

الفصل الحادي عشر

القضايا القانونية المرتبطة

بالتسويق عبر الإنترنت^(١)

لقد أدى ظهور الإنترنت إلى خلق عهد جديد يمتاز بسهولة الوصول للمعلومات المختلفة ونقل البيانات. هذا، وقد تم سن القوانين الحالية التي تهدف إلى إخضاع هذا العهد الجديد للسيطرة والمراقبة قبل أن يصبح عصر المعلومات فكرة يمكن أن تمر في أذهان الكثيرين. وكنتيجة لذلك، فقد اشتملت السنوات الأولى للويب والتجارة الإلكترونية على قدر هائل من الهواجس والمشكلات – إذ كان الهدف الأساسي في هذه المرحلة هو جعل القوانين الحالية ملائمة لمنظومة العمل الجديدة وخلق مجموعة بعينها من القوانين الجديدة لهذا العصر.

المفاهيم القانونية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية :

قبل الخوض في تعقيدات القضايا القانونية والإنترنت، ينبغي عليك التعرف على عدد من المفاهيم القانونية الأساسية التي تؤثر على التجارة الإلكترونية، وتعني هنا النشر الإلكتروني والملكية الفكرية ونطاقات المسؤولية القانونية. وسنتناول هذه المفاهيم بشكل تفصيلي فيما يلي من أجزاء.

النشر الإلكتروني

يقصد بالنشر الإلكتروني استخدام الكمبيوتر – بدلاً من أساليب الطباعة التقليدية – في توزيع المعلومات والبيانات. ويمكن أن نقول أن مفهوم النشر الإلكتروني

^(١) د. عماد الحداد، التجارة الإلكترونية، مكتبة الأسرة، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٤٥ وما بعدها.

في هذا الكتاب لا يقتصر على الأعمال التي تم إنتاجها على نحو مطبوع، كما أن هذه الأعمال تشمل الأعمال التي يمكن نقلها عبر الوسائل الرقمية مثل برامج الكمبيوتر وملفات المقطوعات الصوتية والصور الرقمية.

ومن النواحي الجذابة في النشر الإلكتروني أنه أقل تكلفة من وسائل النشر التقليدية. على سبيل المثال، إن الأسطوانة التي تحمل ما يعادل أكثر من ١٥٠,٠٠٠ صفحة مطبوعة من المعلومات من الممكن تصنيعها الآن بأقل من دولار. وعلى الجانب الآخر، نجد أن تكلفة الورق الذي يستخدم في طباعة هذه الصفحات من المعلومات ستكون أكثر من ذلك بكثير جداً. وعند إضافة تكاليف الطباعة لتكلفة الورق المستخدم، يمكن القول أن النشر الإلكتروني من الممكن أن يكون أرخص مئات المرات من النشر التقليدي. ونتيجة لهذه التكلفة الهائلة في عملية التصنيع، فإن المستهلك يحصل على المنتج بسعر أقل كما يزداد هامش الربح الذي تحققه الشركة المنتجة.

ومن مساوئ وعيوب النشر الإلكتروني الأساسية أن قوانين الملكية الفكرية يتم انتهاكها انتهاكاً أكيداً سواء بطريقة مقصودة أم غير مقصودة.

الملكية الفكرية:

ونظراً لارتباط النشر الإلكتروني بقوانين الملكية الفكرية، فقد اهتمت الشركات العاملة في مجال النشر الإلكتروني بحقوق الملكية الفكرية، وتقوم قوانين الملكية الفكرية بحماية الحقوق الإبداعية للمؤلفين والمؤسسات وتوجب الحصول على إذن مسبق منهم قبل استغلال إبداعاتهم.

هذا وتنقسم قضايا الملكية الفكرية إلى فئتين منفصلتين: الملكية الصناعية والقوانين الخاصة بحق النشر والتأليف.

الملكية الصناعية :

وتشمل الملكية الصناعية التصميمات الصناعية والاختراعات والعلامات التجارية والعلامات الخاصة بالخدمات. وتمثل هذه العناصر الملكية الخاصة بالمؤسسات المختلفة ويتم استخدامها في الحفاظ على تميز المعاملات وهوية المنتجات. وفي هذا المجال، غالباً ما يتم إصدار براءات الاختراع لحماية مثل هذه الملكيات.

✳️ **التصميمات الصناعية:** وتشير إلى الشكل أو الزخرفة التي يتم إكساب المنتج إياها لجعله يبدو بصورة جذابة أو فريدة مثل شكل الزجاجات والأشكال والألوان التي يتم استخدامها على البطاقات التي يتم لصقها على المنتجات المختلفة. ويجب تسجيل التصميمات الصناعية من خلال جهة حكومية معترف بها وتحديد ما إذا كانت أصلية أم جديدة. وبهذا يتم حماية هذه التصميمات من الاستخدام غير المصرح به من قبل أطراف أخرى.

✳️ **الاختراعات:** والاختراع عبارة عن عملية ممارسة جديدة يمكن من خلالها التغلب على مشكلة ما، أو أنها تمثل أسلوباً جديداً للقيام بالأمر. وعادة ما يقتصر التعريف على التطورات التكنولوجية. ويمكن أن نقول أن براءات الاختراع التي تحمي مثل هذه الاختراعات تمتد فاعليتها لفترة زمنية محدودة كما أنها تتطلب توثيقاً تاماً للاختراع.

✳️ **العلامات التجارية والعلامات الخاصة بالخدمات:** إن العلامة عبارة عن شيء ما تستخدمه إحدى الشركات في تمييز منتجاتها أو خدماتها عن تلك الخاصة بالشركات المنافسة. وقد تشمل هذه العلامات التجارية على الكلمات أو الأحرف أو الأرقام أو الرسومات أو الصور أو حتى العبوات. والهدف من العلامات التجارية

هو حماية مثل هذه العلامات من الاستخدام غير المصرح به من قبل جهات أخرى. وعلى الجانب الآخر، تقوم العلامات الخاصة بالخدمات بالدور نفسه الذي تقوم به العلامات التجارية فيما عدا أنها تمنح للخدمات وليس للسلع المادية.

