

مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري و المقارن في نطاق التجارة الإلكترونية

The field of applying the applied rules on the unfair commercial practices in Algerian legislation and comparative in the domain of electronic trad.

ط/د. عيبب محمد * د. بوراس محمد

مخبر البحث في تطوير التشريعات الاقتصادية
المركز الجامعي تيسمسيلت – الجزائر-

bourasmohamed27@yahoo.fr

abib.mohammed@cuniv-tissemsilt.dz

تاريخ الإرسال: 2020/09/15 * تاريخ القبول: 2025/04/07 * تاريخ النشر: 2026/01/20

ملخص:

الممارسات التجارية غير النزيهة هي تلك الممارسات المخالفة للأعراف و الاستقامة التجارية النزيهة و النظيفة ومخالفة القوانين ، إذ أفرد المشرع الجزائري بموجب القانون 02-04 المؤرخ في يوليو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بابلها، و مع ظهور التجارة الإلكترونية نتيجة الثورة المعلوماتية ظهرت أنماطا مستحدثة غير مألوفة من هذه الممارسات في الفضاء الافتراضي ، ولذلك تهدف هذه الدراسة الى بيان مدى استيعاب وتطبيق القواعد التقليدية المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في نطاق التجارة الإلكترونية. وبالاستعانة بأدوات المنهج الوصفي وكذا التحليلي والمقارن تم الوصول الى امكانية تطويع وتطبيق هذه القواعد التقليدية في نطاق التجارة الإلكترونية غير أنه تظل غير كافية بالنظر للتطور المذهل والمتسارع للتقنيات المعلوماتية الحديثة والطابع الدولي لهذا النوع من التجارة.

الكلمات المفتاحية: المنافسة، الممارسات التجارية غير النزيهة، التجارة الإلكترونية.

Abstract:

Unfair commercial practices are those practices that violate customs, fair and clean commercial integrity, and violating laws, as the Algerian legislator singled out Law 02-04 of July 2004 that specified the rules applicable to commercial practices as a section of it, and with the emergence of electronic commerce as a result of the information revolution, new patterns emerged These practices are unfamiliar in the virtual space. Therefore, this study aims to demonstrate the extent of understanding and application of the traditional rules applied to unfair commercial practices in the scope of electronic commerce. With the help of the descriptive tools as well as the analytical and comparative method, the possibility of adapting and applying these traditional rules in the scope of electronic commerce has been reached, but it remains insufficient given the amazing and rapid development of modern information technologies and the international character of this type of trade.

Keywords: competetion ,dishonest /illegal commercial practices, electronic commerce

مقدمة:

تعد المنافسة سنّة من سنن الفطرة الكونية للبشر و ركيزة أساسية للحياة التجارية، وقد أدخلت إلى المجال القانوني كمبدأ أطلق عليه حرية المنافسة إذ سعت كل التشريعات العالمية إلى تكريسه في نظمها القانونية، وقد دستّوها المشرع الجزائري بنص المادة 43 من الدستور "حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون" (القانون 01-16 الصادر بتاريخ: 6 مارس 2016 والمتضمن التعديل الدستوري، ج.ر، العدد 14 يوم 7 مارس 2016)، فإذا كانت المنافسة أمرا ضروريا و مشروعا فيجب أن تخضع للضوابط ولا تخرج عن حدود القانون والأعراف التجارية النزيهة و النظيفة، و مبادئ الاستقامة التجارية ذات البعد الدولي، وكل انحراف بها عن مسارها يخلّ بالمنافسة، و لذلك وضعت جل النظم القانونية ضوابط حاكمة لها فالمشرع و بموجب القانون 03-03 المؤرخ في: 20 يوليو 2003 المعدل و المتمم بالقانون 12-08 و المتعلق بالمنافسة (قانون 12-08 المؤرخ في: 25 يوليو 2008 يعدل و يتمم الأمر 03-03 المؤرخ 20 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر العدد 36 ، الصادرة بتاريخ: 02 يوليو 2008). حدد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسة مقيدة لها، أما بموجب القانون 02-04 المؤرخ في يوليو 2004 (قانون 02-04 المؤرخ في: 23 يوليو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية -جريدة رسمية العدد 41) المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، فقد نص على إرساء مبدأي الشفافية و النزاهة على الممارسات التجارية كأساس و جوهر لها، و توفير المناخ الملائم الخالي من الممارسات التي تخل بها.

هذا، وقد أفرد المشرع فصلا كاملا لقاعدة النزاهة معنونا بالممارسات التجارية غير النزيهة تحت المواد 26-27-28 من القانون 02-04 مانعا ممارستها لما تنطوي عليه من خطورة على النشاط بين الأعوان الاقتصاديين و كذا المستهلك، ويبدو أن فعالية هذه الآليات القانونية المتعلقة بنزاهة الممارسات التجارية كفيلة إلى حد ما بالحد من هذه الممارسات في نطاق التجارة التقليدية التي تمارس في العالم المادي الملموس ، على خلاف التجارة الإلكترونية التي ظهرت جراء الثورة المعلوماتية لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تمارس في مسرح إلكتروني غير مادي افتراضي؛ إذ سعت الدول إلى وضع إطار قانوني تنظيمي لها، و لم تفرد جلّ التشريعات أحكاما في القانون ذاته لتلك الممارسات بل أحالت ذلك إلى الأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها والمطبقة على الممارسات التجارية و شروط ممارسة النشاطات التجارية ومنها القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري (قانون 05-18 المؤرخ في: 10 يوليو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر. عدد 28 الصادرة بتاريخ: 16 مايو 2018).

وظهر في نطاق التجارة الإلكترونية صور و أنماط جديدة فنية غير مألوفة مستحدثة من الممارسات التجارية غير النزيهة تمثل تهديدا لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية خلقت إشكالات قانونية موضوعية حول مدى استيعاب التشريعات التقليدية النازمة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة لمجابهة تلك الممارسات وعلى أساس ذلك نطرح الإشكالية الآتية: **ما مدى تطبيق واستيعاب القواعد التقليدية المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة الممارسة في نطاق التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن؟**

و قد تم الاعتماد في هذه الورقة البحثية على المنهج الوصفي عند التعرض إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية و القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة ، وكذا المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص النازمة لها و تحليل الأحكام القضائية و مطابقتها مع النصوص كما تمت الاستعانة بالمنهج المقارن للمقارنة بين مختلف النصوص التي نظمت الممارسات التجارية غير النزيهة و التجارة الإلكترونية ، و تتم الإجابة على ه ذه الإشكالية من خلال مبحثين ، الأول يتضمن الإطار المفاهيمي للممارسات التجارية غير

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

النزيهة والتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري و المقارن ، بينما يتضمن المبحث الثاني: آليات الحماية القانونية من الممارسات التجارية غير النزيهة في التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للممارسات التجارية غير النزيهة والتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري و المقارن:

لطالما أثرت الممارسات غير النزيهة سلبا على النشاط التجاري بشكل عام والتجارة الإلكترونية بشكل خاص لما تتميز به هذه الأخيرة من خصائص فنية تجعلها أكثر سهولة لانتشار هذه الممارسات، وهو ما تحاول الالمام به من خلال معرفة مفهوم الممارسات غير النزيهة و التجارة الإلكترونية (مطلب أول) ثم التعرف على أهم صور الممارسات التجارية غير النزيهة و تطبيقاتها على الممارسات الواقعة في نطاق التجارة الإلكترونية (مطلب ثاني)

المطلب الأول: مفهوم الممارسات غير النزيهة و التجارة الإلكترونية:

للاحاطة بموضوع الممارسات التجارية غير النزيهة في مجال التجارة الإلكترونية وجب بداية معرفة مفهوم هذه الممارسات غير النزيهة (أولا) وباعتباره مصطلح جديد نسبيا وجب كذلك معرفة مفهوم التجارة الإلكترونية (ثانيا).

أولا- مفهوم الممارسات غير النزيهة

لم يعرف المشرع الجزائري المقصود بالممارسات التجارية غير النزيهة بشكل مباشر غير أنه نظمها من خلال المادة 26 من القانون 04-02 و التي تمنع الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة لأعراف التجارة النزيهة و التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين ومن خلال هذه المادة يتضح أن المشرع الجزائري قد وضع معيارين لتحديد ما إذا كانت الممارسات غير نزيهة في حالة مخالفة الأعراف التجارية النزيهة و النظيفية من جهة و مساسها بمصالح الأعوان من جهة أخرى (عروج، 2017-2018، ص20)، وقد ذهب قضاء المحكمة العليا في الجزائر إلى تعريفها بقولها "بأنها كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة النزيهة في الشؤون الفكرية و الصناعية "، كما عرفته الأستاذة فضيل نادية بأنها "استعمال وسائل غير مشروعة و منافية للعرف التجاري" (فضيل، 1994، ص192).

