مجلة قضايا معرفية

2602-7542 ISSN

المجلد (03) ، العدد (01) لشهر مارس 2023

المعالجة التشريعية للإفصاح في مجال الاختراعات الحيوية بين مصالح المنتجين وحق المستهلكين في الإعلام.

Legislative treatment of disclosure in the field of vital inventions between producers' interests and consumers' right to information.

بن سالم المختار[1]،

1 أستاذ محاضر ب ، المركز الجامعي آفلو ، معهد الحقوق والعلوم السياسية

الايميل المهني للباحث الأول m.bensalem@cu-aflou.edu.dz

بن سالم أحمد عبد الرحمان [2]

2 طالب دكتوراه، المركز الجامعي مغنية ، معهد الحقوق والعلوم السياسية

الإيميل المهني للباحث الثاني bensalem.ahmed@cumaghnia.dz

المؤلف المرسل الكامل: بن سالم أحمد عبد الرحمان **الإيميل:** bensalem.ahmed@cumaghnia.dz

الملخص باللغة العربية:

تهدف هده الورقة البحثية إلى معالجة مسألة الإفصاح في مجال الاختراعات الحيوية، وأثر ذلك على حق المستهلك في الإعلام، وباعتبار أن المعرفة التقنية ليست متاحة للجميع ومجانية، فإنّ الإفصاح عنها من شأنه زيادة ورفع مستوى المعرفة لدى العامة، ويعني الإفصاح إظهار المعلومات للجمهور حتى يتم التمكن منها، وبالتالي فإنّ الإفصاح لا يقتصر عن ذكر البيانات بل كيفية معالجتها وتطبيقها حتى يتم نقل المعرفة بشكل واضح.

الكلمات المفتاحية: نظام الإفصاح، براءة الإختراع، حق الإعلام، نقل المعرفة. الاختراعات الحيوية

Abstract:

This research paper aims to address the issue of disclosure in the field of vital inventions, and its impact on the consumer's right to information, and given that technical knowledge is not available to everyone and is free, disclosure of it would increase and raise the level of knowledge among the public, and disclosure means showing information to the public so that they can Therefore, the disclosure is not limited to mentioning the data, but rather how to process and apply it so that knowledge is transferred clearly.

Keywords: Disclosure system, patent, right of information, transfer of knowledge. Vital inventions

1. مقدمة:

أخذت التكنولوجيا الحيوية أبعادا مهمّة في عدّة مجالات لاسيما المجال الغذائي والطبي، حيث أصبح التعامل مع الهندسة الوراثية والإبراء فيها وجهة العديد من المؤسسات البحثية، وأخذت البعد القانوني للحماية، ومع انتشار هذا المجال العلمي كان لزاما على التشريعات التوفيق بين حقوق المنتجين في استخدام التكنولوجيا وبراءة الاختراع ضمن المنتوجات، ومن جهة أخرى حماية المستهلك الذي قد يكون عرضة لأي مخاطر يمكن أن تنجرّ عن سوء استخدام التكنولوجيا، لذا فهذه الورقة البحثية تتضمن عنصر الكشف أو الإفصاح في المجال الحيوي، والأبعاد القانونية التي تنظمه وتحميه.

فالتكلم عن مجال الإفصاح في الحقيقة هو النظر للموضوع من زاوية المستهلك أو المجتمع لا من زاوية المخترع أو المنتج، ولعلّ محاولة الموازنة بين الطرفين والبحث في الجهتين يجعل من الدراسة معقّدة كثيرا وتحمل في طيّاتها الجدل الكبير، لذا فيتم التركيز في هاته الدراسة من وجهة نظر المستهلك وما يترتب عن ذلك.

وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

- ما هي الأبعاد الإيجابية التي يحققها الإفصاح في ظل قوانين براءة الاختراع وحماية المستهلك؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية إرتأينا معالجة الموضوع وفق النسق التالي:

أولا: الإفصاح في الاختراعات الحيوية

ثانيا: الإفصاح وحق المستهلكين في الإعلام

ثالثا: أثر الإفصاح على المستهلك.

****

أولا: الإفصاح في الاختراعات الحيوية.