القوانين الخاصة بحقوق النشر والتأليف:

وتقوم هذه القوانين بحماية الأعمال الأصلية التي هي في الأصل نتاج جهد قام به أحد الأشخاص مثل الأعمال الأدبية والموسيقية والفوتوغرافية والسمعية البصرية. ويمنع قانون حقوق النشر والتأليف الصادر في عام ١٩٧٦ بالولايات المتحدة الأمريكية النسخ غير المصرح به لمثل هذه الأعمال. وينطبق هذا القانون على الأعمال المكتوبة فقط وليس على الأفكار أو الأهداف التي ورد وصفها داخلها. على سبيل المثال، يخضع الوصف الفني لإحدى الماكينات لحماية هذا القانون وليست الماكينة نفسها.

وفي الإمكان تسجيل حقوق النشر والتأليف في المكاتب الحكومية المخصصة لذلك. ولا تحتاج الأعمال التي تم ابتكارها حديثاً إلى التسجيل كي تخضع لحماية قانون حقوق النشر والتأليف، لكن عملية التسجيل قد تسهل من الدفاع عنك في حالة وقوع انتهاك لحقوقك.

نطاقات المسؤولية القانونية:

كلما زادت العناصر التي يمكن نشرها إلكترونياً، زاد عدد القضايا والأمور القانونية التي تظهر في الأفق، ولأن القوانين التي تحكم حقوق الملكية الفكرية قد تم سنها قبل ظهور عصر التكنولوجيا الرقمية، فقد أصبح من الضروري أن يتم تفسير القوانين وفقاً لكل حالة على حدة. وغالباً ما يكون من الصعب تحديد المسؤولية القانونية عن أحد الانتهاكات التي حدثت وذلك مرجعه إلى الأساليب الحديثة لاستخدام المعلومات.

وتتلخص نطاقات المسؤولية القانونية الممكنة المرتبطة بالنشر الإلكتروني فيما يلي:

★ الأمور المتعلقة بحقوق النشر والتأليف والعلامات التجارية وبراءات الاختراع.

★ قضايا الخصوصية والسرية.

★ قضايا السلطة القانونية.

قم بدراسة الأمثلة التالية ولاحظ مدى الصعوبة في تحديد المسؤولية القانونية في كل حالة.

تبادل ملفات المقطوعات الصوتية على الإنترنت :

يمكن القول أن موقع الويب يتيح منتدى للمستخدمين يمكنهم من خلاله تبادل ملفات المقطوعات الصوتية الرقمية. والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: هل يعد ذلك انتهاكاً لحقوق النشر والتأليف؟ هل يعد تبادل ملفات المقطوعات الصوتية عبر الإنترنت أمراً مختلفاً تماماً عن تبادل شرائط الكاسيت؟ وإذا كانت الإجابة بالإيجاب، فعلى من تقع المسؤولية القانونية المتعلقة بانتهاك حقوق النشر والتأليف – هل على المستخدمين أم على مالك موقع الويب؟

نسخ المواد الخاصة بالغير :

لنفترض أن صديقك قد أرسل لك صورة لجهاز كاسيت مقترحاً عليك أن تشتري واحداً مثله لأنه راض عن أداء ذلك الجهاز الذي كان قد اشترى أحده لنفسه، واتضح أنه قام بتنزيل هذه الصورة من موقع الويب الذي يبيع الأجهزة الإلكترونية وأن هذه الصورة ملكاً للشركة المصنعة وفقاً لحقوق النشر والتأليف. فهل يمكن أن نقول أن صديقك في هذه الحالة قد ارتكب انتهاكاً لحقوق النشر والتأليف من خلال تنزيله لهذه الصورة من على الإنترنت و/أو لأنه قد أرسلها لك؟ هل اشتركت في هذا الانتهاك من جانبك من خلال استقبالك لهذه الصورة؟

تنزيل البيانات من الإنترنت :

قد تقوم في بعض الأحيان بتنزيل إحدى الألعاب من على الإنترنت وبعد أن تمارسها وتعجب بها كثيراً قد تقوم بإرسال نسخ منها إلى عشرة من أصدقاءك المقربين. والسؤال هنا هل قيامك بتوزيع هذه اللعبة يعد انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية؟

نشر المعلومات الافتراضية :

لنفترض على سبيل المثال أن إحدى شركات تزويد خدمات الإنترنت تستضيف موقع ويب يصدر الكثير من الإدعاءات الكاذبة عن شخص آخر. فهل تعد هذه الشركة في هذه الحالة مسؤولة عن محتويات موقع الويب الموجود على وحدات الخدمة الخاصة بها؟ أو هل تعد هذه الشركة الأداة التي يتم بواسطتها نشر مثل هذه المعلومات التي تتضمن الكثير من السب والقذف والافتراء؟ وهل شركة توفير خدمات الإنترنت مسؤولة عن تحليل محتويات صفحات الويب التي تستضيفها؟

ينص قانون حقوق النشر والتأليف على أن مسؤولية شركات توفير خدمات الإنترنت عن انتهاك حقوق النشر والتأليف مسؤولة محدودة، وهو القانون الذي تم التوقيع عليه في أكتوبر من عام ١٩٩٨. ويعني هذا القانون شركات تزويد خدمات الإنترنت من المسؤولية عن محتويات مواقع الويب التي تستضيفها.

إن هذه كلها أمثلة قليلة توضح كيف أن قضية تحديد المسؤولية القانونية من الممكن أن تكون أمراً مربكاً وذلك عندما يتعلق الأمر بالنشر الإلكتروني وكذلك توزيع البيانات والمعلومات. وتتناول الأجزاء المتبقية من هذا الفصل التعرف على نطاقات المسؤولية القانونية وذلك فيما يتعلق بالنواحي المتعلقة بالإنترنت.

قانون الملكية الفكرية والإنترنت :

كما رأينا من قبل، فإن قانون الملكية الفكرية يوفر الحماية للتصميمات الصناعية والعلامات التجارية والاختراعات والأعمال الفنية من عمليات النسخ والاستخدام غير المصرح به. ومع هذا، فقد ساهمت الإنترنت بشكل أساسي في تغيير الأسلوب الذي يتم من خلاله توزيع مثل هذه الأعمال.

