنوان التجاري في التشريع الاردني، المجلة القضائية، ع1، كانون الثاني 2000.
- فؤاد الشيخ سالم ، "حماية المستهلك في الأردن وتونس"، مجلة الأردن، العدد 1 ، سنة 1984.
- محمد أمزيان أوشارف، " دور مخبر الشرطة العلمية في حماية المستهلك"، مجلة الشرطة، العدد 42، سنة 1989.
- عايض راشد ،مدى حجية الرسائل التكنولوجية الحديثة في اثبات العقود. رسالة دكتوراة ، جامعة القاهرة ، 1998.
- بشار عباس، التنظيم القانوني لشبكة الأنترنت، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، العدد 20، 2003.
- . أسامة أبوعباس، رحلة إلى عالم الأنترنت، الطبعة الأولى، شركة النهار للكمبيوتر والالكترونيات، الأردن، 1999 .
- تقرير بعنوان :الحوار الحر في منتديات إنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي عدد أبريل 1998 ، على الموقع <http://www.jawmay.co.ae>
- محمد سعيد رشدي، الحقوق المجاورة لحق المؤلف، مجلة الحقوق الكويتية ، سنة 1998.

ج. المقالات الالكترونية

- يونس عرب ، مقال بعنوان ، جرائم الكمبيوتر والانترنت ، الخصائص والصورة وإستراتيجية المواجهة القانونية منشور بتاريخ 2005/04/26.
- محمد سعيد رشدي ، حماية الحقوق المجاورة لحق المؤلف ، مجلة الحقوق الكويتية ، ع 1 ، 1997.
- . أسامة أبوعباس، رحلة إلى عالم الأنترنت، الطبعة الأولى، شركة النهار للكمبيوتر والالكترونيات، الأردن، 1999 .
- تقرير بعنوان :الحوار الحر في منتديات إنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي عدد أبريل 1998 ، على الموقع <http://www.jawmay.co.ae> .
- احمد السيد كردي ،مقال منشور على مكتبة لوكه الالكترونية،

ح. المعاجم:

- احمد زكي بدوي ، المعجم العربي الميسر . دار الكتاب المصرية اللبنانية.
- العلامة ابن منظور ، قاموس لسان العرب المحيط ، ب ت ط ، المجلد الأول ، دار الجيل بيروت ، دار لسان العرب، بيروت - لبنان.
- أخرجه أحمد في المسند ، أنظر مسند الإمام أحمد (مسند أبي هريرة) ، الجزء 3 ، حديث رقم 8625 ، الطبعة 2 ، دار الفكر ، بيروت لبنان ، سنة 1994 ،

خ. القوانين والاتفاقيات :

- النص العربي لاتفاقية تريبس ، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة في مجال حقوق الملكية الفكرية حقوق الملكية الفكرية . منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية 1998.
- النص الرسمي لمعاهدة الويبو.
- اتفاقية الانترنت الاولى لسنة 1996
- الامر رقم 03-05 المؤرخ في 19-يوليو سنة 2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ،(ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 2003 ، ع44.
- الامر 03-06 المؤرخ في يوليو 2003 المتعلق بالعلامات ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44.
- الامر 03-07 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44.
- الامر 03-08 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بحماية التصاميم الشكلية لدوائر المتكاملة ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 2003 ، عدد 44 .

- الامر 66-86 المؤرخ في 28 افريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية ، (ج . ر .) الصادر في 03 مايو 1966 ، عدد 35 .
- 65-76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشا ، (ج . ر .) الصادر في 23 يوليو 1976 ، عدد 59 .
- قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير لسنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج ر 15) ، المؤرخ في 2009/03/8 .
- . القانون رقم 89-12 ، المؤرخ في 1989/7/5 المتعلق بالاسعار ، (ج ر عدد 29) الصادرة في 1989/07/19 .
- الامر 95-06 ، المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة ، (ج ر عدد 9) الصادرة في 1995/02/22 .
- الامر 03/03 ، المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة (ج ر عدد 43) الصادرة في 2003/07/20 ..
- القانون رقم 99-01 مؤرخ في 1999/01/06 يحدد القواعد المتعلقة بالفندنة ، (ج ر عدد 2) الصادرة في 1999/01/10
- المرسوم التنفيذي 90/39 بتاريخ 1990/01/30 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، (ج ر عدد 05) الصادرة بتاريخ 1990/01/31 .
- المرسوم التنفيذي رقم 91/192 المؤرخ في 1991/06/01 المتعلق بمخابر تحليل النوعية ، (ج ر عدد 27) الصادر بتاريخ 1991/06/02 .
- المرسوم التنفيذي رقم 92/272 المؤرخ في 1992/07/06 المتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته ، (ج ر عدد 52) الصادر بتاريخ 1992/07/08 .
- المرسوم التنفيذي 89/147 المؤرخ في 1989/08/08 المتعلق بالمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم وتنظيمه وعمله ، (ج ر عدد 33) بتاريخ 1989/08/09 .
- المرسوم التنفيذي رقم 96/355 المؤرخ في 1996/10/19 ، 1996 الذي ينظم شبكة مخابر التحليل والنوعية ، (ج ر عدد 62) بتاريخ 1996/10/20 .
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999 المتضمن إنشاء وتنظيم وسير اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية المستهلك من الأخطار الغذائية ، (ج ر عدد 32) الصادر بتاريخ 1999/05/02 .
- المرسوم التنفيذي رقم 94/208 المؤرخ في 1994/07/16 ، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ، (ج ر عدد 47) بتاريخ 1994/07/20 .