يقصد بالإفصاح مجموعة الوسائل والأدوات التي تسمح بالكشف والذي يعني إظهار المعلومات للجمهور حتى يتم التمكن منها، وبالتالي فإنّ الإفصاح لا يقتصر عن ذكر البيانات بل كيفية معالجتها وتطبيقها حتى يتم نقل المعرفة بشكل واضح.

وما يعزز هذا الطرح هو ما جاء في اتفاقية تريبس المادة 29 "على البلدان الأعضاء اشتراط الإفصاح المتقدم بطلب الحصول على براءة الاختراع بأسلوب واضح وكامل يكفي لتمكين تنفيذ الاختراع من جانب شخص يمتلك الخبرة التخصيصية في ذلك المجال"[1]

1) الإفصاح في براءة الإختراع (الكشف):

من أجل الحصول على براءة الاختراع يجب توفر شروط موضوعية وشكلية حتى يتم حماية الاختراع، وكذا يمكن استغلاله تجاريا وتحقيق المنفعة من خلال إنتاجه وتسويقه، وبالرجوع إلى الجدل الفقهي عن كون الاختراع هو عقد أو قرار صادر من جهة معينة، نجد أن الفصل في هذه المسألة بالإجماع على أنّه قرار إداري بدليل تعريف براءة الاختراع في التشريع الجزائري كما يلي: "وثيقة تسلم لحماية الاختراع"حسب المادة 02 من الأمر 03-07[2] بمعنى أنّ الاختراع يظل غير محميا ما لم يتم تسليم تلك الوثيقة.

ونظرا لوجود تقارب كبير بين فكرة الكشف وموضوع الجدة التي تعتبر شرطا موضوعيا لحماية الاختراع[3]، فقد أدرج المشرع الجزائري في الفقرة 2 من المادة 04"لا يعتبر الاختراع في متناول الجمهور بمجرد ما تعرف عليه الجمهور خلال الاثني عشر شهرا التي تسبق الإيداع..."، فهذا يعدّ استثناءا عن الكشف ولا يمكن اعتباره كشفا.

كما يؤكد المشرع الجزائري بوصف الاختراع المراد حمايته، كإجراء إداري من أجل حمايته، طبقا لما جاء في المادة 20.

2) شروط الكشف في الاختراع:

من أجل التفصيل في نظام الإفصاح وفق براءة الاختراع لابدّ من التطرق للمواد القانونية من 10 إلى غاية 19 من المرسوم 05-275، والتي جاء فيها كالتالي:

أ- طرق الكشف:

[1] اتفاقية اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اختصارا تريبس) على الرابط https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwin4a_Oss_9AhVwQaQEHcFPBPMQFnoECAwQAQ&url=http%3A%2F%2Fdftp.gov.ps%2Fuploads%2F1625043941.pdf&usg=AOvVaw3cdyTJXsbUZ6ZqyDlBWj2K.

[2] الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع المؤرخ في 19 جويلية 2003، ج ر عدد 44.

[3] ذكرى محمد عبد الخالق، حماية المعلومات السرية من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 139.

جاء تعداد لطرق الكشف في المادة 04 من قانون براءات الاختراع 03-07 والتي تنص "...كل ما وضع في متناول الجمهور عن طريق وصف كتابي أو شفوي أو استعمال أي وسيلة أخرى عبر العالم،... "

ب- وصف كتابي:

يمكن وصف الاختراع كتابيا من خلال المخططات والرسوم والكتابات والمعادلات والمتتاليات التي توضح مفاهيمه ومحتواه، حيث أنّ تمثيل تلك المعارف يؤدي لا محال إلى التطبيق الصناعي له، وعليه فإذا تم إخفاء أي جزء منها فإنّ المعلومات لا تؤدي الغاية منها وينتفي وجود الاختراع أساسا.

لذا فالحرص على حماية المعلومات طيلة المدة التي تسبق التسجيل من شأنه ضمان الحق في الحماية.

ج- وصف شفوي:

يمكن وصف الاختراع شفويا أمام الجمهور إمّا مباشرة أو من خلال أي حصة أو برنامج سمعي بصري فالعبرة بنشر الاختراع لا الكيفية التي نشر بها.