على سبيل المثال، في الإمكان معالجة الصور بجهاز المسح الضوئي ونشرها على الإنترنت. وعلى الجانب الآخر، في إمكان مستخدم الإنترنت العادي تنزي أيه صورة موجودة على الويب. وإذا كان قيام مستخدم الإنترنت بتنزيل الصورة يجعله مجرماً في كل مرة يقوم فيها بذلك، فإن هذا يجعل لدينا الكثير من المجرمين. وعلى صعيد آخر، فإن الاتفاق على سهولة تنزيل الصور من على الإنترنت لا يعطي لموقع التجارة الإلكترونية الغطاء القانوني لتنزيل الشعار الخاص بموقع تجارة إلكترونية آخر واستخدامه وكأنه خاص به.

انتهاك حقوق النشر والتأليف :

إن انتهاك حقوق النشر والتأليف يعني التربح من الإبداعات الخاصة بشخص آخر دون الحصول على إذن من ذلك الشخص. ومثال ذلك، نجد أن شركة Sega قد قامت بمقاضاة إحدى الجهات لإتاحتها تنزيل إحدى الألعاب التي قامت بابتكارها من على الإنترنت. وقد كان الحكم في هذه القضية لصالح شركة Sega.

النسخ غير المصرح به لبرامج الكمبيوتر:

من الممكن كذلك استخدام قانون حقوق النشر والتأليف في التصدي للنسخ غير المصرح به لبرامج الكمبيوتر. ويوفر قانون حقوق النشر والتأليف الصادر في عام ١٩٧٦ الحماية للأعمال الأصلية بما في ذلك المجموعات التي تعرف بأنها الأعمال التي تم تكييفها من خلال تجميع المواد الموجودة سلفاً أو البيانات التي تم اختيارها أو تنسيقها أو ترتيبها بأسلوب ما يجعل العمل الإجمالي الناتج يشكل عملاً فنياً أصلياً.

وقد جعل هذا التعريف لمفهوم المجموعات الكثيرين يدعون أن برامج الكمبيوتر تخضع لحماية قانون حقوق النشر والتأليف. وعلى الرغم من أن الكثيرين قد يجادلون فيما يتعلق بالقيمة الفنية لبرامج الكمبيوتر واستخدام قانون حقوق النشر والتأليف لحماية ملكيات الشركات، فإن هذا الرأي لم ينل أي قدر من الدعم أو التأييد.

مبدأ الاستخدام العادل:

عندما يتعلق الأمر بالفن – الموسيقى والأدب والتصوير الفوتوغرافي – فإنه يتم في الغالب الاستعانة بمبدأ الاستخدام العادل والمنصف وذلك لتبرير الاستخدام المحدود للمواد الفنية التي تخضع لقانون النشر والتأليف. هذا، وقد تم إدراج قانون الاستخدام العادل في قانون حقوق النشر والتأليف، وقد تم تصميم هذا القانون للسماح بالاستخدام المحدود للأعمال الفنية وذلك في خضم المساعي والنشائج التي تشكل أهمية للمجتمع مثل الصحافة والأبحاث والنقد والتعليم. لقد كانت قضية الاستخدام العادل قضية مبهمة وذلك قبل ظهور الإنترنت – وما زال الأمر كذلك – يتم البت فيها تبعاً لكل حالة على حدة.

شروط اتفاقيات الاستخدام :

إن الكثير من مواقع الويب التي تسمح لمستخدميها بإرسال وتناقل المعلومات تقوم بحماية أنفسها من الشكاوي المحتملة المتعلقة بانتهاك قانون حقوق النشر والتأليف وذلك عن خريق إلزام المستخدمين بالموافقة على شروط اتفاقيات الاستخدام قبل قيامهم بإرسال وتناقل المعلومات. هذا، وتتطلب هذه الاتفاقيات من المؤلف أو المبدع أن يتخلى عن حقوق الرسالة أو المقالة النقدية أو أن يتيح للمستخدمين الحق في تداولها ونشرها. ويجب على المستخدمين كذلك قبول مسؤولية تناقل المواد التي تخضع لقانون حقوق النشر والتأليف وهي المواد التي ليست ملكاً لهم بأي شكل من الأشكال.

انتهاك العلامات التجارية :

إن العلامات التجارية هي الكلمات والأحرف والأرقام والرسومات والصور التي تستخدمها أية شركة في تمييز منتجاتها عن منتجات منافسيها من الشركات الأخرى. وفي ضوء قانون عالم الإنترنت نجد أن العلامات التجارية قد تم استخدامها في المطالبة بالحق في ملكية أسماء مواقع الويب.

القضايا المتعلقة بأسماء مواقع الويب :

إن اسم موقع الويب هو الأداة الوحيدة للتعريف بالشركة على الإنترنت. ولا يجيز قانون العلامات التجارية استخدام العلامة التجارية الخاصة بإحدى الشركات من قبل شركة أخرى. ويمكن القول أن المنازعات المتعلقة بأسماء مواقع الويب هي من الموضوعات الساخنة حالياً في قوانين الإنترنت. وتختص لجنة الفصل في النزاعات المتعلقة بأسماء مواقع الويب التابعة لمنظمة حقوق الملكية الفكرية العالمية بنظر مثل هذه النزاعات باعتبارها هيئة دولية تم تخصيصها لمعالجة هذه القضية.

حسم النزاعات المتعلقة بأسماء مواقع الويب:

إن أولى حالات النزاع التي تولت اللجنة المشار إليها في الفقرة السابقة البت فيها كانت في يناير من عام ٢٠٠٠. حيث قام اتحاد المصارعة العالمي بمقاضاة الجهة مالكة موقع www.worldwrestling.com. وقد وجدت اللجنة أن مالك هذا الموقع قد قام بالسطو والاستخدام غير المستحق لاسم الاتحاد. ومن ثم، فقد تم منح موقع الويب للاتحاد.

وعلى الجانب الآخر، هناك عدد من الفنانين الذين قاموا برفع عدد من الدعوات القضائية ضد بعض الجهات التي استغلت أسمائهم يفت إنشاء مواقع ويب تحمل الأسماء نفسها مطالبين بتملكهم لهذه المواقع. وفي بعض الحالات، كانت اللجنة ترفض النظر في الدعوى لأن بعض هذه الأسماء كان أسماء عامة وشائعة في اللغة الإنجليزية.