ولا يوجد في التشريع الفرنسي قانون متعلق بالمنافسة غير النزيهة بصفة عامة، غير أنه يوجد مجموعة من القوانين الخاصة التي تمنع بعض التصرفات التجارية وعلي سبيل المثال القانون المتعلق بالبيع بالخسارة و كذا الإشهار التضليلي و الإشهار المقارن، و في حال غياب النص المتعلق بالممارسات غير نزيهة فإن المحاكم تؤسسها على أحكام القانون المدني المواد 1322 و 1883 من القانون المدني الفرنسي ، و يجد قانون الممارسات غير النزيهة في فرنسا مصدره الأساسي من القضاء (JEAN, 2015, p250) ، في حين أن بعض البلدان قد تبنت تشريعا خاصا بمجال تطبيق قانون المنافسة غير النزيهة مثل المكسيك واليابان و إسبانيا ...الخ، و قد يكون أحيانا ذلك تحت فصل في القانون العام المنظم للمنافسة كما نجد بعض البلدان تطبق القواعد العامة للمسؤولية المدنية كفرنسا (Gibert, 2015, p21)، وقد وضع التوجيه الأوروبي رقم 2005/09 CE بإعتباره توجيها خاصا بتنظيم الممارسات التجارية غير النزيهة في مواجهة المستهلكين ، م عيارا للتعرف على الممارسات التجارية غير النزيهة فنص على أن هذه الممارسات تكون غير نزيهة متى كانت مخالفة لما تشترطه النزاهة المهنية، أو كان من شأنها تغيير أو القدرة على تغيير السلوك الاقتصادي اتجاه منتج، للمستهلك المتوسط أو الأشخاص الموجه لهم أو عضو متوسط من مجموعة إذا كانت الممارسة موجهة إلى فئة خاصة من المستهلكين

(غريوج، ص21)، كما أوردت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 والمعدلة، في المادة العاشرة منها : "يعتبر من أعمال المنافسة غير نزيهة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية و التجارية " (أمر رقم 75-2 المؤرخ في : 09 يناير 1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية- ج ر 1975- عدد 7)، إذ ساهم العاملون في مجالها تلقائيا في إرساء بعض الأعراف و العادات ذات الطبيعة التعاونية الخاصة و غالبا ما تكون خاصة بكل نوع من التعامل الذي يتم عبر شبكة الانترنت، فهناك أعراف و عادات من بينها الإعلان و الترويج للسلع و الخدمات و في مجال حماية الحياة الخاصة و في مجال حماية المستهلكين و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.

ثانيا- مفهوم التجارة الإلكترونية في القانون المقارن و التشريع الجزائري

تعددت مفاهيم التجارة الإلكترونية وفقا لاختلاف وجهة النظر وعند التعرض إلي تفسيرها و يعود هذا الاختلاف إلي تعدد مجالات تطبيقاتها و التطور المستمر الذي يطرأ على أساليبها و أهدافها مما ينعكس على مفهومها و قد تناولت بعض الوثائق الدولية و الوطنية تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية (مطر، 2015، ص، 15)، فان إيجاد تعريف جامع مانع أمر صعب لاختلاف العناصر التي يركز عليها المفهوم . وعلى العموم نجد أن جانبا من الفقه قد عرف التجارة الإلكترونية بأنها عملية البيع و الشراء عبر الشبكات الإلكترونية على المستويين السلعي و الخدمي بجانب المعلومات و برامج الكمبيوتر و أنشطة أخرى التي تساعد على الممارسات التجارية تنفذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع و الخدمات التي تتم بين مشروع تجاري و آخر أو بين مشروع تجاري و مستهلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، وعرفها جانب آخر من الفقه بأنها كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستعمال وسيلة إلكترونية و ذلك حتى تمام العقد، أو أنها أداء عملية تجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة بغرض رفع كفاءة و فاعلية الأداء (فادي، 2010، ص 21).

كما سعت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسيترال) (UNICTRAL) بعد تزايد المعاملات التجارية التي تتم عن طريق تبادل إلكتروني للبيانات إلى وضع قانون نموذجي يسهل استخدام التجارة الإلكترونية يكون مقبولا لدى الدول ذات الأنظمة القانونية و الاجتماعية و الاقتصادية المختلفة، و كان ذلك في: 16 ديسمبر 1996 حيث نص: "يراد بمصطلح تبادل البيانات المعلومات التي يتم إنشائها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية بوسائل مشابهة بما في ذلك علي سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي ، ثم أعقبتها الفقرة ب التي تحدد المقصود بمصطلح "البيانات الإلكترونية" بأنها نقل المعلومات إلكترونيا من حاسوب إلي حاسوب آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات" (المادة 05 مكرر الإضافية بصيغتها المعتمدة 1991 من قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع الدليل التشريعي 1996، الأمم المتحدة).

هذا وقد حاولت تشريعات الدول مواكبة التطور الحاصل في الثورة المعلوماتية لاستخدام الوسائل الإلكترونية لتبادل المعلومات و إبرام العقود فظهر مصطلح التجارة الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلي وجوب تعريفه و تحديد خصائصه و أشكاله و إيجاد تنظيم قانوني يحكم هذه التجارة، ففي فرنسا أصدر المشرع جملة من القوانين و المراسيم لتنظيم التجارة الإلكترونية ، إذ تضمن القانون رقم 2000/230 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني تعريفا للتجارة الإلكترونية على أنها مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها مع البعض و بين المشروعات و الأفراد أو بين المشروعات و الإدارة (هبة ثامر، بدون سنة نشر ، ص 57) كما أصدر في 21 يوليو 2004 قانونا يتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي و الذي عرّف التجارة الإلكترونية في المادة

14 منه الفقرة الأولى بأنها "النشاط الاقتصادي الذي يقوم به شخص بموجبه بعرض أو ضمان سلع أو خدمات عن بعد بوسيلة إلكترونية، و يدخل في نطاق فضاء التجارة الإلكترونية كل الخدمات أين كانت عملية لعرض معلومات على الخط أو اتصالات تجارية بكل محرركات و أدوات البحث للدخول و التصفح للموقع للوصول إلي البيانات و استرجاعها من شبكة الاتصالات أو استضافة معلومات حتى عندما لا يتم دفعها من قبل أولئك الذين يتلقونها" (jean, p24) ، وقد أعيب على هذا التعريف الموسع من المشرع الفرنسي عدم انطباقه على واقع التجارة الإلكترونية.

وفي التشريعات العربية تعتبر تونس الدولة العربية السبّاقة التي أصدرت قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية من خلال القانون رقم 83 الصادر في 09 أوت 2000، إذ جاء في نص المادة 02 "تحديد مفاهيم المصطلحات المبادلات الإلكترونية: المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية، التجارة الإلكترونية : العمليات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية"، ويلاحظ أن هذا التعريف لم يبين الوسائل التي تتم عن طريقها التعاقد عن بعد (طه كاظم، 2018، ص33).

أما في الجزائر فلامح تنظيم التجارة الإلكترونية قد بدأت بسلسلة من التعديلات المتفرقة ، أهمها تلك التي مست أصول الشريعة العامة وهي القانون المدني و التجاري، إذ أضاف المشرع إلي القانون التجاري بابا بأكمله معنونا في بعض وسائل طرق الدفع تضمن الفصل الثالث منه عنوانا في بطاقات الدفع و السحب بموجب تعديل القانون التجاري رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل و المتمم للأمر رقم 59-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري (القانون التجاري 59-75 المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل بالقانون 02-05 المؤرخ في: 06 فيفري 2005، ج.ر، عدد 11)، ثم التعديل الذي مس القانون المدني و لاسيما المواد 323 مكرر 1 و المادة 327 مكرر المتعلقة بحجية المحرر الإلكتروني، و كذا الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني ثم أصدر قانونا مستقلا بأحكام و قواعد خاصة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين المتمثل في القانون 04-15 مؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين (قانون رقم 04-15 المؤرخ في: 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين ، ج.ر، عدد 06 بتاريخ: 10 فيفري 2015)، ثم أصدر المشرع الجزائري قانون التجارة الإلكترونية بتاريخ: العاشر من ماي 2018 تحت رقم 05-18 يتكون من 50 مادة، و جاء في الباب الأول المعنون بلحكام عامة و لاسيما المادة 06 منه المقصود بالتجارة الإلكترونية بأنها النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع أو خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية، ثم حدد ماهية العقد الإلكتروني في إطار ممارسة التجارة الإلكترونية في الفقرة الثانية من المادة 06 بالإحالة إلي القانون 02-04 المتعلقة بلقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، والذي جاء فيه بأن العقد الإلكتروني هو العقد الذي يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني.

كما حددت المادة 03 الفقرة الرابعة من القانون 02-04 العقد التجاري بأنه اتفاق أو اتفاقية تهدف إلي بيع سلعة أو تأدية خدمة حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق على إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه و ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطبقة لشروط البيع العامة المقررة سلفا، فالملاحظ أن المشرع الجزائري في تعريف التجارة الإلكترونية كان قد حدد أطراف العملية التجارية و لم يحدد وسيلة اتصال معينة، بل ترك الباب واسعا لنطاق وسائل المعاملات الإلكترونية المستحدثة

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

في ضوء التطور الإلكتروني المتزايد والمضطرد، لكن وبالمقابل نجد أن المشرع أعطى تعريفاً للبيع أو للتوريد الإلكتروني بينما مفهوم التجارة الإلكترونية أوسع من ذلك بكثير بحيث تشمل كل عمليات البيع، التعاقد، التسويق، الطلب، الاستفسار، الإشهار للسلع والخدمات وغيرها، كما أنه حصر العملية في المورد والمرد إليه، بينما التجارة الإلكترونية تشمل أيضاً علاقة المنتجين فيما بينهم وعلاقاتهم مع الأفراد وكذا علاقاتهم مع المؤسسات الإدارية ولذلك فإن هذا التعريف يشوبه الكثير من النقص لأنه يحصر التجارة الإلكترونية في نشاط يقوم به المورد الإلكتروني من أجل ضمان سلعة للمستهلك الإلكتروني (العيدي، 2019-2020، ص204).

كما نجد أن تطبيق المفهوم الوارد في المادة 3 من القانون 02-04 وإضفاء الصيغة القانونية لعقد التجارة الإلكترونية على أنه عقد اذعان قد لا ينطبق على عقود التجارة الإلكترونية والتي أبرزت وقائع جديدة دفعت الفقه القانوني إلى التجديد في مفهومه لأن طبيعة نشاط التجارة الإلكترونية توفر خيارات لسوق أفضل.