ولعلّ موضوع نشر الاختراع قبل حمايته أمر في غاية الأهمية فحماية هذا النوع من المعلومات الهدف منها البحث عن الفروقات بين المنتجين كتحسين الإنتاج، وجلب أكثر للعملاء، وزيادة شبكة التسويق، فإخفاء هذا النوع من المعلومات على جمهور المستهلكين لا يعتبر اعتداءا أساسا على حقهم في الإعلام، فالإعلام الذي يحتاجه المستهلك من أجل فهم المنتج واستخداماته والجدوى منه وليس كيفية المراحل التي مرّ بها حتى وصل إلى المرحلة النهائية.

د- استعمال أمام الجمهور:

ونعني بهذا استعمال واستغلال الاختراع أمام الجمهور دون البدء في إجراءات التسجيل ويكون قد تم التعرف عليه من قبل الجمهور، دون عرضه في معرض دولي فلصاحب الاختراع حق التقدم لحمايته طيلة السنة اللاحقة للمعرض، غير أن هذا الإعلان لا يقتصر على جزء فقط من الاختراع فجزء من الاختراع ليس هو كامل الاختراع، لأنّ وصف الجزء لا يعني وصف الكل.

وعليه يمكن أيضا طلب الحصول على براءة الاختراع دون أن ينتفي شرط الجدّة في حالة ما تم إفشاء سر الاختراع تعسفا من الغير، كأن يكون أحد العاملين في المصنع قد كشفه أو من جرّاء أي ضغط آخر.[4]

[4] مرمون موسى، ملكية براءة الاختراع في القانون الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة1، الجزائر، 2013، ص 75.

3) فوائد الكشف عن طريق نظام براءة الاختراع:

باعتبار أن المعرفة التقنية ليست متاحة للجميع ومجانية، فإنّ الإفصاح عنها من شأنه زيادة ورفع مستوى المعرفة لدى العامة، وهذا لا يتأتى إلا من خلال الاعتراف ببراءة الاختراع وإدراجها ضمن سجل براءات الاختراع.[5]

إذ تعتبر المعرفة التقنية مكسبًا ماليا اقتصاديا تمتاز به مؤسسات لها وزن، ولما تطال المعرفة المجال التكنولوجي الحيوي فإنّ صحة الإنسان والحيوان وسلامة المحيط البيئي تصبح على المحك، لذا فوجود نظام قانوني يساهم في تقديم حماية وقائية قبل وقوع الخطر.

إنّ كشف المعلومات عن طريق براءة الاختراع هو خلق آلية قانونية تسمح بتصنيع الدواء عن طريق الرخصة الإجبارية دون انتظار أخذ رخصة من صاحبها، وهذه الآلية تحقق منفعة عامة لاسيما في مجال تحسين المستوى الصحي وتجنب الكوارث.

يترتب عن كشف الاختراع تسجيله في مكتب براءات الاختراع باسم صاحبه، وهذه الآلية تضمن الحماية التامة لصاحب الاختراع من جرّاء الاعتداء طيلة المدة القانونية الممنوحة له، فالكشف هنا وسيلة حماية وقائية.[6]

4) الاستثناءا عن الإفصاح (السر التجاري):

لا توجد أنظمة قانونية موحدة بشأن حماية الأسرار التجارية أو المعلومات غير المفصح عنها، وتتعد تسمياتها في الأنظمة الحديثة، كمصطلح المعرفة الفنية أو المعلومات السرية.[7]

ففي حالة الوصول إلى السر التجاري الموجود في براءة اختراع فإنّ هذا يعتبر اعتداءا، بخلاف الحالة التي يتم الوصول فيها إلى السر التجاري في نظام المعلومات غير المفصح عنها، فهو مشروع إذا كانت الطرق التي تم الوصول بها مشروعة، فلا تكون عن طريق خيانة أمانة، ولا يكون هناك من أفشى السر على علاقة بصاحب السر التجاري كأن يكون شريكًا سابقا أو عاملا لديه.

---

[5] المنظمة العالمية للملكية الفكرية، تعزيز النفاذ إلى التكنولوجيا والابتكارات الطبية، كتاب إلكتروني متاح على الموقع www.wipo.int تاريخ الإطلاع 2019/01/13، ص 56.

[6] مرمون موسى، مرجع سابق، ص 75.