انتهاك براءات الاختراع:

يتم منح براءات الاختراع للعمليات أو الممارسات الجديدة التي تقوم بوضع حل لإحدى المشكلات أو تقدم وسيلة جديدة للقيام بمهمة ما. ويجب أن تكون عملية التوثيق مصاحبة لتطبيقات براءات الاختراع مفسرة وموضحة أسباب تفرد مثل هذا الاختراع. وتعطي براءة الاختراع للمخترع حقاً خاصاً به لإنتاج المنتج وبيعه لفترة زمنية محددة.

هذا، ويتم استخدام القانون الخاص ببراءات الاختراع في حماية برامج الكمبيوتر من عمليات النسخ تماماً كقانون حقوق النشر والتأليف. ومع هذا، فنجد في حالة قانون براءات الاختراع أن هناك أجزاء بعينها من برنامج الكمبيوتر تخضع للحماية بشكل أكبر من غيرها.

ولا تغطي براءات الاختراع الخاصة ببرامج الكمبيوتر بشكل عام البرنامج برمته – بل إنها تغطي الصيغ الرياضية وأساليب البرمجة. وتبدأ المشاكل في الظهور عندما يتم إجراء بعض التعديلات على الصيغ الرياضية وأساليب البرمجة المحددة في براءة الاختراع أو عندما يتم استخدامها بشكل مستقل من جانب مطوري برامج الكمبيوتر مع برامج أخرى.

ويزعم الكثيرون أن تطبيق براءات الاختراع على الصيغ الرياضية والأساليب البرمجية يتنافى تماماً مع خبيعة تطوير برامج الكمبيوتر، ونادراً ما نجد في مجال تطوير أحد التطبيقات الخاصة ببرنامج الكمبيوتر أن المطور لا يستخدم أحد الصيغ الرياضية أو الأساليب البرمجية التي تم استخدامها بالفعل في برنامج آخر سواء أكان الأمر بشكل مقصود أم غير مقصود.

وفي النهاية، نجد أن جميع برامج الكمبيوتر الحالية تشتمل على آلاف الصيغ الرياضية والأساليب البرمجية. في واقع الأمر، إن قوة برامج الكمبيوتر في عالم اليوم تعتمد على المعرفة ذات الطابع التراكمي وإعادة استخدام الأكواد التي ظهرت في مجال البرمجة منذ عقود. ومن ثم، فإن الزعم بأن إعادة استخدام الأكواد هو أمر غير قانوني من شأنه أن يعرقل جهود مطوري برامج الكمبيوتر بشدة.

ومع هذا، فإن النزاع الذي كان خرفيه شركة Diamond وشركة Diehr قد أوضح أنه من الممكن منح براءات الاختراع للعمليات الصناعية التي تخضع لسيطرة مجموعة محددة من الصيغ الرياضية الخاصة بالكمبيوتر. وهو القرار الذي يتم استخدامه كسابقة في السماح بتطبيق براءات الاختراع على كل من الصيغ الرياضية والأساليب البرمجية.

الأمور المتعلقة بالسرية والخصوصية :

إن السهولة التي تتيحها الإنترنت في الوصول إلى المعلومات تنطوي على أمر مهم يجب النظر إليه بعين الاعتبار وهو أن هذا الأمر يعني أنه من السهولة بمكان الوصول والاختلاص على المعلومات الشخصية الخاصة بك. والسؤال الذي يثار في أذهاننا جميعاً هو: هل ينبغي أن تكون المعلومات العامة متاحة على الإنترنت؟ وهل يحق لشركات التجارة الإلكترونية جمع البيانات المتعلقة بالسلع التي يقوم المستهلك بشرائها؟ إن مثل هذه التساؤلات لم يتم حلها بعد. وسنلقي الضوء في هذه الجزئية على القضايا المتعلقة بكل من الخصوصية والسرية.

المعلومات العامة :

منذ وقت وليس بالبعيد كان دليل التليفون المطبوع هو الوسيلة الوحيدة المتاحة لمعظم الأشخاص للبحث عن المعلومات العامة مثل أرقام التليفونات والعناوين. أما الآن، فهناك العديد من مواقع الويب التي قامت بتجميع المعلومات من جميع أدلة التليفون وقامت بإدراجها في قاعدة بيانات يمكن القيام بعملية البحث من خلالها .

إن وجود مثل هذه المعلومات وتوفرها على الإنترنت يجعل من السهل جداً البحث عن المعلومات الخاصة بشخص ما. وقبل ظهور الإنترنت، كان لابد من الاختلاص على دليل التليفون والبحث عن نسخة منه، كما أن المكتبات الرئيسية في الولايات المتحدة كانت تحتفظ بمجموعات كاملة من هذه الأدلة لمن يريد الاختلاص عليها وهو الأمر الذي كان يتطلب من الباحث بذلك بعض الجهد.

لكن الآن، أصبح الأمر لا يتطلب سوى الاتصال بالإنترنت فقط كي يكون في إمكانك الوصول إلى ما تبحث عنه من معلومات. ونظراً للسهولة الكبيرة في الحصول على المعلومات، فالبعض يرى أن احتمالات إساءة استخدام هذه المعلومات قد زادت.

وفيما يلي عرض لبعض مواقع الويب التي تتيح الوصول للمعلومات العامة.

• موقع <http://people.yahoo.com>

• موقع www.switchboard.com

• موقع www.whitepages.com

• موقع www.zip2.com

• موقع www.bigfot.com

إساءة استخدام المعلومات

إن قدرة برنامج الكمبيوتر الخاص بوحدة خدمة الويب على جمع المعلومات المتعلقة بزائري موقع الويب هي قدرة هائلة ورائعة. فملفات السجل التي يتم إنشاؤها تلقائياً تشتمل على معلومات تتعلق بنوع أداة التصفح المستخدمة والصفحات التي قام المستخدم بزيارتها والمدة التي قضاها المستخدم وغيرها الكثير. وباستخدام ملفات ال Cookies يمكن لوحدة الخدمة التعرف على الوقت الذي عاود فيه المستخدم زيارة الموقع. وملفات Cookie عبارة عن ملفات بيانات تسمح للبرنامج الخاص بوحدة الخدمة – مثل النص البرمجي الخاص بـ Common Gateway Interface – بتخزين واسترجاع المعلومات الموجودة في الاتصال الخاص بروتوكول Hypertext Transfer Protocol والمتعلق بجهاز الكمبيوتر التابع.