المطلب الثاني: صور الممارسات التجارية غير النزيهة و تطبيقاتها على الممارسات الواقعة في نطاق التجارة الإلكترونية

نبت كل النظم القانونية الممارسات التجارية غير النزيهة كما سبقت الإشارة إليه، والمشرع الجزائري نظمها بموجب أحكام الماد 26-27-28 من قانون الممارسات التجارية، وأوردت المادة 27 صوراً للممارسات التجارية غير نزيهة على سبيل المثال لا الحصر وذلك من خلال الصيغ الواردة في نص المادة بقوله: "لا سيما منها التي نتناول أهم صورها وتطبيقاتها في نطاق التجارة الإلكترونية".

أولاً - الممارسات التي تهدف إلى إضعاف المنافس

وهي قيام المنافس من أجل تشويه صورة العون الاقتصادي المنافس الآخر، ويظهر ذلك من خلال تشويه سمعته بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته بإذاعة معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة مثل تشويه الحقائق بالخط من جودة البضاعة حتى ينصرف العملاء من المحل أو نشر بيانات كاذبة عن المواد التي تتكون منها البضاعة أو إشاعة معلومات كالأفلاس (مهي، 2016-2017، ص305)، أو الطعن في وطنيته أو القول بأنه ينتمي لمذهب سياسي مكروه شعبياً أو اعتناقه لدين مخالف لدين الدولة السائد أو القول على خلاف الحقيقة بأن منتجاته أو سلعه مغشوشة أو ضارة بصحة المستهلك أو بها مواد مخدرة أو محرمة شرعاً (غبيش، 2017، ص09)، ومهما كانت الوسيلة المعتمدة للتشهير سواء جرائد أو منشورات أو مطبوعات فهي تعد دليلاً على الطابع العلني للتشهير (غبيش، ص09).

هذه الأنواع من صورة المنافسة غير النزيهة فهي الأكثر شيوعاً في عالم الفضاء الافتراضي "الانترنت" مع تطور التجارة الإلكترونية فالولوج إلى هذه الشبكة يتم عبر أسماء النطاق وهي البوابة الرئيسية لبلوغ ذلك، إذ أصبح لزاماً على الشركات والأفراد أن تقوم بحجز اسم النطاق بما يتيح للجمهور رابطاً يستعمل لبلوغ المواقع الخاصة بهم، فاسم النطاق يسمى المستخدم في اللغة الإنجليزية للدالة على مواقع الحواسيب هو (Domain Name) وترجمته الحرفية هي اسم المجال أو اسم الحقل أو اسم الميدان، وبخصوص هذه العبارات قد جاءت معظم التشريعات الإلكترونية خالية من تنظيم هذا الموضوع فقد أطلق عليه تشريع التجارة الإلكترونية البحريني الصادر 14 أيلول 2002 (اسم النطاق) أما المشرع المصري فقد استخدم اسم الدومين في حين فضل البعض عبارة "العنوان الإلكتروني" وأطلق آخرون عليه عبارة "عنوان المواقع في شبكة الأنترنت" (هادي، 2005، ص43-44).

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

هذا، ويكون تسجيل الأسماء و مواقع الانترنت من اختصاص منظمة دولية غير ربحية تسمى "مؤسسة الانترنت للأرقام و الأسماء المخصصة" و يشار إليها اختصارا بـ ICANN و لهذه المنظمة جهات وطنية معتمدة و مخولة من قبلها بتسجيل أسماء و مواقع الانترنت على الامتدادات الوطنية مثل DZ في الجزائر (سماح، 2015، ص 419)، وقد تولدت الكثير من الممارسات غير النزيهة إذ قام أشخاص بتسجيل أسماء النطاق التي تحمل أسماء مشهورة أو علامات تجارية و احتلالها للابتزاز و إرغامهم إلى إعادة بيعها مع أنها تتعلق بأسمائهم، و هذه الأفعال تؤدي إلى خفض جوهري في عائدات الشركة.

وقد عالج القضاء الفرنسي العديد من القضايا المعروضة في ذات الشأن و من بينها الدعوى التي فصلت فيها الغرفة الرابعة لمحكمة استئناف باريس الغرفة التجارية رقم 04 بتاريخ: 26 افريل 2006، ورد في ديباجة القرار منافسة غير نزيهة ببريد الكتروني تشويه، و تتعلق وقائع الدعوى أن شركتي أونسيل (Oneseal) الدنماركية و شركة أنفارسال أنترنسيونال (Universel International) الفرنسية و هما شركتان متنافستان في السوق لتصنيع أختام الحماية العالية والمنطويتان تحت الجمعية الدولية المصنعة للأختام و المعروفة باسم: L'Association internationale de fabricants de scellées dit Isma، وأنه في 22 مارس 2004 أرسل أحد مديري هذه الشركة الأخيرة بريدا إلكترونيا إلى أحد أعضاء الشركة و إلى عدة أشخاص جاء فيه: " أنه وبعد اختبار رسمي أجرته الجمارك البريطانية خلص إلى أن منتجات الشركة المنافسة (Oneseal) غير مطابق للمواصفات ولا تستوفي المعايير التقنية المعمول بها بعد تجارب قامت بها الجمارك البريطانية و أن هذه المعلومات رسمية و مؤكدة يمكنك إبصالها إلى أي شخص مهتم و نشرها بأكبر عدد ممكن ؛ و قد خلص القضاء سواء الدرجة الأولى و كذا الاستئنافية التي أيدت الحكم المستأنف إلى القول بأن هذه الادعاءات و محتوى هذا البريد الإلكتروني يشكل ممارسة غير نزيهة و تشويه سمعة، و ينشر معلومات سيئة مست بسمعته و منتجاته و ألحقت تحقيرا بها و تهدف إلى إضعاف المنافس و قضت بإلزام الشركة بدفع التعويضات على أساس المنافسة غير المشروعة (<https://bit.ly/35r8Z6O>)

ثانيا- زرع الارتباك و الشكوك في ذهن المستهلك

تتنوع المنتجات و الخدمات في السوق، و يجب على كل عون اقتصادي أن يميزها عن منتجات وخدمات غيره لتجنب كل ما من شأنه إحداث اللبس و الخلط و زرع الشكوك في ذهن المستهلك، و قد وردت هذه الحالة في الفقرة الثانية من المادة 27 من القانون 02-04 بقولها: " تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم بزرع شكوك أو أوهام في ذهن المستهلك" (قانون 02-04، مرجع سابق).

ومن صور ذلك الاعتداء على العلامات المميزة كالاسم التجاري و العنوان التجاري و يكون موضوع التقليد في كيفية عرض المنتجات و كيفية صنع الواجهات الهندسية المعمارية للمحلات و الألوان و الديكور التي تميز الأعوان عن بعضهم، كما تكون موضوع تقليد كيفية توضيب المنتجات و غير ذلك من مظاهر تثير انتباه الجمهور (مهري، ص311)، وقد ينصب كذلك على الخدمة في إحداث التباس لدى المستهلك في معرفة مصدر الخدمة؛ إذ يعتري المستهلك لبسا في العون مقدم الخدمة ظنا منه أنه يتعامل مع عون اقتصادي اعتاد التعامل معه إلا أنه يكتشف أنه تعامل مع مقلد فقط، وهو ما يؤثر على مصالح المستهلك و العون الاقتصادي المعتدى عليه و يكبده خسائر جسيمة.

فلقد وجد في فضاء الانترنت جملة من هذه الممارسات و السلوكات ولاسيما بعد أن أصبحت التجارة في شكلها الإلكتروني في العالم الافتراضي بعيدة عن الواقع الحقيقي و أصبحت المنافسة غير المشروعة غير مرتبطة بفضاء جغرافي مادي، ففضاء الانترنت يشكل اليوم حقلا واسعا لانتشار التجارة الإلكترونية ومجالا خصبا لسرعة تنفيذها وازدياد حجمها ونقص تكلفتها واكبت أساليب متطورة من أنماط المنافسة غير المشروعة و الممارسات غير النزيهة، فتشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس سمعته أو خدماته و ذلك عن طريق فضاء المنتديات ببث رسائل في الانترنت لتحفيز منافسات للمشاركة في تشويه السمعة (p57, Gibert, 2015)، وهي ما جعل هنري فوردي يربطها بشيئين مهمين لا يظهران في ميزانية الشركة هما سمعتها و أفرادها، و كما قال أيضا دارن بيفات: "يلزم 20 سنة من أجل خلق سمعة و 5 دقائق فقط لتدميرها" (Tamseddak, 2017, p33)، ويكون الهدف من ذلك كله الوصول إلي الزبائن الحقيقيين و ثروتهم، فالتشويه عن طريق الانترنت سهل النشر، وهو ما يجعل الضرر معتبرا و هاما متفاقما، ومن ابرز صور ه أن يقوم الشخص باستخدام حيلة في تسجيل اسم الموقع أو اسم مماثل إلى حد كبير مع علامة تجارية، وهذا ما يعرف بـ Typosquatting دون أن يكون مطابقا لها، والهدف هو التظليل و إدخال اللبس و الارتباك في ذهن الجمهور من خلال المراهنة على الأخطاء المطبعية و الحصول على مكاسب مالية؛ حيث يستخدم مسجل اسم الموقع الحيلة عند تسجيله لاسم مشابه للعلامة الأصلية، وذلك عن طريق إحداث الخط و اللبس في ذهن الجمهور و العملاء ومن أمثلة ذلك تسجيل اسم نطاق متشابه مع علامة وهو تسجيل اسم موقع www.yafoo.com حيث تم حذف حرف H وإدخال حرف F أو إدخال تمديد جديد Rolex.com Rolex.Fr (بشار، 2019، ص76)، ولقد عرضت عدة قضايا على مركز الويبو للتحكيم و الوساطة من بينها القضية رقم 0362 - (D2001) و التي رفعتها شركة Microsoft-coopération ضد CNRLI brown الذي قام بتسجيل اسم الموقع www-microosoft.com المتماثل لدرجة تثير اللبس مع العلامة التجارية (Microsoft) و التي تملكها الشركة، حيث قضى المركز بنقل الموقع إلي الشركة المشتكية و كان التماثل في إضافة حرف O إلي كلمة Microsoft (Gibert, p57)

كما أن المفهوم العام لهذه الصورة هو زرع الارتباك والشك و الاشتباه في ذهن المستهلك، ومن أجل ذلك عمد القضاء الفرنسي إلى اقتراح معيار لضبط وجود ارتباك و خلط في ذهن المستهلك باعتماد وجود هذا الارتباك أو خطر حدوثه على المستهلك أو لنوى الانتباه المتوسط غير المتفطن فيكون كذلك عنده يمس مجموع المستهلكين غير المحترفين وغير المختصين.