[7] المعرفة الفنية هي اختصارا لعبارة know how to do it أي العلم بكيفية القيام بأمر ما، وأشار إليها القانون الفرنسي savoir faire بموجب قانون بتاريخ 13 جانفي 1973. فالمعرفة تقسم إلى ثلاث أقسام: منها ماهو ذائع للجمهور ودخل الدومين العام، ومنها يمثل براءة الاختراع، ومنها ما يمثل السر التجاري والذي يتم حفظه. للتفصيل راجع : عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، التنظيم القانوني للملكية الفكرية دراسة مقارنة، ص 165.

ويمكن تعريفها بأنها كل تركيب أو نموذج أو توليفة معلوماتية أو برامج أو آلة أو أسلوب أو تقنية يبحق قيمة اقتصادية لم تكن معروفة من قبل، ويجب أن تحاط بسرية حفاظا على قيمتها.[8]

أ- شرط حماية الأسرار التجارية:

في الحقيقة لا تعتمد نظام حماية السر التجاري كل الدول، بل فقط الدول ذات الهيمنة الفكرية من أجل توفير الحماية لشركاتها المتعددة الجنسيات وضمان المداخيل المالية طيلة عقود طويلة.

ولتوفير الحماية يجب توافر الشروط التالية:

- **سرية المعلومات:**

أن تكون المعلومات في مجموعها غير معروفة لدى الغير، وغير متداولة لدى المشتغلين بالفن الصناعي.[9]

- **قيمة اقتصادية:**

حتى يمكن حماية المعلومات السرية وجب وجود عوائد مالية ضخمة وإلاّ أصبحت عدم هناك جدوى من حمايتها.

كما أنّ مدة الحماية وفق نظام الأسرار التجارية يبقى مستمرًا طالما أن السر محفوظ ولم يصل إلى الغير بينما في نظام براءة الاختراع فإنّ مدة الحماية مؤقتة وتصل إلى عشرين سنة غير قابلة للتجديد، فنصل إلى القول بأنّ من مصلحة المنتجين الأخذ بنظام الأسرار التجارية لوجود ميزات تصب في مصالحهم بخلاف نظام براءة الاختراع.

فالحماية لا تنصب إلاّ على البيانات التي تقدم للسلطات الحكومية المختصة والتي تكون لازمة للحصول على ترخيص بالإنتاج والتسويق، فلا تمتد الحماية إلى تلك المعلومات غير لا المفصح عنها لعدم إدراجها في قاعدة البيانات المذكورة في التصريح،[10] وبالتالي هذا إقرار ضمني بحماية المعلومات غير المفصح عنها لحماية جزء منها المذكور.

فالإفصاح في الأسرار التجارية لا يتضمن موضوع الحماية أساسًا على خلاف شرط الشكلي المتمثل في الكشف في براءة الاختراع حتى يتم حماية الاختراع وفق نظام البراءة.

---

[8] عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءات الإختراع والأسرار التجارية، ص ص 40، 41.

[9] الدكتورة هايدي عيسى حسين، تنازع القوانين في مسائل الملكية الفكرية، ص 64.

[10] أيمن عبد الله فكري حسن، إشكالية الحماية الجنائية للمعلومات غير المفصح عنها والمنتجات الدوائية، مجلة الفكر الشرطي، المجلد الثالث والعشرون، عدد 91، الرياض، 2014، ص 184.

نصت المادة 3/39 من اتفاقية تريبس على أن البلدان الأعضاء حين تشترط الموافقة على تسويق الأدوية أو المنتجات الكيميائية الزراعية التي تستخدم كيانات كيميائية جديدة، تقديم **بيانات عن اختبارات** سرية أو بيانات أخرى ينطوي التوصل إليها على بذل جهود كبيرة بحماية هذه البيانات من الاستخدام التجاري غير العادل.[11]

يعني الكشف عن النتائج وحماية من الاستخدام التجاري غير العادل، هو حماية تلك المعرفة دون التعرف عليها أساسا كون أن النتائج يمكن أن تتاح للجميع حتى تكسب ميول المستهلكين وتسويق تلك المنتجات التي تترتب عليها، أي وجود حماية من قبل الدولة لابتكار غير معروف أساسًا إضافة إلى تقديم رخصة لتصنيع وتسويق تلك المنتجات الصناعية الحيوية.