إذا قمت بدمج تلك المعلومات إلى المعلومات التي يمكن لموقع التجارة الإلكترونية تجميعها عن المستخدمين، فسيتوفر لديك الكثير من المعلومات التي قد يسعى التجار الآخرون إلى الحصول عليها. ويمكن الزعم أن شركة التجارة الإلكترونية المسؤولة تحتاج إلى إعلام عملائها بالكيفية التي سيتم من خلالها استخدام هذه المعلومات وما إذا كان سيتم بيعها أو استغلالها أم لا.

بيانات الخصوصية:

من الطبيعي أن يشتمل كل موقع ويب على بيان متعلق بالخصوصية. وهذه البيانات توضح الكيفية التي سيتم من خلالها تجميع المعلومات وما إذا كان سيتم نقل عن هذه المعلومات لأخرف أخرى أم لا. ومن النقاط المهمة التي ينبغي أن يقوم بيان الخصوصية بمعالجتها ما يلي:

✳ جمع المعلومات: إذ يجب عليك أن توضح للعملاء الكيفية التي يتم من خلالها جمع المعلومات المتعلقة بهم على الموقع. كما عليك أن توضح لهم المعلومات المطلوبة والضرورية لإنشاء حساب وما هي المعلومات الاختيارية. وأن تذكر كذلك نوع المعلومات التي ترتبط بمستخدم بعينه وما هي المعلومات التي يتم جمعها بشكل إجمالي.

✳ استخدام المعلومات: عليك أن توضح الأهداف التي سيتم استخدام هذه المعلومات من أجلها وذلك في إخبار تعامل المستخدم مع موقع الويب الخاص بك. وإذا كانت هذه المعلومات يتم استخدامها في دعم وتعزيز خبرة المستخدم بالاختيارات المخصصة أو في إرسال رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بالمنتجات التي قد يعجب بها، فعليك أن توضح ذلك.

✳ **تناقل المعلومات:** إذا كانت شركتك، ستقوم ببيع أو نقل مثل هذه المعلومات إلى خرف آخر أو تنوي القيام بذلك، فعليك أن تكون صريحاً وواضحاً في ذلك. قم بتحديد المعلومات التي يتم تناقلها وكيفية ذلك.

في واقع الأمر، من الأفضل أن تكون أميناً وواضحاً فيما يتعلق باستخدام المعلومات المتعلقة بالعملاء. على سبيل المثال، تعرض موقع Amazon.com لنقد شديد من قبل مستخدميه نتيجة قيامه بإجراء بعض التغييرات على سياساته المتعلقة بالحفاظ على خصوصية عملائه.

وعلى الرغم من الضجة التي أثارها مثل هذا الأمر حول الموقع، فإن هذه الأمانة والشفافية في تعامل الموقع مع عملائه وإعلامهم بمثل هذا الأمر ستعمل على المدى الطويل على تعزيز وليس إضعاف جسور الثقة بين الموقع ومستخدميه. إذ أنه من الأفضل بطبيعة الحال إخلاع العملاء سلفاً إذا كانت هناك إمكانية أو احتمال لإخلاع شركة أخرى على مثل هذه المعلومات الخاصة بالعملاء. فهذا أفضل كثيراً من بيع هذه المعلومات دون علم العملاء ثم تأتي وسائل الإعلام لتكشف ذلك التلاعب فيما بعد.

المقصود بالسلطة القانونية :

تقوم الإنترنت بربط الأشخاص والأماكن وكذلك التجارة وذلك من خلال بعض الأساليب الجديدة التي لم يكن ليتصورها أحد في الماضي. ونظراً لأن شبكة الويب متاحة في أي مكان يوجد فيه الإنسان في العالم، فإن مواقع التجارة الإلكترونية هي الأخرى متاحة ومتوفرة لأي شخص أينما كان. وهو ما يعني أن عملاء مثل هذه المواقع لا يقتصرون على فئة أو شعب معين، بل هم جميع سكان المعمورة ممن يمكنهم الاتصال بالإنترنت.

مأزق السلطة القانونية :

وفي ضوء ما سبق ذكره في الفقرة السابقة، فإن تحديد السلطة القانونية المسؤولة عن النظر في المخالفات التي قد يتم اتهام موقع الويب فيها لهو أمر عسير للغاية. فإذا كانت المنتجات التي تقوم ببيعها غير قانونية في بعض البلدان، فقد تلقى عليك المسؤولية القانونية إذا قمت ببيع هذه المنتجات لسكان هذه البلاد. وهو ما ينطبق على الولايات المتحدة التي تتكون منها دولة الولايات المتحدة الأمريكية، فعلى سبيل المثال، نجد أن المقامرة غير قانونية في معظم دولة الولايات المتحدة الأمريكية فيما عدا الأراضي الملوكة للسكان الأصليين للبلاد وفي بعض الأحيان القوارب النهرية. ومع هذا، فهناك عدد كبير من مواقع الويب التي تتيح المقامرة عبر الإنترنت. ومن ثم، من الممكن اتهام مثل هذه المواقع بأنها تمارس نشاطاً غير قانوني من خلال السماح لسكان هذه الولايات التي تعتبر المقامرة فيها أمراً مجرمًا بالمقامرة عبر الإنترنت.

حماية موقعك من الدعاوى القضائية :

إذا كان موقع الويب الخاص بك يتيح منتجات أو خدمات غير قانونية في بعض الأماكن، فهناك عدد من السبل التي يمكنك من خلالها حماية نفسك من رفع الدعاوى القضائية ضدك.

✳️ **التحذير سلفاً:** إذا كنت تتيح من خلال موقعك إحدى الخدمات على الإنترنت، فعليك أن تضع لافتة على الموقع تخبر من خلالها قاجني المناخق أو البلدان التي تعتبر هذه الخدمة مجرمة فيها أنه محظور عليهم استخدام مثل هذه الخدمة. ومن ثم، حاول أن تستبعد هؤلاء السكان من حساباتك. في واقع الأمر، إن مثل هذا الإجراء سيكون ذا فائدة عظيمة في حالة ما إذا قام أحدهم برفع دعوى قضائية ضدك.

✳ **منع الشحن إلى مناطق بعينها:** إذا كان من الضروري أن يتم شحن المنتجات التي يتيحها موقعك، فلا تقوم بالشحن إلى أي من المناطق أو البلدان التي تجرم هذه المنتجات. وعليك أن تتأكد من توضيح هذه السياسة على موقع الويب الخاص بك وذلك في بداية إبرام الصفقات مع العملاء.