ثالثا- استغلال مهارة تقنية تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها (التطفل التجاري)

وردت هذه الصورة في الفقرة الثالثة من أحكام المادة 27 من القانون 04-02، لم يعرف المشرع الجزائري و لا الفرنسي هذه الممارسة و نصّ الأول فقط على حالتها التطبيقية في القانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و عرفها القضاء الفرنسي بأنها "توقع المؤسسة في سياق المنافسة الأخرى بهدف استغلال مجهودها أو خبرتها دون مقابل أي هو كل انتفاع يتحصل عليه تاجر من مهارات تاجر آخر دون رضاه ودون بديل" (مفتاح، 2018، ص806)، ويعرف التطفل التجاري بأنه "مجموع الممارسات التي يتدخل من خلالها عون اقتصادي في نظام عون اقتصادي آخر بغرض الحصول على المنافع الاقتصادية التي تحققها المهارات و المعارف المهنية التي استثمر و اجتهد العون الاقتصادي المتطفل عليه لأجل بلورتها و الانتفاع بها" (مطوية اليوم الدراسي للمدرسة التجارية لولاية قالمة المعنون تحرير المنافسة في الممارسات غير النزيهة و غير المشروعة -27 افريل 2016 بدار الثقافة عبد المجيد الشافعي).

عيب محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

إن شبكة الانترنت تعد معقلا للتطفل و يأخذ فيها أشكالاً مختلفة؛ إذ إن بعض الشركات وجدت في فضاء الانترنت رافدا لإنشاء تلك الممارسات المفضلة لهم لرفع رقم الأعمال (<https://bit.ly/3k4Lu7E>) ، و من أهم صوره استنساخ الخاصية البصرية للموقع أو نسخ محتوى موقع آخر، و تعد هذه الصور من أبرز المنازعات الحاصلة في التطفل التجاري في مجال التجارة الإلكترونية.

وقد عالج القضاء الفرنسي العديد من القضايا في ذات الشأن بالنسبة لهذه الصورة ومن بين القرارات الأولى قضية شركة BEMOU الناشطة في مجال الألعاب على الانترنت وناشرة ألعاب "متجر بيمو" MABimbo لاحظت شركة منافسة لها توزع لعبة محتواها مشابه تماما لما توزعه وقد استعملت عبارة Bimbo store و استعمل مختلف الخصائص المرئية ما ورد خلط بين الشركتين و رأت محكمة الاستئناف 15 مارس 2013 أن ذلك يشكل تطفلا تجاريا و قضت بالتعويضات على أساس المنافسة الطفيلية غير النزيهة، كما أنه و في قضية مماثلة وعن نفس الصورة إذ قامت شركة بنشر مقال على الانترنت مستعملة بأسبقية حسب جريدة le point، وتم نشر هذا المقال متطفلا مستعملا شهرة الجريدة و أكدت محكمة الاستئناف بباريس بموجب القرار الصادر بتاريخ: 09 نوفمبر 2012 الغرفة الثانية وجود تطفل و قضت بالتعويضات كذلك على أساس وجود ممارسة غير نزيهة (<https://bit.ly/3bThx7y>)، كما أن ممارسة التطفل التجاري في صور بارزة على الانترنت كتقليد موقع شركة منافسة أو التشابه في تخطيط الموقع إذ إن اسم الموقع هو عبارة عن عنوان فريد و متميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية و اللاتينية و الأرقام التي يمكن الوصول بواسطتها لموقع الانترنت (بوسقية، 2013، ص 86) و أن أسماء المواقع تمثل قيمة اقتصادية هامة، إذ تضم شبكة الانترنت ملايين المواقع التجارية و عملية تأسيس موقع تجاري في ظل الحجم الضخم من المواقع يختلف عن افتتاح متجر في سوق تقليدية محدودة؛ إذ يحتاج الأمر إلى عناية فائقة و تخطيط مفصل و مدروس.

وقد وضع خبراء الأعمال و التسويق على الانترنت عشرات الخطوات لتأسيس و إطلاق موقع تجاري رقمي (زرقون، 2007، ص 10-09)، وأن أهمها تحديد الأهداف المطلوبة من الموقع التجاري على الانترنت حتى تغطي الاحتياجات، وتعكس المعلومات المطلوب إظهارها للعملاء و تحديد الحدود التقنية للمتسوقين و تحديد الوسائط اختيار اسم الموقع واختيار شركة خاصة بتصميم المواقع، وأن ذلك بطبيعة الحال يتطلب استثمارات هامة؛ إذ يستغل المنافسون شبكة الانترنت متطفلين على المنافس و استقلال مهاراته دون ترخيص من صاحبها، بل الاعتداء الكلي على هذه المواقع

رابعاً- إغراء مستخدمين عون اقتصادي منافس و الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجبر قديم أو شريك

حدد المشرع من خلال الفقرة الرابعة المادة 27 القانون 02-04 الضوابط العامة لهذه الممارسة بقوله "تعتبر ممارسة غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل" (المادة 27 فقرة 04 قانون 02-04، مرجع سابق)، وتتنوع أساليب الإغراء حسب طبيعة النشاط و العمل و يعتمد الكثير من الأعوان الاقتصاديين في تسيير و إدارة شؤون مؤسساتهم على عمال بارزين بسبب ما يتمتعون به من خبرة و دراية في النواحي الفنية و الإدارية و التقنية و التسويقية دورا أساسيا في نجاح العون الاقتصادي و إزهاره مما ينعكس إيجابا علي مداخله و أرباحه.

هذا النجاح في الواقع و الربح يزج الكثير من المنافسين مما يدفعهم إلى عرقلة نجاحه من أساليبهم في ذلك هي تحريض و إغراء بعض عمال و مستخدمين العون الاقتصادي الناجح على ترك العمل و التحاقهم بالعمل لديه بإغرائهم ببعض الحوافز و المغريات كإعطاء عمولات سنوية من الأرباح بنسبة أكبر من التي كانوا يحصلون

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

عليها و الزيادات في الرتب (عميرات، 2015-2016، ص191) وكذا جملة من الحوافز، فإن ذلك يؤثر تأثيرا بالغا و يؤدي إلى إضعاف أو إلى شلل تام للمؤسسة بالنظر إلى القيمة الفعلية الحقيقية لتلك الخبرات و التي يصعب أليا تعويضها و لا سيم ا في بعض القطاعات، كما اعتبر المشرع من خلال الفقرة الخامسة بقوله أن الاستفادة من الأسرار المهنية للتعون الاقتصادي المنافس من طرف عامل أجبر قديم أو شريك للتعون الاقتصادي أن العامل بحكم عمله قد يقف على أسرار المستخدم الأمر الذي يجعله يستغل هذه الأسرار لمصلحته الشخصية فينافس المستخدم في مجال النشاط الذي يمارسه أو يستخدم هذه الأسرار لصالح المستخدم الذي التحق بخدمته و هو أمر غير مشروع كما قد يلحق بأضرار جسيمة بالمصلحة الاقتصادية للمستخدم و تظهر خطورة هذه المنافسة إذا استطاع العامل الإطلاع على أسرار الصناعة و الاتصال بالزبائن و تقنيات و التمويل و التسويق بحكم منصبه كمسير أو ممثل تجاري (ديب، 2012-2013، ص05)، ويسري ذلك كذلك على الشركاء في جميع أنواع الشركات التجارية إذا تضمنت العقود التأسيسية هذا الشرط و الإلزام.