وهذا النوع من الحماية يشجع المخترعين أو المنتجين للتوجه نحو الحماية وفق نظام الأسرار التجارية بخلاف رغبة المستهلكين في اختيار نظام براءة الاختراع.

ب- مساوئ نظام السر التجاري:

في قضية شركة الدواء التي منح لها حق تسويق الدواء بأمريكا سنة 1962 نتيجة تقديم الاختبارات أجرتها الشركة الأمريكية food and drug administration للتأكد من الأمان فقط، ولكن أعقاب الأزمة التي سببها دواء thalidomide، حيث ترتب عن استخدامه من قبل النساء الحوامل حدوث تشوهات خلقية في المواليد، لذا عدّل قانون الغذاء والدواء ومستحضرات التجميل الفيدرالي سنة 1962.[12]

في قضية أيضا حدثت بمصر حين صدر قرار من وزير الصحة بصناعة 850 دواء جديد جنيس في مصر في جانفي 2005 أين أجلت الولايات المتحدة الأمريكية مفاوضات اتفاقية التجارة الحرة مع مصر حماية لشركة فارما الأمريكية المختصة في صناعة الأدوية، بزعم أن قرار الوزير ينتهك الحقوق الفكرية المتضمنة في اتفاقية تريبس بخصوص المعلومات غير المفصح عنها.[13]

وهذا يؤكد صحة الطرح القائل بتكبيل أيدي المبتكرين ومنعهم من البحث العلمي عنت طريق إخفاء كل البيانات والمعلومات التي من شأنها تحسين المستوى المعرفي ودفع عجلة التنمية لدى العامة.

[11] عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، الثغرات وبنود الاستثناءات في ظل اتفاقية تريبس، ص 261.

[12] عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 263.

[13] عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، التنظيم القانوني للصناعات الدوائية على ضوء اتفاقية التريبس، ص 36

احتكار تصنيع الدواء خصوصا والصناعات الحيوية بشكل عام من قبل مؤسسة اقتصادية ربحية مدة زمنية طويلة جدا مقارنة مع استغلال براءة الاختراع.

ثانيا: الإفصاح وحق المستهلكين في الإعلام

كثيرا ما تقترن فكرة الإنتاج بالالتزامات المترتبة عليها والحقوق المكتسبة قانونا للمستهلكين، هذا لتحقيق الغاية المرجوة من كلا الجهتين، فالمنتج يرغب في بيع المنتوج وتحقيق الأرباح هذا من جهة، والمستهلك يرغب في تلبية حاجياته وحاجيات عائلته.

وبالتالي فإنّ هذه العلاقة القانونية مبنية على أسس واضحة لا تحتاج إلى تفسير، وبما أن حماية الملكية الفكرية تنصب على منتوج فإنّ هذا المنتوج يجب أن يحترم المعايير التي تحقق السلامة والأمن للمستهلك.

وعليه أدرج المشرع الجزائري في المادة 17 من القانون 09-03[14] بأنّه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة... "، ويضيف في المادة 04 من المرسوم التنفيذي 13-378 " يجب إعلام المستهلك كل إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة.."[15] كما تم النص عليها في القانون 04-02 في المادة 05 الفقرة 01 على أنّه " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"[16]، فبالرغم من تكرار النصوص والتعريف أكثر بحقوق المستهلك إلاّ أنّ السؤال الذي يطرح نفسه هو ما مدى تحقيق نصوص حماية المستهلك للإفصاح؟

ولعلّ الإفصاح في براءة الاختراع لا يحدث أي إشكال لوجود ضمانة قانونية مقابل الكشف أثناء الإيداع القانوني، ويبقى الإشكال قائمًا الكشف في السر التجاري، والذي يمكن أن يكون من خلال إدراج بيانات مزيفة لا تعكس المنتوج الحقيقي، خصوصًا إذا تعلق المنتوج بمكونات وراثية معدّلة والتي يمكن أن تعود سلبا على صحة المستهلك على المدى البعيد، ولا يمكن معرفتها أو تجنبها طالما بقي السر التجاري قائما، ولعلّ هذا الشيء ما يؤرق الدول النامية التي تعترف بهذا النوع من الحقوق، فهو يتعارض كليّا مع حقوق المستهلك المكفولة دستوريًا، ومبدأ المنافسة النزيهة الذي يقتضي بعدم تجاوز الحدود المسطرة قانونًا كالاعتداء على صحة الغير أو ما يضر بالبيئة.