✳ **وضع القيود على التعامل:** إذا كانت المنتجات أو الخدمات التي يتيحها موقعك ذات عدد كبير من المشكلات القانونية في بعض البلدان، فعليك في هذه الحالة أن تضع القيود على الصفقات التي يتم إبرامها مع سكان هذه البلدان إذا كانت تتعلق في الأساس بأي من هذه المنتجات أو الخدمات.

تسليم منتهكي مواقع الويب للعدالة :

إن الطبيعة العالمية لشبكة الويب تشير إلى مدى صعوبة القبض على الخارجين على القانون الذين قد يقومون باختراق وانتهاك موقعك بنية تخريبه أو السطو على المعلومات الخاصة بالعملاء. على سبيل المثال، إذا قام أحد المستخدمين في إندونيسيا بسرقة المعلومات الخاصة بالعملاء، فإلى أي جهة تلجأ؟ البوليس المحلي أم مكتب التحقيقات الفيدرالية؟ لا هذا ولا ذلك لأن أي منهما ليس له أية سلطات في إندونيسيا.

هذا، وقد قامت الولايات المتحدة الأمريكية في بعض القضايا بالتعاون مع وكالات تنفيذ القانون في الخارج في سبيل القبض على مثل هؤلاء الأشخاص من منتهكي مواقع الويب وتسليمهم للعدالة. وعلى الرغم من ذلك، فإنه لا يمكن القيام بالكثير في معظم الحالات وذلك حتى ولو كان في الإمكان تعقب المجرم.

الإنترنت والضرائب:

إن الويب عبارة عن وسيط ووسيلة عالمية يمكن من خلالها إبرام الصفقات التجارية ونم ثم، فإنها تشكل تحدياً للقيود التي تمتاز بها التجارة التقليدية، إذ أصبح من السهل انتهاك هذه القيود دون معاناة تذكر. ومن ناحية أخرى، نجد أنه من السهولة بمكان فرض ضرائب المبيعات في عالم التجارة التقليدية سواء أكانت هذه الضرائب على المعاملات التجارية المحلية أم على المعاملات التي تتعدى الحدود الإقليمية للدولة. وفيما يتعلق بصفقات التجارة الإلكترونية، فمن السهل جداً تجاهل مثل هذه الضرائب كلية.

هذا، ويحظر الدستور الأمريكي على الولايات فرض الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم خارج حدودها. لهذا، لا يمكن لمثل هذه الولايات أن تطلب من شركات خارجية أن توم بجمع ضرائب المبيعات نيابة عنها. وهو ما يعني أنه إذا قام مواخن من ولاية مونتانا بشراء منتج من شركة في كولورادو، فإنه لن يتم دفع أية ضرائب. ومن ناحية أخرى، إذا كان لهذه الشركة أي شكل من أشكال التمثيل التجاري - مكتب أو فرع أو متجر أو مخزن - في ولاية مونتانا، ففي هذه الحالة يتحتم سداد الضرائب المستحقة لصالح ولاية مونتانا.

قانون إلغاء الضرائب على معاملات الإنترنت:

نتيجة للصعوبات الجمة التي تتطلبها عملية تحديد الأسلوب الأمثل لفرض الضرائب على مبيعات الويب، فقد قام الكونجرس الأمريكي بإصدار قانون إلغاء الضرائب على المعاملات والصفقات التجارية التي يتم إبرامها عبر الإنترنت في عام ١٩٩٨. ويفرض هذا القانون فترة سماح تصل إلى ثلاث سنوات يتم خلالها ويفرض هذا القانون

فترة سماح تصل إلى ثلاث سنوات يتم خلالها إعفاء الصفقات الجديدة التي تتم من خلال الإنترنت من الضرائب، وقد انتهت فترة السماح هذه في أكتوبر من عام ٢٠٠٠.

وعلى ضوء هذا القانون، تم تأسيس اللجنة الاستشارية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، وقد قامت هذه اللجنة بالتعرف على جميع النواحي والأمور المتعلقة بضرائب صفقات الإنترنت وقدمت تقريرها للكونجرس في أبريل من عام ٢٠٠٠. وقد أخفق التقرير في عرض أية إرشادات أو نصائح واقعية وذلك فيما يتعلق بالكيفية التي يجب على الحكومة إتباعها في التعامل مع موضوع ضرائب الإنترنت. لمزيد من المعلومات حول نشاطات هذه اللجنة، يمكنك زيارة موقعها الحكومي على الإنترنت www.ecommercecommission.org.

قضية فرض الضرائب على صفقات الإنترنت بين التأييد والرفض :

إن موضوع الضرائب المتعلقة بصفقات التجارة الإلكترونية التي تتم بين بلدين يظل من الموضوعات الساخنة جداً. وفيما يلي عرض لأراء بعض المؤيدين والمعارضين لفرض الضرائب على مثل هذا النوع من المعاملات التجارية:

✳ يدعي مؤيدو إعفاء صفقات الإنترنت من الضرائب أن فرض الضرائب على الصفقات التي يتم إبرامها من خلال الإنترنت سيرهق كاهل التجارة الإلكترونية بالكثير من الأعباء كما أنه سيقفل من جاذبيتها في أعين العملاء كوسيط تجاري. ويرى هذا الفريق أن منع فرض الضرائب على مثل هذا النوع من الصفقات التجارية سيعزز نمو وازدهار مجال التجارة الإلكترونية.

✳ على الجانب الآخر، يراود الكثير من الموظفين الحكوميين القلق من فقدان ملايين الدولارات التي يمكن جنيها من فرض ضرائب المبيعات وذلك إذا تم إعفاء

صفقات الإنترنت من الضرائب. وهي الأموال التي يمكن الاستفادة منها في توفير المزيد والمزيد من الخدمات العامة. بالإضافة لهذا، يعرب هؤلاء عن مخاوفهم من تحول جزء ضخم من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية وهو ما يعني - على حد قولهم - عدم القدرة على توفير الخدمات التي يحتاجها المجتمع في المستقبل.