ويلعب استخدام نوادي المصادات على الخط و ما سمي "سبام" وكذا مواقع التوصل الاجتماعي دورا فعالا في توظيف عمال المنافس و إغرائهم و ينتج عن ذلك بطبيعة الحال الاستفادة من أسرار المهنية، وتجدر الإشارة إلى أن بعض الوضعيات لا تشكل تحريض إذا قام أجبر سابق من صاحب العمل السابق أخذ زبون له إذا كانت له صلة قرابة به و له بعض علاقات خاصة وقام بإنشاء موقع تجاري وقام الزبائن فتح العلاقة مع الشركة أو حتى على مواقع التواصل الاجتماعي و ترجع السلطة الموضوعية لقاضي الموضوع في كل ذلك (Gibert p73)

خامسا- إحداث خلل في تنظيم النشاط التجاري ليعون اقتصادي منافس والإخلال بتنظيم السوق

تعتبر من صور الممارسة التجارية غير النزيهة طبقا لما هو منصوص عليه في الفقرة 6-7 من المادة 27 من القانون 04-02 كل ما من شأنه عرقلة سير العمل التجاري وانتظامه كقيام المنافس بالتحريض على الإضراب و ترك العمل للعمال بقصد اجتذاب العمال و تخويفهم، و كذا قيامه بإعدام الإعلانات و اللافتات التي يستخدمها المحل في الإعلان عن بضائعه و ترويجها (محرز، 1978، ص205)، كما أن الإخلال بتنظيم السوق و إحداث اضطرابات فيه و ذلك بمخالفة القوانين السارية المفعول و بما تتضمنه من محظورات على وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو كمن يبيع سلعة بثمان الشراء دون إضافة الرسم على القيمة المضافة TVA مما يجعل سلعته الأقل ثمن و بالتالي الأكثر رواجاً ، تمارس التجارة الإلكترونية وفقا للقواعد و الأسس التي تحكم التجارة التقليدية غير أن مشكل خضوع نشاط التجارة الإلكترونية إلى الضريبة قد كان محل جدل و تباين اتجاهات التشريعية الداخلية في التعامل مع معاملات التجارة الإلكترونية ضريبيا كون التجارة الإلكترونية تتخطى الحدود الزمانية و المكانية و من أهم حجج الآراء الرافضة لفرض الضرائب على التجارة الإلكترونية التي تعد بيئة اقتصادية تشجع النشاط التجاري المستجدي ينمو و يتطور و أن فرض الضرائب التقليدية سيؤدي إلى إعاقة هذا النمو و لن يبرز خصائصها كاملة (قيس، 210، ص218)، ويحد من انطلاقها و يؤدي إلى تأثرها وهي في مهدها، و الاتجاه المؤيد يرى أن عدم خضوع التجارة الإلكترونية للضريبة مخالفة لمبدأ المساواة في الخضوع للقانون الضريبي (احسان، 2004، ص138)، حيث تتسم التجارة الإلكترونية بالنمو السريع في الإقبال على ممارستها ، فعدم إخضاع معاملاتها للضرائب من شأنه أن يضعف حصيلة الدولة (مقلاني، 2018، ص246)، و لقد تبنت الجزائر و فرنسا و سويسرا المبدأ الثاني المؤيد لفرض الضريبة و نصت المادة 03 الفقرة الأخيرة من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري على ذلك "تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق و

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

الرسوم التي ينص التشريع و التنظيم المعمول بهما" (المادة 03 من القانون 05-18، مرجع سابق) و يشكل ممارسة غير نزيهة التغاضي و تجاهل الالتزامات الضريبية المرتبطة بأنشطتهم ، فالتاجر في نشاط التجارة الإلكترونية الذي لا يطبق معدل الضريبة المضافة يعتبر مخالف للتشريع الساري المفعول و مرتكب لممارسة تجارة غير نزيهة (Cédricmanara, 2013, p139)، فعدم إخضاع المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الرسوم حسب المادة 03 السالفة الذكر من قانون التجارة الإلكترونية يعد حسب المادة 27 فقرة 7 تهرب من الالتزامات و يعد هذا العمل ممارسة غير نزيهة، وقد كرس القضاء الفرنسي ذلك في القرار الصادر بتاريخ: 09 مارس 2010 الغرفة التجارية بباريس أين تم بيع منتجات مماثلة و تسويقها و عدم تطبيق معدل ضريبة القيمة المضافة المعمول بها مما نتج عنه تسويق المنتجات بلوخص من ثمنها حيث يعد تشويها للمنافسة و ممارسة غير نزيهة ، و كان ذلك عند النظر في الدعوى بين شركتين فرنسية وسويسرية تقومان ببيع الإطارات المطاطية (Cédricmanara,p130).

كما إن استخدام الإنترنت في التجارة الإلكترونية وما تتيحه من فرض المبيعات والعرض و التسويق في العالم يعد مسرحا هاما للمنافسة، إذ تشهد طرق التسويق ثورة كبيرة مع بروز تقنيات مبتكرة للاتصال و لاسيما الإنترنت الذي لعب دورا قويا في التسويق مما زاد من قوة المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين في التسويق الإلكتروني لخدماتها ومنتجاتها ومن الإستراتيجيات التي اتبعت و استخدمها المتنافسون الاقتصاديون في خلق الاضطراب La Désorganisation هو اختطاف العملاء، وقد ظهرت ممارسة تجارية جديدة من أجل جلب العملاء و الاحتفاظ بهم وهي عملية تسمى الكربون الإلكتروني أو الكربون المتقاطع إذ أنه و باستخدام "الباركود" ينتج عنه تحويل العملاء عن طريق هذه القسيمات (LA Désorganisation,2006,p175).

فالمحافظة على الزبائن وولائهم هي قضية أساسية و مصدر اهتمام لأي شركة اعتمدت طريقة عملية تقنية حديثة تسمى الكربون الإلكتروني بها رموز "كودبار" يتم قراءته بواسطة الإعلام الآلي الموجود لدى قابض المتجر وهي قسائم التخفيض يتم تقديمها مع ظهور المنتج المسوق ليتم استخدامها في عملية شراء قادمة تختلف عن المنتج الأول الذي حصل عليه، فهذه الطريقة تنطوي علي أحدث خلل في تنظيم النشاط التجاري لعون اقتصادي منافس وإخلال بتنظيم التسوق.

سادسا-الإشهار التضليلي كوسيلة للإخلال بنزاهة الممارسات التجارية

يكتسي الإشهار أهمية بالغة و يعد ضرورة ملحة في تنمية الأعمال و تسويق المنتجات، فالإشهار يساهم في زيادة سرعة الطلب على المنتجات و الخدمات المعلن عنها (بوراس، 2014، ص 109)، و يعد أحد الركائز المنافسة في المجتمع الصناعي و الاقتصادي الذي يستلزم وفرة المعلومات و تدفقها وانسيابها (حامدي، 2016، ص 248)، وقد سارعت النظم القانونية المختلفة إلى وضع قواعد قانونية لضبط العملية الإشهارية، و بالرغم من أن التعريفات أمر منوط للفقهاء و القضاء كقاعدة عامة غير أن المشرع الجزائري وبموجب أحكام المادة 02 من القانون 02-04 المعدل و المتمم بالقانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية عرف الإشهار بأنه "كل إعلان يهدف بصورة مباشرة إلى ترويج السلع و الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستخدمة" (قانون 02-04 —مرجع سابق).

وقد عرف كذلك المشرع الجزائري الإشهار التجاري الإلكتروني بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المادة السادسة منه "كل إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع و توفير الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية" (قانون 05-18، مرجع سابق)، وقد يساء استخدام الإشهار ويؤدي

إلى اختلال التوازن بين المتنافسين؛ فيظهر للجمهور على غير حقيقته فيضله، وبالنتيجة يستفيد من العملاء على حساب العون الاقتصادي المنافس له وهو ما يعرف بالإشهار التضليلي كوسيلة للمنافسة غير المشروعة، وقد ذهبت كل التشريعات الداخلية و التوجيهات الأوروبية كذلك إلى حظره، وقد أورد الفقه الفرنسي عدة تعريفات للإعلان المضلل فعرف بأنه نشر معلومات تجارية أو صناعة غير دقيقة لخداع الرأي العام حول المنتجات أو الخدمات التي تباع للعملاء و يختلف التضليل للصفات والمهارات التي يمتلكها هؤلاء العملاء (ححو، 2016، ص66)، وقد منع المشرع الجزائري في نص المادة 28 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كل إشهار تضليلي وعلى الأخص إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته (المادة 28 من قانون 02-04 مرجع سابق).

وكذلك تطرق المشرع إلى حظر هذا الإشهار التجاري الإلكتروني المضلل بموجب قانون التجارة الإلكترونية 05-18 في مادته 30 الفقرة الأخيرة بقولها "التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفؤها للاستفادة من عرض تجاري ليست مضللة و لا غامضة" (المادة 30 من القانون 05-18، مرجع سابق)، أما المشرع الفرنسي فقد عرف الإعلان المضلل في المادة 01/121 من قانون الاستهلاك الفرنسي بأنه كل إعلان أيا كان شكله يتضمن ادعاءات أو مؤشرات خاطئة أو يكون من طبيعتها أن تؤدي إلى الوقوع في الخطأ؛ إذ ورد على أحد أو أكثر من العناصر الآتية: جودة السلعة أو الخدمة و طبيعتها و تكوينها (نجم، ص 123)

ولقيام التضليل في الإشهار التجاري يستوجب توافر عنصرين الأول مادي والثاني عنصر معنوي الذي هو اتجاه الإرادة وسوء النية إلى الأفعال المادية، أما العنصر المادي في الإشهار المضلل ف هو كل ما من شأنه أن يخلق لبسا بهدف خداع المستهلك (بوراس، ص 344) ومهما كانت الوسيلة المستعملة من وسائل الإعلام المكتوبة أو المرئية أو السمعية، وقد يأخذ السلوك المادي صورة أو حالة من الحالات المنصوص عليها في المادة 28 من القانون 02-04، كما يكون الإشهار مضللا عن طريق الترك؛ وهو سلوك إيجابي يمكن أن يكون التضليل بإغفال لأحد البيانات الجوهرية الخاصة بالمنتج أو الخدمة المعلنة؛ وهو ما يسمى بالإشهار المضلل عن طريق الترك (بوراس، ص 347)

كما أن المشرع الجزائري ومن خلال قانون التجارة الإلكترونية 05-18 و في مادته 30 قد حدد ضوابط الإشهار الإلكتروني و المبادئ الأساسية التي تحكمه لاسيما مبدأ تحديد الإعلان الإلكتروني ووضوحه، و يقصد بذلك وجوب قيام المعلنين والناشرين بتوضيح كل ما يتعلق بالإعلانات بشكل صريح في الإعلان الإلكتروني (نجم، ص 117)، كمبدأ شفافية و أمانة الإشهار الإلكتروني أي أن ينشر إعلانات أمنية خالية من أي كذب أو تضليل و أن تكون المعلومات مطابقة للواقع، وحظر الإشهار الإلكتروني المضلل في الفقرة الأخيرة من المادة "التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة و لا غامضة " (المادة 30 من القانون 05-18، مرجع سابق).