[14] المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 08 مارس 2009، ج ر العدد 15، ص 14.

[15] المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الجريدة الرسمية عدد 58.

[16] قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، ج رعدد 41.

كما أنّ المشرع الجزائري قد أدرج الحد الأدنى الإلزامي الذي يحقق الإعلام للمستهلك كبيانات الوسم وعلامة الصنع والخدمة التي تعرف المنتجات وتوضح عن ماهيتها، ولعلّ المقصود ببيانات الوسم هو إظهار المكونات الحقيقية للمنتوج، والعبرة من هذا الطرح هو في حالة تعارض الوسم الإلزامي مع السر التجاري، فهل يُسمح للمنتجين بأن يتغاضوا عن حقوق المستهلكين عن طريق إخفاء بيانات أو تزييفها؟ وفي هذه الحالة هل نعتبر بأنّ المنتجين قد أصبحوا ضمن المحتالين أو المدلسين؟

ولعلّ هذه الجزئية تطرح إشكالا كبيرًا كون أنّ التعارض بين قانونين في نفس الدرجة، فالسر التجاري يقدّم حماية أوسع للمنتجين وقانون حماية المستهلك يقيّدها ويضيق منها، لذا فإنّ القول بأنّ قانوني المنافسة وحماية المستهلك يمشيان على التوازي فلا احد يندرج ضمن الآخر له القرار الصائب، كون أنّ تضييق الخناق أكثر على المنتجين ومصالحهم من شأنه إيقاف عجلة التنمية وركود النشاط الإنتاجي، وهو موضوع مستبعد كلية.

وينصب الإفصاح على شقين مهمين هما:

1) الإفصاح عن بيانات السلع:

الأصل أن الالتزام بالإعلام يشمل كافة الأشياء المبيعة، يستوي أن يكون منقولات أو عقارات، سواء كانت أشياء مادية أو معنوية بسيطة أم معقدة، عادية أم خطرة، مستعملة أم جديدة، شائعة الاستعمال أم مبتكرة، ورغم ذلك يتّسم الالتزام بالإعلام بقدر من الخصوصية، ويكون نطاقه أكثر اتساعًا عندما يكون محل العقد ذا طبيعة خاصة وخطرة أو معقدة أو حديثة الابتكار.[17]

فتتمثل الحالة المادية للشيء عاملا للحث على التعاقد، حيث غالبًا ما يقدم المستهلك على التعاقد استجابة لما تطابق مع رغبته من أوصاف مادية تخص الشيء محل العقد، لذلك وفي ضوء هذه الأهمية البالغة للحالة المادية للشيء، فإنّه يجب على المدين بالالتزام بالإعلام العقدي الإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص والأوصاف المادية للشيء محل التعاقد عملاً على تصحيح صورته في ذهن الدائن بهذا الالتزام على نحو يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية ومدى جدواه وملاءمته في إشباع حاجته التي يرمي إليها، لما لذلك من أهمية بالغة في التأثير على قراره بالإقبال على التعاقد.[18]

[17] منى أبو بكر الصديق ، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 121.

[18] أحمد خديجي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 11، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، ص 24.

وبالتالي يمكن أن تكون منتجات غذائية أو منتجات صيدلانية أو غير غذائية وهي السلع قابلة لأن تكون عبارة عن نتاج اختراعات حيوية ويمكن إبراؤها واستغلالها تجاريا.

2) الإفصاح عن مؤدي الخدمة:

إنّ تحديد شخصية المهني أمر يحمل المستهلك على الاطمئنان قبل التعاقد، خاصة إذا كان هذا الاسم محل اعتبار، فتوجد أسماء تجارية لأشخاص وشركات لها سمعة محلية ودولية تجعل من المستهلك يثق في تعاملاتها ومحتوى المعاملات الواردة على موقعها. لذا كان لابد من تحديد اسم المهني بدقة وبصفة كاملة مع بيان المقر الاجتماعي للشركة، أو الشخص المهني ورقم هاتفه، وبريده الالكتروني، ورقم تعريف المؤسسة.[19]

وحقيقة الأمر أن هذا البيان يحظى بأهمية قصوى، خاصة في مجال عقود الاستهلاك الالكترونية. ويرجع ذلك إلى أنه يصعب في إطار هذه العقود التيقن من شخصية الطرف الآخر في التعاقد وهو ما قد يلحق ضررًا بليغًا بالمستهلك كطرف ضعيف في هذه العقود.