النواحي القانونية الدولية الخاصة بصفقات التجارة الإلكترونية:

باعتباره جزء لا يتجزأ من قانون إعفاء صفقات الإنترنت من الضرائب، ناشد الكونجرس الأمريكي دول العالم إزالة الضرائب والحواجز الجمركية وغيرها من القيود من فوق كاهل صفقات التجارة الإلكترونية. وفي هذا الصدد، يمكن القول أنك إذا كنت ترغب في بيع منتجات موقعك إلى قاطني البلدان الأجنبية، فيجب عليك في هذه الحالة أن تتعرف على النواحي القانونية المرتبطة بإبرام الصفقات التجارية عبر الويب مع مثل هؤلاء الأشخاص.

الرسوم الجمركية:

عند استيراد أو تصدير البضائع يتم فرض رسوم جمركية على هذه البضائع. وقد تأخذ هذه الرسوم شكل الضرائب أو قيود يتم فرضها على البضائع عند مرورها عبر الحدود العالمية. ويتم فرض القواعد نفسها على الشركات التي تقوم بشحن المنتجات عبر البحار. وعند مغادرة المنتجات للبلد التي خرجت منه، يتم فرض ضرائب عليها. وعندما تصل المنتجات لوجهتها، يتم فرض ضرائب استيراد عليها.

تأثير الإنترنت :

للتجارة الإلكترونية تأثير رئيسي على القوانين المنظمة للرسوم الجمركية وذلك فيما يتعلق بالنقطتين التاليتين:

✳ تزايد التجارة الإلكترونية من عدد الصفقات الفردية وذلك لأن من السهل على الفرد شراء البضائع التي يريدها من شركة أجنبية من خلال الإنترنت على عكس التجارة التقليدية.

✳ إن التجارة الإلكترونية هي وسيلة للتبادل العالمي للمنتجات والخدمات.

في الواقع، من الممكن غض الطرف وبسهولة عن معظم اللوائح الخاصة بالرسوم الجمركية عند إبرام صفقات التجارة الإلكترونية وذلك لأنه يتم شحن المنتجات مباشرة إلى العملاء على حدة بدلاً من شحنها بكميات ضخمة عبر البحار من خلال وسطاء. ولتجنب المشكلات القانونية، ينبغي على شركتك الالتزام بقوانين الرسوم الجمركية إذا كنت تقوم بالشحن لعناوين في بلدان أجنبية.

مجابة التحديات :

تتنوع القوانين الخاصة بالرسوم الجمركية وتختلف من بلد إلى آخرى. فعلى سبيل المثال، لا يمكن استيراد الكتب الفنية إلى داخل كندا دون الحصول على وثائق خاصة وسداد ضرائب إضافية. ويمكن القول في هذا الصدد أن القاعدة المسيطرة على الصادرات والتي كان لها التأثير الأكبر على تطور التجارة الإلكترونية تتمثل في اللوائح والتنظيمات الصادرة من مكتب إدارة الصادرات التابع لوزارة التجارة الأمريكية وهي اللوائح المتعلقة بتصدير برامج الكمبيوتر التي تشمل على إمكانيات تكويد قوية وفعالة.

لقد أدت التجارة الإلكترونية إلى ظهور الكثير من التحديات أمام موظفي الرسوم الجمركية الذين بدءوا في تأملها أكثر من التفكير في السبل الكفيلة بمواجهتها. وستكون الوكالات الخاصة بالرسوم الجمركية في حاجة إلى التفاعل مع مواقع الويب الخاصة بالتجارة الإلكترونية وذلك بهدف تنفيذ أسلوب فعال لجمع الرسوم المفروضة على السلع. وسيتم في هذا الصدد فرض الرسوم تلقائياً وتسجيلها نم قبل كل من موقع التجارة الإلكترونية والوكالات الخاصة بوضع اللوائح والتنظيمات. لكن هذا الأمر يحتاج إلى وقت خويل لتنفيذه وقد يصبح موضعاً تجريبياً وذلك إذا تم إعفاء الإنترنت من الرسوم الجمركية كما تقترح الحكومة الأمريكية.

وإذا كنت تخطط لاقتحام عالم التجارة الإلكترونية الدولية، فيمكن لشركتك الاستعانة بمواقع الويب التالية التي ستساعدك على الإبحار بأمان في مياه اللوائح والتنظيمات الخاصة بالرسوم الجمركية:

- ✱ www.imex.com
- ✱ www.fita.com وهو الموقع الخاص باتحاد الجمعيات التجارية العالمية.
- ✱ www.wcoomd.org وهو الموقع الخاص بمنظمة الرسوم الجمركية العالمية.
- ✱ www.customer.ustreas.gov

التعريف الجمركية :

التعريف الجمركية عبارة عن الضرائب التي تفرضها الدول على البضائع التي يتم جلبها من خارج البلاد وتمر إلى داخل حدودها. ومن الممكن تطبيق التعريف الجمركية من جانب مجموعة من الدول يجمع بينها اتحاد خاص بالرسوم الجمركية. وعادة ما يتم فرض التعريف الجمركية على الواردات أكثر من الصادرات.

ومن ناحية أخرى، يتم فرض التعريف الجمركية بطريق مباشر أو غير مباشر؛ إذ يتم فرضها مباشرة عند مرور البضائع إلى داخل حدود الدولة. بينما يتم فرضها بأسلوب غير مباشر من خلال المطالبة بشراء رخصة أو تصريح لاستيراد كميات معينة من المنتجات. ويمكن القول أن المنتجات التي يتم فرض الضرائب عليها عادة ما تكون عناصر يسهل تتبعها وتصنيفها وتقييمها أو قياسها. وهناك الكثير من الخدمات التي لا يتم فرض التعريف الجمركية عليها. ومن المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في حساب التعريف الجمركية:

- ◆ أرقام النظام المتوافق: وهو معيار دولي يستخدم في الإشارة إلى المنتجات.
- ◆ الاتفاقية الخاصة بالدول الأكثر تفضيلاً: ويتم تطبيق هذه الاتفاقية على الدول التي تجمع بينها وبين الولايات المتحدة شراكة فيما يتعلق بالموافقة على قدر مشترك من المبالغ الضريبية يتم تعديله بما يتماشى مع معدل التضخم وذلك فيما يختص بمنتجات بعينها وذلك عند تبادلها بين الطرفين.