وتتم صور الإشهار التضليلي في التجارة الإلكترونية باستخدام الإشهار الإلكتروني الذي هو من أفضل وأهم الطرق التسويقية الترويجية الناجحة و غير المكلفة التي يستخدمها الأعوان الاقتصاديين لتنفيذ المشاريع التجارية المختلفة التي تقوم بعرضها، لذا يأخذ الإشهار الإلكتروني عبر الشبكة صورتين تكون الصورة الأولى عبر الموقع الإلكتروني، أما الصورة الثانية فتكون عبر البريد الإلكتروني في شكل رسالة إلكترونية، و يكون الإشهار عبر شبكة الانترنت خلال المواقع المعروفة مثل موقع الياهو أو أمازون أو أيباي، و يبدو هذا النوع من الإشهار على الشاشة دون طلب المستخدم الشبكة حيث يظهر تلقائيا ما يسمى بالبانر (BANNER)؛ إذ يظهر على حافة شاشة الكمبيوتر في هذا الصدد بتكنولوجيا الإشهار وفي حضور مستمر حيث يمكن من إظهار سلسلة من

عبيب محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

الإشهارات المتتالية في بعض الثواني، كما هو الحال "ستريمينق" الذي يظهر فيه الإشهار من خلال الفيديو بصورة واضحة مع الصوت في ثوان قصيرة.

وقد يكون الإشهار في شكل إرسالية، و الإشهار عبر البريد الإلكتروني و يسمى في هذه الحالة "سبام" و هو إرسال مجموعة كبيرة من الرسائل الإلكترونية لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت دون رغبتهم (حوحو، ص67-68)، و تلك التي تحتوي على مضمون غير مشروع أو إعلانات مضللة كون أن التضليل في الإشهار الذي يتم عبر الوسائل الإشهارية التقليدية هو ذاته الذي يتم بالوسائل الإلكترونية غير أن الكذب و التضليل على الشبكية المعلوماتية تأثيره أشد و مداه أقوى (صيلع، 2019، ص102)،

ولقد عالج القضاء الفرنسي كل الصور السالفة الذكر ولاسيما المنصوص عليها في المادة 28 الفقرة الثانية من القانون 02/04 المتعلقة بالإشهار التجاري المؤدى إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه، و تتلخص وقائع الدعوى أنه بتاريخ: 07 أفريل 2010 أنشأ السيد "يان" دليل الشركة للشركات المستقلة متخذة موقعها الإلكتروني www.rst-repertoire و للقيام بعملية الإشهار و الترويج لهذه الشركة و ذلك عن طريق إرسال عروض تجارية و بنشر مستند نموذج العضوية والشروط العامة لبيع هذا النموذج مشابهة تماما للمستند الصادر عن منظمة الضمان الاجتماعي الفرنسي "regime social des independents" مما دفع مدير الإدارة العامة لحماية السكان بإقامة دعوى أمام محكمة باريس القسم الاستعجالي يطالبها من أجل وضع حد لهذه الممارسة غير النزيهة عن طريق الإشهار المضلل أين أصدرت المحكمة حكما بتاريخ: 18 أوت 2011 قضى برفض الدعوى و أنه على إثر استئناف ، طالب المستأنف بوقف إرسال و استعمال هذا الإشهار و هذا النموذج من المستند الذي يحمل تشابها مع نموذج الاشتراك للضمان الاجتماعي الفرنسي، و أنه تلقى مئات الشكاوى التي تعترض هذه الوثيقة الإعلانية الإشهارية الذي تستوجب الدفع الإلكتروني، وأن ذلك يشكل اضطرابا خطيرا للنظام العام يجب إيقافه، وفعلا قد جاء في أسباب القرار ممارسة هذه الشركة للإشهار المضلل الذي أحدث ارتباكا و التباسا في هذه الخدمة بالعروض الزائفة و المضللة، وقضى بإلغاء الأمر ، و أمر المستأنف عليها بالتوقف عن إرسال واستخدام هذه الرسائل المعنونة بـ نموذج العضوية باختصار RSA وهذا تحت طائلة الغرامة التهديدية (<https://bit.ly/2E0myik>) ، وفي قرار آخر بحكم صادر بتاريخ: 24 أكتوبر 2007 اعتبرت محكمة باريس الإشهارات التي يجرى تنفيذها تحت اسم مستعار تعتبر فعلا غير مشروع و غير نزيه، وهو بذلك مخالف لأحكام المادة 19 من القانون المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي التي تشترط وجوب إظهار الهوية كاملة لموردي الأشياء على الإنترنت ، وهذا ما يتفق مع ما جاء به المشرع الجزائري في المادة 30 الفقرة الثالثة أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه (المادة 30 من القانون 05-18، مرجع سابق)، ويجب الإشارة إلى أن مسالة الطبيعة العابرة للحدود للإشهار الإلكتروني يطرح إشكالات قانونية في مدى اعتبارها ممارسة غير نزيهة لاختلاف النظم و الاعتبارات النظام العام المطبق لكل دولة

المبحث الثاني: آليات الحماية القانونية من الممارسات التجارية غير النزيهة في نطاق التجارة الإلكترونية

وضع المشرع الجزائري آليات للحماية من الممارسة غير النزيهة، تتمثل الآلية الأولى في الدعوى الجزائية المنصوص عليها في القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و قانون التجارة الإلكترونية 05-18 بالقواعد المقررة في القواعد العامة عند الاقتضاء (مطلب أول)، وآلية أخرى تمارس أمام القضاء المدني و هي دعوى المنافسة غير المشروعة لوقف الممارسات التجارية غير النزيهة و المطالبة بالتعويض (مطلب ثاني).

المطلب الأول: الحماية الجزائية

تتميز الجرائم الإلكترونية بأن لها خصائصا تختلف عن الجريمة العادية بالنظر إلى البيئة التي تقع فيها هذه الجريمة وارتباطها بتقنية المعلومات وكونها عابرة للحدود والتجارة الإلكترونية تمارس كل نشاطاتها و معاملاتها عبر شبكة المعلومات، ولقد تدخلت التشريعات المقارنة إلى التدخل التشريعي لإيجاد منظومة موضوعية وإجرائية لحماية التجارة الإلكترونية، وتعد السويد أول دولة وضعت قوانين خاصة لهذه الجرائم أصدرت قانون البيانات سنة 1973 كما تبنت الولايات المتحدة الأمريكية قانونا لحماية أنظمة الحساب الآلي و أصدرت فرنسا قانون الحريات المعلوماتية سنة 1978 ثم قانون قودفران 1988، ومن بين التشريعات العربية أصدرت الإمارات العربية المتحدة في 2006 قانون مكافحة تقنية المعلومات (عبد الصبور، 2012، ص12)، والجزائر سارعت إلى احتواء الفراغ التشريعي كذلك بموجب القانون 15/2004 المؤرخ في: 10 نوفمبر 2004 المعدل و المتمم لقانون العقوبات و يتضمن القسم السابع مكرر المعنون بالاعتداء على أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات من المواد 294 مكرر إلى المادة 395 مكرر و كذلك في قانون الإجراءات الجزائية بموجب القانون 22-06 المؤرخ في: 20 ديسمبر 2006 بموجب الفصل الرابع ثم دعم المنظومة القانونية بالقانون 09-04 المؤرخ في: 05-08-2009 المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتعلقة بتكنولوجيات الإعلام و الاتصال (قانون 04-09، مرجع سابق)

ثم وضعت الجزائر منظومة تشريعية توطر التجارة الإلكترونية بموجب القانون 18-05 الذي خصص الباب الثالث منه للجرائم و العقوبات ، حيث نجد المادة 35 (القانون 18-05، مرجع سابق) تحدد إجراءات معايينة المخالفات؛ إذ تم إحصاء كيفية مراقبة المعايينات و المخالفات للتنظيمات المعمول بها، و لاسيما ما تعلق بأنشطة التجارة و حماية المستهلك و قمع الغش ، أما المادة 36 فتحدد الأعوان المكلفين بذلك طبقا للأحكام المنصوص عليها بالقانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية (القانون 04-02، مرجع سابق) وحماية المستهلك كما ألزمت المورد الإلكتروني بوجوب إلزام الأعوان المؤهلين لها بالولوج بحرية إلى توارخ المعاملات التجارية محيلا الى العقوبات الماسة بنزاهة الممارسة التجارية المعاقب عليها في المادة 38 من القانون 04-02 (المرجع نفسه) ، فالممارسات التجارية غير النزيهة هي الانحراف و الخروج عن مبادئ اقتصادية التجارة بالمعيار الواسع الذي اتبعه المشرع لأنه يشكل سلوكا عاما للجريمة.

المطلب الثاني : الحماية المدنية

إن المنافسة التجارية بين الأعوان الاقتصاديين قد تخرج عن الأعراف التجارية النزيهة مما يولد ضررا للغير كما سبقت الإشارة إليه في صور المنافسة غير النزيهة، وإن وقف هذه الممارسات و التعويض عنها يطلق عليها دعوى المنافسة غير المشروعة، فأغلب التشريعات ومنها التشريع الجزائري لم تنظم الدعوى بنصوص صريحة و محددة، بل تركت أمرها لاجتهاد القضاء؛ ونجد أن الفقه مختلف في إسناد الدعوى فمنهم من أسسها على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية بينما أخذ فريق آخر من الفقه إسنادها إلى القواعد الخاصة بها (علاش، 2014، ص44)، إذ يعرفها البعض أنها الجزاء الذي يقره القانون على ما قد يصدر من الغير من سلوك معيب في ميدان المنافسة (زويتن، 2020، ص182).