ويعني ما سبق أن تحديد هوية المهني كمدين بالالتزام بالإعلام هو أمر يهم، وذلك لضمان وجود الرضا الكامل والصحيح من جانب المستهلك، فهذا الأخير يهمه يقينًا التعرف على المتعاقد معه والاطمئنان على خبرته وحسن سمعته وقدرته على تنفيذ الالتزامات التي يلقبها المشرع أو العقد على عاتقه.

يعرف قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 في المادة الأولى منه المزود بأنّه "كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو إنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار في أحد المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك، أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق"، هذا ويعرف جانب من الفقه القانوني المزود في العقد الإلكتروني بأنّه "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يعمل من أجل حاجات مهنته، ويسعى إلى الربح، وعلى سبيل الاحتراف، فاحتراف التجارة هو الذي يكسب الشخص صفة المزود، فتعريف المزود يرتبط بالعمل الذي يباشره، حيث تشترط القوانين للشخص سواء أكان طبيعيًا أم معنويًا أن تكون الأعمال التجارية التي يمارسها ويحترفها لاكتساب صفة المزود هي الأعمال التجارية بحكم ماهيتها الذاتية".[20]

يؤدي بيان شخصية المزود حتى يكون المستهلك على بيّنة من أمره، فيتوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد، بالإضافة إلى أهمية ذلك في تحديد مركز المستهلك القانوني، ووضوح التزاماته ومدى إمكانية تنفيذها، وهذا ما تناول القانون الاستهلاك الفرنسي في المادة 121 الفقرة الثامنة بعد التعديل بموجب المرسوم 741 لسنة 2001، والتوجيه الأوربي الصادر في 20 ماي 1997 شخصية المزود، بحيث

[19] محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003، ص 129.

[20] فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، مذكرة ماجيستر، جامعة الشرق الأوسط، فلسطين، 2011، ص 52.

قرّرا تحديد هذه الشخصية من خلال التمييز بين ثلاث حالات لمكان الموقع عبر شبكة الانترنت، وهي حالة وجود الموقع في شبكة الانترنت في فرنسا، والحالة الثانية خاصة بمواقع الدول الأعضاء في الإتحاد الأوربي، والحالة الثالثة بشأن المواقع المنشأة في البلاد الأجنبية.[21]

عادة ما يلجأ المستهلك إلى هذا النوع من الخدمات كونها عقود الأكثر رواجًا في وقتنا الحالي أو عقودًا الكترونية ناتجة عن تطورات في المعاملات التجارية والتي تساير التقدم التكنولوجي، فأصبح المستهلك من مكانه يبرم عقودًا خدماتية عدّة مع عدد كبير من المهنيين.

وهذا الشق من المنتوج لا يمكن حمايته وفق نظام براءة الاختراع لأنّ خصائص الخدمات –غير قابل للمس، غير قابل للتلف، ارتباطه بمؤدي الخدمة- تجعله مستحيل الوجود، لاسيما إذا تعلّق الأمر بالاختراعات الحيوية، غيرّ أنّ بخصوص الأسرار التجارية فإنّ موضوعها أشمل بكثير من الاختراعات الحيوية لذا لا يتم استبعاد وجودها، وهذا ما يؤكد خطورة الوضع أكثر.

ثالثا: أثر الإفصاح على المستهلك.