obeyikandi.com

قائمة المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

- ١- د. نظام موسى سويدان وآخرون، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد، عمان ٢٠٠٣.
- ٢- د. ردينة عثمان يوسف وآخرون - تكنولوجيا التسويق - دار المناهج، عمان، ٢٠٠٥.
- ٣- د. خلعت أسعد عبد الملاك - التسويق الفعال - القاهرة.
- ٤- د. محسن الكتيبي وآخرون - أساسيات التسويق - الإسماعيلية ٢٠٠٢.
- ٥- ب نورتين وكاش سميث - التجارة على الإنترنت - الدار العربية للعلوم - القاهرة، ١٩٩٧.
- ٦- د. خلعت أسعد عبد الحميد وآخرون - مقدمة في الحاسب الآلي ونظم المعلومات - ٢٠٠٥.
- ٧- الجمعية البريطانية لإدارة الأعمال - التجارة على الإنترنت - الدار العربية للعلوم.
- ٨- محمد جاسم فلحص، النشر الإلكتروني، دار المناهج، عمان ٢٠٠٥.
- ٩- أكرم عبد الوهاب - التجارة الإلكترونية - مكتبة بن سينا للطباعة، ٢٠٠٤.
- ١٠- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ١٩٩٩.
- ١١- د. عصام الدين أبو علفة، التسويق والتجارة الإلكترونية، دار حورس الدولية، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

- ١٢- د. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتجارة عبر وسائل الاتصال الحديثة .
- ١٣- د. ممدوح عبد الحميد عبد المطلب، جرائم استخدام الكمبيوتر وشبكة المعلومات العالمية، الجريمة عبر الإنترنت، مكتبة دار الحقوق، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.
- ١٤- د. جيل عبد الباقي، الحماية الجنائية والمدنية لبطاقات الائتمان المغنطة، دار النهضة العربية، خبيعة ٢٠٠٠.
- ١٥- رائد/ علي حسن عباس، مخاطر بطاقات الدفع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت – المشاكل والحلول، ورقة عمل مقدمة لندوة "الصور المستحدثة لجرائم بطاقات الدفع الإلكتروني – سبق التعريف بالندوة.
- ١٦- عماد علي خليل، التكييف القانوني لإساءة استخدام بطاقات الائتمان عبر شبكة الإنترنت، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت – جامعة الإمارات عام ٢٠٠٠.
- ١٧- د. محمد المرسي زهرة، الدليل الكتابي وحجية مخرجات الكمبيوتر في الإثبات في المواد المدنية والتجارية، مؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات.
- ١٨- د. أحمد السعيد شرف الدين، حجية الكتابة الإلكترونية في الإثبات، مركز البحوث والدراسات، شرحة دبي، ٢٠٠١.
- ١٩- د. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٦.

- ٢٠- د. محمد فهمي خلبه وآخرون، فيروسات الحاسب وأمن المعلومات، موسوعة دلتا للكمبيوتر، ١٩٩٢.
- ٢١- راجع أ. فادي سالم، تشفير البيانات في إنترنت، دراسة في مجلة إنترنت العالم العربي، عدد أغسطس وسبتمبر ١٩٩٩، على موقع www.jawmay.com.ae.
- ٢٢- د. محمد جاسم فلحي - النشر الإلكتروني للطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة - دار المناهج - عمان ٢٠٠٥.
- ٢٣- ديفيد كرودر - رواندا كرودر - علم نفسك الإنترنت - دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٢٤- د. أحمد عبد الكريم سلامة، القانون الدولي الخاص النوعي، الأكثر السياحي البيئي، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٢٥- د. حسام الدين الأهواني، مصادر الالتزام، مرجع سابق، ص ٨٠، د. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، العقد والإدارة المنفردة، جامعة الكويت، الطبعة الأولى ١٩٩٥.
- ٢٦- ديفيد كرود وآخرون، علم نفسك الإنترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٢٧- د. عماد الحداد، التجارة الإلكترونية، مكتبة الأسرة، القاهرة، ٢٠٠٥.

المراجع الأجنبية:

- (1) Berensten, Aleksander, Electronic cash (1998), "Monetary Policy Implications of digital Money". Kyklos, Vol. 51. No.1.
- (2) European Commission (1998), "Proposal for European Parliament and Council directives on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution ", brussels.com .
- (3) Bank for international settlements (BIS). (1996). "Implication for central banks of the development of electronic money. Baste.
- (4) . European Central Bank (1998). "Report of Electronic Money" Frankfurt, Germany, August.
- (5) White. L.H., (1996) " The Technology Revolution and Monetary Evolution" in the future of money in the information age. Cato Institute's 14th annual monetary conference. May 23 Washinton, DC.
- (6) Philips. J., (1996) " Bytes of Cash: Banking. Computing and Personal Finance" First Monday. Review. Vol. 1, No. 5. November.

- (7) Piftaretu. Nadia (1999), " A theoretical approach th electronic money" Faculte des Sciences Economiques et Sociales Working Papers, No. 302. University de Fribourg Suisse.
- (8) Ely B. (1996) " Electronic Money and monetary policy. Separating fact from fiction paper presented at Cato institutes 14th Annual Monetary Conference" May.
- (9) Thygesen. Christian and Kruse, Mogens (1998), "Electronic Money" Denmark national bank monetary review. 4th quarter.
- (10) The European parliament and the council of the European Union (2000) "Electronic money directive.
- (11) Bank for International Settlements (BIS). (1996) "Implication for central bank of the development of electronic money.
- (12) The European parliament and the council of the European Union (2000) "Electronic money directive.
- (13) European Commission (1998). "Proposal for European parliament and Council Directives on the talking Up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money intuitions".

- (14) The European parliament and the council of the European Union (2000) "Electronic money directive". Directive 2000/46/EC of the European parliament and the council. Brussels.
- (15) Ministere de l'Electronic de finance et de l'industrie (1999) " la Nouvelle donne du commerce electronique". Les Editions de Berry Etudes, Paris.
- (16) Electronic agent: means a computer program or an electronic or other automated means used independently to initiate an action or respond to electronic records or performances in whole in part, without review or action by an individual.
- (17) information processing system in order to bring about a certain result.
- Electronic: means electrical, digital, magnetic, optical, electromagnetic, or any other form of technologies.
- (18) Nicholas Imparato, Public policy and the Internet, Hoover Institution press,2000.
- (19) Mousseron. Laduree dans laformation des contrats.art.prec.