وعلى العموم فقد أخذت أغلب التشريعات بفكرة دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس المسؤولية التقصيرية التي تعتبر من أكثر المبادئ مرونة في تحقيق الحماية، و قد تبنى القضاء الفرنسي من خلال المواد 1302-1303 من القانون المدني الفرنسي و القضاء المصري من خلال نص المادة 163 من القانون المدني

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

المصري، و تنبأه القضاء الجزائري إذ يؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على الأحكام العامة للمسؤولية التقصيرية على أساس المادة 124 من القانون المدني التي تنص على أن " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه و يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض" (القانون المدني الجزائري 58-75، مرجع سابق).

فطبق أحكام المادة 124 من القانون المدني لدعوى المنافسة غير المشروعة يشترط أن يوجد منافسة تتصف بعدم المشروعية هي ركن الخطأ، و أن ينشأ ضرر عن هذه المنافسة غير المشروعة وهو ركن الضرر و أن تتوفر علاقة السببية بين الخطأ للعمل غير المشروع الذي قام به المنافس و الضرر الذي أصاب التاجر المضرور (محرز، ص199).

وقد تناول المشرع الجزائري الممارسات التجارية غير النزيهة في الفصل الرابع من الباب الثالث و عرفت المادة 26 الممارسات غير النزيهة ، وفي المادة 27 منه حدد صور الخطأ للممارسات التجارية غير النزيهة على سبيل المثال لا الحصر على النحو السالف الذكر.

فالأصل في الميدان التجاري هو حرية المنافسة و ركن الخطأ في المسؤولية غير المشروعة هو إتباع أساليب غير مشروعة و مخالفة للعرف و العادات التجارية، لكن الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة والشرف و النزاهة في التعامل التجاري؛ ذلك أن المنافسة في حد ذاتها عمل مشروع و لكن المنافسة التي تتحرف عن واجب الالتزام بالأمانة و النزاهة تعد خطأ يستوجب المسؤولية (شريفي، 2016، ص133)، و يتميز الخطأ في هذه الدعوى بطبيعة خاصة ذلك أن سوء النية أو قصد الإضرار لا يشترط اقترانه بخطأ المدعى عليه للقول بوجود الخطأ بل يكفي مجرد الانحراف في السلوك المنظم وفق قواعد أو أعراف التجارة و لو لم يكن متعمدا (عبد الله، ص07).

و من آثار دعوى المنافسة هي وقف الأعمال غير المشروعة كما رأيناه سابقا في الدعوى المعروضة على القضاء، و كذا التعويض الذي يتم تقديره وفقا للضرر الناشئ و الذي لحق بالمضرور يستند إلى مبدأ ما فاتته من كسب و ما لحقه من خسارة طبقا لأحكام المادة 182 من القانون المدني مع تطبيق أحكام المادة 131-132 في تقرير التعويض و يشمل التعويض الجانب المادي و الجانب المعنوي لكن أهم عنصر في دعوى المنافسة غير المشروعة في مجال التجارة الإلكترونية هو عنصر الإثبات؛ فإذا كان الإثبات في المجال التجاري التقليدي حر أي لصاحب الحق أن يثبت حقه بكافة طرق الإثبات (فضيل، ص 145)، كما له أن يثبت الممارسات والاعتداءات التي مست به ، فلن الأمر مختلف بالنسبة للمجال التجاري الإلكتروني ف مع تطور تكنولوجيا المعلومات و ظهور تقنيات حديثة يمكن استخدامها في التجارة الإلكترونية ساهمت في نمو هذه التجارة لكنها أصبحت كذلك تمارس من خلالها ممارسات غير نزيهة على النحو السالف ذكره و بطريقة أسرع في العالم الافتراضي.

ولقد أفرز هذا التقدم العلمي في مجال التكنولوجيا وسائل إثبات حديثة كالدليل الرقمي وهو الدليل المأخوذ من أجهزة الكمبيوتر في شكل موجات و نبضات مغناطيسية أو كهربائية يمكن تجميعها و تحليلها بواسطة برامج تطبيقات و تكنولوجيا خاصة و هي مكون رسمي لتقديم معلومات في أشكال متنوعة مثل النصوص المكتوبة أو الصور أو الأصوات أو الرسوم من أجل اعتماده أمام أجهزة القانون (بلعيب، 2019، ص137)؛ إذ إنه من خصائص الدليل الرقمي أنه دليل علمي ذو طبيعة تقنية لا يمكن أن يتواجد خارج البيئة التقنية أي العالم الافتراضي مثل شبكة الانترنت و الأقراص الصلبة و المرئية و الخوادم وغيرها و الدليل العلمي صعب

التخلص منه بالحذف و الطمس (سلامة، 2018، ص136)، و تبعا لهذه الخصائص فإن القضاء عندما تعرض عليه مسألة تتعلق بنزاع في التجارة الإلكترونية بصفة عامة أو ممارسة غير نزيهة في القضاء الافتراضي فإنه يمكن الاستعانة بالأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات أو تعيين خبير أو خبراء في مجال التجارة الإلكترونية الأمر الذي تبنته كل الأنظمة الإجرائية و التشريع الجزائري يؤسس ذلك على أحكام المادة 125 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية التي تنص بالقول " تهدف الخبرة إلى توضيح واقعة مادية تقنية أو علمية للقاضي " (قانون رقم 09-08 مؤرخ في: 25 فبراير 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية جريدة رسمية رقم: 21)، ويطرح محضر المعاينة المعد من طرف المحضر القضائي لإثبات حالة تلك الممارسات في التشريع الجزائري تأسيسا على أحكام المادة 12 من قانون 06-03 المتضمن تنظيم مهنة المحضر القضائي ، والقيام بمعاينات مادية بحتة سواء بناء على أمر قضائي أو بناء على طلب الأطراف دون إبداء رأي (قانون رقم 06-03 المؤرخ في 20 فبراير 2006 يتضمن تنظيم مهنة المحضر القضائي)، ونظّمه المشرع الفرنسي بموجب الأمر رقم: 45-2592 المؤرخ في 02 نوفمبر 1945 المعدل بالأمر 727-2016 في 02 جوان 2016 المتعلق بالمحضر القضائي المادة الأولى منه التي تحدد أن معاينات المحضر القضائي يجب أن تكون معاينة مادية بحتة بدون إبداء رأي، دون أن يتبع ذلك جدل قانوني حول مدى حجته و ضوابطه و تنظيمه.

على أن القضاء الفرنسي قد عرف تباينا في ذلك أدى في الكثير من القضايا بإبطال المعاينات المنجزة إلى أن وضعت محكمة باريس الكبرى بموجب الحكم الصادر بتاريخ: 04 مارس 2004 التي حددت الشروط التقنية للمعاينة في قضاء الإنترنت عن طريق المحضر القضائي كالتالي: وجوب وصف المعدات المستعملة، الإشارة إلى عنوان Ip الخاص بالكومبيوتر، الذي وظيفته: مسح ذاكرة التخزين المؤقتة لكمبيوتر قبل المعاينة وحذف ملفات تعريف الارتباط ، حذف بيانات التصفح القديمة، تفعيل اتصال الوكيل، ثم يقوم بعملية المعاينة عرض اسم الشخص و الهيئة التي تملك اسم النطاق ، عرض مسار التتبع الذي أرسله المتصفح للموقع تلك الموجبات التي تبنتها الوكالة الوطنية للتقييس (Agence française de normalisation (anfor بتاريخ: 11 سبتمبر 2010 مقياس NTC 67.147 و الذي حدد آليات إجراء معاينة من طرف المحضر القضائي التي يجب احترامها تحت طائلة البطلان (<https://bit.ly/33n6u2P>)

خاتمة:

لقد حاولت معظم التشريعات إخضاع الممارسات التجارية غير النزيهة الواقعة في التجارة الإلكترونية إلى القواعد الموضوعية والإجراءات التقليدية، وقد لعب القضاء الفرنسي دورا هاما في تطوير تلك القواعد والنصوص، و أرسى أهم المبادئ القضائية التي تحد من تلك الممارسات؛ فالتقنيات المعلوماتية عالم لا حدود له وهو في تطور مذهل و متسارع؛ فمن الصعب مجاراته كما أن الطابع الدولي لهذه الممارسات يعد عائقا أمام الجوء إلى القضاء بسبب تنازع الاختصاص من جهة واختلاف الإجراءات المتبعة بين الأنظمة الإجرائية من جهة أخرى، كما أنه من ناحية موضوعية فإن بعض الصور لهذه الممارسات قد تكون ممارسة مباحة و لا تخالف مبدأ النزاهة في تشريع دولة أخرى، و لذلك لعبت الجهات و المراكز المعتمدة من قبل الإيكان كمركز الويبو للوساطة و التحكيم و منتدى التحكيم الدولي و كذا المركز الآسيوي لحل النزاعات وأسماء المواقع دورا هاما في فض النزاعات المتعلقة بهذه الممارسات، فالممارسات غير النزيهة الحاصلة في التجارة الإلكترونية قد تضعف من حجم ممارستها وتعيق انتشارها، ولذلك وجب تضافر الجهود الدولية من أجل إيجاد تدابير و إعداد معاهدات متعددة الأطراف للتعاون من أجل إرساء قواعد و آليات للحد و مجابهة هذه الممارسات. ومن بين المقترحات بالنسبة للمشرع الجزائري :

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

- ضرورة إصدار النصوص التنظيمية لقانون التجارة الإلكترونية 05/18 لتعلقها أساسا بقاعدة نزاهة الممارسات التجارية في التجارة الإلكترونية.
- ضرورة إدراج تعديلات في القوانين العامة ذات الصلة بقانون التجارة الإلكترونية و لا سيما قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و تضمن تلك النصوص أحكام تطبق على التجارة الإلكترونية .
- ضرورة توسيع مجال إجراء المعاينات المادية بتأهيل المحضرين القضائيين للولوج إلى المواقع الإلكترونية و إجراء معاينات عن الممارسات التجارية و ضبط آليات ذلك كما فعلت بعض التشريعات الأجنبية على غرار التشريع الفرنسي.