في الماضي عندما كانت علاقات الفرد بمجتمعه بسيطة ومحدودة، واحتياجاته قليلة كان يستطيع أن يختار بسهولة ما يحتاجه من السلع والخدمات إذ لم يكن أمامه إلا عدد قليل من الخيارات، لكن نتيجة التطور العلمي السريع الذي يشهده العصر الحديث وما يحمله من ثورة في المعلومات وظهور أصناف من السلع والخدمات تكون متشابهة ومتماثلة، فأصبح الفرد مستهلكًا في مختلف جوانب حياته، فهو يدخل في علاقات تعاقدية شبه يومية إلاّ أن هذه العلاقات لا تكون عادة متوازنة، وإزاء التقدم العلمي لابد من مراعاة ما يضمن حماية للمستهلك.[22]

كما أنّ للمستهلك الحق في الصحة إذ تحتل هذه الفكرة قدرًا كبيرًا من الأهمية، وهذا نتيجة كثرة المنتجات التي تحمل خطورة على صحة المستهلك، كما أن الالتزام بصحة المستهلك يترتب عليه قيام المحترف أو الأشخاص المؤهلين بمهمة الحماية، وذلك بتصرفات قانونية أو أعمال مادية من شأنها أن تؤدي إلى حماية صحة المستهلك وترقيتها، فيمكن أن يكون القانون كمصدر للالتزام في هذه الحالة وذلك عندما يلزم أحد الأطراف خاصة المحترف بواجب حماية صحة المستهلك من خلال اتخاذ جميع الإجراءات

[21] عبد الله ذيب عبد الله محمود، الحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجيستر، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 55.

[22] عطية سليمان خليفة عبد الله ومحمد صبحي خلف جواد، التنوير المعلوماتي للمستهلك، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة تكريت، العراق، 2013، ص 214.

والاحتياطات اللازمة لذلك، كما يمكن أن يكون مصدرا الالتزام العقد، إذا كانت هناك علاقة تعاقدية بين المحترف والمستهلك.[23]

ويكفل هذا الحق للمستهلك العيش والعمل في بيئة خالية من المخاطر، ولو على الأجل الطويل وتعزيزًا لهذا الحق طالبت منظمة الأمم المتحدة ما يلي:[24]

أ- العمل على إيجاد وسن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة وخاصة بالنسبة لتخزين ونقل المواد الخطرة.

ب- إلزام المصنعين والمنتجين بإتباع نظام الملصقات التحذيرية التي تبين خطورة المنتج وكيفية التصرف في حالة التعرض لخطر ذلك المنتج.

ج- تعزيز استخدام المنتجات الأمنية بيئيا.

فربما نجد أنّ المستهلك عند إقباله على عقود الاستهلاك يهدف إلى تحقيق غاية معينة من ذلك التصرف القانوني، غير أنّه يكون جازما بأنّ ذلك التعاقد لا يضر بسلامته وسلامة محيطه، وتُظهر هذه الأهمية الكبرى للالتزام بالإعلام حيث يعتبر وقائي إذ نكاد نجزم أنّه لا وجود لأي ضرر إذا ما التزم أطراف التعاقد بكل ما هو من شأن التزام بالإعلام.

الخاتمة:

يمكن التوصل إلى أنّ الإفصاح أو الكشف هو آداة للإعلام ووسيلة تضمن وصول المعلومة للمستهلك كما هي آداة تحقق السلامة بطريقة غير مباشرة وتساهم في تكريس البعد الصحي، حيث أنّ المستهلك بحكم كونه الحلقة الأضعف أمام هملاق المؤسسات البحثية يبقى دائما في حاجة لحماية وتوفير المعلومة، غير أنّ هذا يشكل من جهة أخرى عائقا كبيرا في مجال البحث عن التقانة الحيوية والتي غالبا ما تحتاج تمويلا ماليا مستمرا، إضافة إلى الحاجة الآلات المتطورة حتى يتم التمكن من تصنيع المنتجات

[23] زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجيستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، 2011، ص 30.

[24] فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، مذكرة ماجيستر، كلية الاقتصاد، جامعة المنتصرية، اليمن، 2003، مرجع سابق، ص 87.

- وهذا ما جعل الدول تقنن دستور الدواء كضمانة للمستهلك والمحيط البيئي.

المراد الحصول عليها، وهو ما يجعلنا دائما ندور في حلقة بين المنتج والمستهلك، لذا فتوحيد القوانين والتعمق فيها من شأنه إبعاد الكثير من اللبس والتعقيد في الفهم وغموض النصوص القانونية.

ويبقى في الأخير الإفصاح دائما ما يخدم التكنولوجيا ويعكس جودة البحث، إضافة إلى إضفاء الشفافية في المنتج بداية من فكرة التصنيع لغاية الإنتاج والاستهلاك.