- المرسوم التنفيذي رقم 210/94 المؤرخ في 16/07/1994 يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، (ج ر عدد 47) بتاريخ 20/07/1994.
- . قانون 31/90 المتعلق بالجمعيات ، المؤرخ في 14/12/1990 ، (ج ر عدد 53) بتاريخ 05/12/1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 192/91 المؤرخ في 01/06/1991 ، المتعلق بمخابر التحليل والنوعية، (ج ر عدد 27) بتاريخ 02/06/1991.
- المرسوم التنفيذي رقم 91/91 المؤرخ في 06/04/1991 ، المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار، (ج ر عدد 16) ، بتاريخ 10/04/1991.
- المرسوم التنفيذي رقم 105/98 ، المؤرخ في 31/03/1998 ، يتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار (ج ر عدد 19) بتاريخ 01/04/1998.
- المرسوم التنفيذي رقم 146/87 ، المؤرخ في 30/06/1987 ، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة البلدية . ج ر عدد 27 ، بتاريخ 01/07/1987 ، ص 1048.
- . قانون رقم 90/90 ، المؤرخ في 07/04/1990 ، المتعلق بالولاية ، ج ر عدد 15 ، بتاريخ 07/04/1990.

د. المراجع باللغة الفرنسية.

- Cass-Crim- 21/10/1988. aff. N° 97.80.981- Lamy Droit économique, op. cit.,
- Roget Bout /Cat Prieto/ Gérard Cas- L'information sur les prix et les conditions de vente- Lamy droit économique- concurrence- distribution consommation- l'an 2000
- BOUACHE Mohamed « Qualité des aliments et protection de la santé du consommateur » Revue ASJEP, volume 36 N°4 , année 1998

المحتويات

2.....	مقدمة:
6	الفصل الأول : الأطر المفاهيمية لأبعاد الملكية الفكرية وحماية المستهلك
6.....	المبحث الأول : ماهية الملكية الفكرية
7.....	المطلب الأول : مفهوم الملكية الفكرية
7.....	الفرع الأول : التعريف اللغوي والاصطلاحي
7.....	الفرع الثاني : الطبيعة القانونية للملكية الفكرية
9.....	المطلب الثاني: أقسام الملكية الفكرية
9.....	الفرع الأول : الملكية الفكرية الصناعية والتجارية
10.....	الفرع الثاني : الملكية الفكرية الفنية والأدبية
14.....	الفرع الثالث : تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية في إطار الاتفاقيات الدولية
20.....	المبحث الثاني: حماية المستهلك
20.....	المطلب الأول: مفهوم المستهلك
23.....	المطلب الثاني : مضمون الحماية
23.....	الفرع الأول : حماية المستهلك قبل التعاقد
29.....	الفرع الثاني : حماية المستهلك بعد التعاقد
51.....	الفصل الثاني : الأطر التطبيقية للبعد الرقمي لحماية المستهلك

51.....	المبحث الأول: ماهية البيئة الرقمية
51.....	المطلب الأول : مفهوم البيئة الرقمية
52.....	الفرع الأول : تعرف شبكة الانترنت
53.....	الفرع الثاني : خصائص الانترنت وخدماته
57.....	المطلب الثاني : علاقة البيئة الرقمية بالملكية الفكرية
57.....	الفرع الأول : احترام حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة
89.....	المبحث الثاني: حماية المستهلك في البيئة الرقمية محل نقاش
90.....	المطلب الأول: الصعوبات التي تواجه المستهلك في البيئة الرقمية
91.....	الفرع الأول : مفهوم المخاطر المدركة لدى المستهلك
93.....	الفرع الثاني : أنواع المخاطر المدركة في التسوق عبر الانترنت
96.....	المطلب الثاني : الحلول المقترحة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية
96.....	الفرع الأول : حماية المستهلك في الوطن العربي
98.....	الفرع الثاني : حماية المستهلك على البعد الدولي
104.....	النتائج والمقترحات