المراجع:

أولا : النصوص القانونية

- أمر رقم 75-2 المؤرخ في: 09 يناير 1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، (ج ر، عدد 1، 1975).
- القانون المدني 75-58 المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل بالقانون 05-10 المؤرخ في: 20 جوان 2005 (ج ر، عدد 44، 2005) .
- القانون التجاري 75-59 المؤرخ في: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل بالقانون 05-02 المؤرخ في: 06 فيفري 2005 (ج ر، عدد 11، 2005)
- القانون 04-02 المؤرخ في: 23 يوليو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،(ج ر ج، العدد 41، 2004)
- القانون رقم 06-03 المؤرخ في 20 فبراير 2006 يتضمن تنظيم مهنة المحضر القضائي(ج ر ج، العدد 22، 2006)
- القانون رقم 08-09 مؤرخ في: 25 فبراير 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية(ج ر ج، العدد 21، 2008).
- القانون 08-12 المؤرخ في: 25 يوليو 2008 يعدل و يتم الأمر 03-03 المؤرخ 20 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، (ج ر ج، العدد 36، 2008).
- القانون رقم 15-04 المؤرخ في: 01 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين، (ج ر ج، عدد 06، 2015).
- القانون 16-01 الصادر بتاريخ: 6 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري،(ج ر ج، العدد 14، 2016)
- القانون 18-05 المؤرخ في: 10 يوليو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (ج ر ج العدد 28، 2018)
- قانون الأونسيتال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع الدليل التشريعي 1996 المادة 05 مكرر الإضافية بصيغتها المعتمدة 1991 الأمم المتحدة.

ثانيا: الكتب

1- باللغة العربية

- احسن بوسقيعة، (2013)، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة عشر، الجزائر، دار هومة
- احمد محرز، (1978)، القانون التجاري الجزائري – الجزء الأول، مصر، المطبعة العربية الحديثة.
- بيومي حجازي عبد الفتاح(2004)، الحماية الجنائية لنظام التجارة الالكترونية، مصر، دار الفكر الجامعي
- طه كاظم حسن المولى، (2018)، تطويع قواعد الإسناد في عقود التجارة الالكترونية، طبعة الأولى، لبنان، منشورات زين الحقوقية- 2018
- عبد الصبور قوى على المصري(2012)، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، السعودية، مكتبة الاقتصاد و القانون
- عبد الله محمد أحمام، (ب س ن) دعوى المنافسة غير المشروعة ، المغرب، جامعة محمد الخامس الرباط كلية العلوم القانونية و الإقتصادية.
- عصام عبد الفتاح مطر(2015)، التجارة الالكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، مصر، دار الجامعة الجديدة.
- فادي محمد عماد الدين توكل(2010)، عقد التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، سوريا، منشورات حلبي الحقوقية.
- فوضيل نادية (1994) - القانون التجاري الجزائري- الطبعة السادسة، الجزائر، دار الهدى
- محمد بوراس(2014)، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات و الخدمات-دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، مصر، دار الجامعة الجديدة
- هبة ثامر محمود عبد الله (ب س ن)، عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، لبنان، مكتبة السنهاوري، منشورات زين الحقوقية
- يمينه حوحو، (2016)، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري- الطبعة الاولى، الجزائر، دار بلقيس.

2- باللغة الفرنسية

- Cédricmanara(2013),droit du commerce électronique ,France,-L G D J .L'extenso
- JEAN Bernard blaise(2015),richard DESGORCES- droit des affaires -8em Edition, France, LGDJ L'extenso .
- Jean- pierre- clavier- alexandra Mendoza-Eaminade , droit du commerce électronique, France, collection paradigme-BRULANT -
- LA Désorganisation MURIEL TEXIER(2006), collection presses universitaires, France , perpignan édition
- Tamseddak-rabèa(2017), Le role des réseaux sociaux dans l'amélioration- de La réputation de l'Enterprise- étude cas Djezzy- magistère, Alger, école DES HAUTE étude commerciales .

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

- Gibert- blaise bekale NGUEMA(2015), LA concurrence déloyale dans le commerce électronique
Editeur presses universitaires de perpignan-pup, France ,collection Etude.

ثالثا: الدوريات والمجلات

1- الدوريات

- إحسان شاكر عبد الله، (2004)، موقف الفقه من الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم القانونية و السياسية، جامعة تكريت العراق، العدد 14.

- بدون مؤلف (2012)، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص قسم الوثائق

- بشار حمادي غنية، (2019)، التداخل بين العلامة و أسماء المواقع الالكترونية ، مجلة المحاماة -منظمة المحامين الجزائر- قصر العدالة عبان رمضان-عدد رقم 11-12.

- بلقاسم حامدي، (2016)، الحماية الجزائية من الإشهار الكاذب و المضلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة الحاج لخضر بباتنة ، العدد 09 .

- صيلع بونفلة، (2019)، المسؤولية المدنية عن الإشهار الالكتروني، مجلة أفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 17، مجلد 05.

- علوش نعيمة، (2014)، الأساس القانوني للمناقسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة منبر الدفاع الاتحاد الوطني للمحامين – منظمة المدية - جامعة سعد دحلب العدد 01.

- عيدة بلعاب، (2019)، الدليل الرقمي بين حتمية الإثبات الجنائي و الحق في الخصوصية، مجلة أفاق علمية، المركز الجامعي تمنراست، العدد 01 .

- غبيش احمد، (2017)، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للبحوث و الدراسات القانونية و السياسية، جامعة يحي فارس المدية، العدد 03.

- قيس حسن عواد(2010)، مشكلات فرض و تحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية، مجلة الرافدين للحقوق، جامعة الموصل العراق ، العدد 43.

- مفتاح براني، (2018)، حماية شهرة المؤسسة من الممارسات التطفل عليها، مجلة العلوم لقانونية و السياسية، المركز الجامعي غليزان، مجلة 09 العدد 03.

- هادي مسلم يونس، (2005)، أسماء النطاق على الانترنت و طبيعتها القانونية، مجلة الرافدين للحقوق، جامعة الموصل العراق، العدد 25 .

- سماح محمدي، (2015)، منازعات العلامات التجارية و أسماء المواقع الالكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة ، العدد 07.

2- المجلات

عبيد محمد/ د. بوراس محمد مجال تطبيق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري والمقارن في نطاق التجارة الإلكترونية.....

- زرقون محمد رواني أبو حفص، مداخلة التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثاني المعرفة في ظل اقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الجزائر، جامعة حسنية بن بوعلى، شلف، كلية الاقتصاد -ديسمبر 2007 .

- مقلاني منى نكاوى مريم، حجية الدليل الإلكتروني كأساس لفرض الضريبة على الدخل الناتج التجارة الإلكترونية، ملتقى التجارة الإلكترونية، الجزائر، جامعة قالمه يومي 02-03 اكتوبر 2018

- مطوية اليوم الدراسي للمدرسة التجارية لولاية قالمه المعنون تحرير المنافسة في الممارسات غير النزيهة و غير المشروعة -27 افريل 2016 بدار الثقافة عبد المجيد الشافعي.

رابعاً: المذكرات والأطروحات :

- ديب محمد، (2012-2013)، الالتزام بعدم المنافسة في علاقة العمل، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص- كلية الحقوق- جامعة وهران.

- زويتن خالد، (2020)، استغلال براءة الاختراع وحماية الحق في ملكيتها- دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه جامعة عبد الحميد ابن باديس، جامعة مستغانم .

- سلامة محمد المنصوري، (2018)، تطبيق مبدأ الاقتناع القضائي على الدليل الإلكتروني، أطروحة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الإمارات العربية المتحدة .

- شريفي خليصة، (2016)، حماية الملكية الصناعية و التجارية في الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري -مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص ملكية فكرية. جامعة باتنة.

- عادل عميرات، (2015-2016)، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي -دراسة في القانون الجزائري- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون-تخصص قانون خاص – كلية الحقوق - جامعة تلمسان.

- عربوج حسان الدين، (2017-2018) حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص قانون أعمال-جامعة باتنة.

- مهري محمد أمين، (2016-2017)، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، فرع القانون الخاص، جامعة الجزائر.

- محمد العيداني، (2020)، الإشكالات القانونية لاعتماد الحكومة الإلكترونية في الجزائر- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق تخصص القانون العام المعمق – كلية الحقوق - جامعة الجلفة.

خامساً: المواقع الإلكترونية

- تمت زيارته يوم 2020/04/08 على الساعة 23:55 , <https://bit.ly/3hrEpMw> .

- تمت الزيارة يوم:2020-05-16 على الساعة 18:13, <https://bit.ly/3bThx7y> .

- تم الاطلاع عليه يوم:2020-05-27 على الساعة 20:18, <https://bit.ly/2E0myik> .

- تمت زيارته بتاريخ:2020/05/15 على الساعة 23:50, <https://bit.ly/33n6u2P> .