



كلية القانون
College of Law

Tikrit University Journal for Rights

Journal Homepage : <http://tujr.tu.edu.iq/index.php/t>

Criminal liability of the website owner for advertising or promotion for therapeutic products

Professor .Dr . Sabah Misbah Mahmood

College of Law, Tikrit University, Salahaddin, Iraq

tujr@tu.edu.iq

The researcher. .Intisar shaker Mahmoud

Ministry of Industry and Minerals, General Company for the Manufacture of
Medicines and Medical Supplies, Samarra, Salah al-Din, Iraq

tujr@tu.edu.iq

Article info.

Article history:

- Received 14 August 2024
- Accepted 17 September 2024
- Available online 1 June 2025

Keywords:

- Advertising
- E-marketing
- Therapeutic products
- Real website
- Fake website
- Criminal liability.

Abstract: The phenomenon of electronic advertising and promotion of medicinal and herbal therapeutic products is considered one of the most dangerous promotional methods for the health of the individual consumer and society. This phenomenon is growing in many countries of the world, and has contributed to the spread of counterfeit therapeutic products by violating the technical specifications and pharmacopoeia, by expiring their validity, or by not following the technical specifications. of medicinal plants, which leads to their corruption or damage, by selling them or offering them for sale through real or fake websites that impersonate

the owners of websites belonging to real pharmaceutical companies in order to defraud consumers and force them to hand over their money for the motive of profit and making money at the expense of their health and safety.

© 2023 TUJR, College of Law, Tikrit University

المسؤولية الجنائية لصاحب الموقع الإلكتروني عن الإعلان أو الترويج للمنتجات العلاجية

أ.د. صباح مصباح محمود
كلية القانون، جامعة تكريت، صلاح الدين، العراق
tujr@tu.edu.iq
الباحثة. انتصار شاكر محمود

وزارة الصناعة والمعادن، الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية، سامراء، صلاح الدين، العراق

tujr@tu.edu.iq

معلومات البحث :

الخلاصة: تعد ظاهرة الإعلان والترويج الإلكتروني للمنتجات العلاجية الطبية والعشبية من

تواريخ البحث:

أخطر الوسائل الترويجية على صحة الفرد المستهلك و المجتمع, وهذه الظاهرة تتنامى في دول العالم بشكل كبير, فساهمت في انتشار المنتجات العلاجية المغشوشة وذلك بمخالفتها للمواصفات الفنية و دساتير الأدوية و بانتهاج صلاحياتها, أو بعدم اتباع المواصفة الفنية للنباتات الطبية مما يؤدي إلى فسادها أو تلفها, من خلال بيعها أو عرضها للبيع عبر مواقع الكترونية حقيقية أو وهمية تنتحل صفة اصحاب المواقع العائدة لشركات الادوية الحقيقية للاحتيال على المستهلكين ودفعهم على تسليم اموالهم بدافع الترويج وكسب الاموال على حساب صحتهم وسلامتهم.

- الاستلام : ١٤ / آب / ٢٠٢٤
- القبول : ١٧ / ايلول / ٢٠٢٤
- النشر المباشر : ١ / حزيران / ٢٠٢٥

الكلمات المفتاحية :

- الإعلان
- التسويق الإلكتروني
- المنتجات العلاجية
- الموقع الإلكتروني الحقيقي
- الموقع الإلكتروني الوهمي
- المسؤولية الجزائية.

© ٢٠٢٣, كلية القانون، جامعة تكريت

المقدمة : أولاً: المقدمة :

أن الترويج والاعلان عن المنتجات العلاجية يتميز باستخدام الشركات للوسائل الإلكترونية للترويج عن الشركة ومنتجاتها, وذلك من خلال المواقع الإلكترونية, الا ان التسويق الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية يعد من أخطر مخلفات ثورة تكنولوجيا المعلومات, خاصة أن أغلب الصيدليات والمواقع الالكترونية غير موثوق بها, لأنها تمارس نشاطها بطريقة غير قانونية عبر مواقع وهمية, تروج وتبيع أدوية ومستحضرات مجهولة المصدر , وأغلبها مزيفة, فهي تمثل تهديد على الصحة العامة للبشرية.

ثانياً: أهمية الدراسة

إن أهمية هذه الدراسة نابعة من مدى الخطورة المترتبة على الإعلانات عبر المواقع الإلكترونية للمنتجات العلاجية على صحة وسلامة المستهلك المريض, إذ نشط في الآونة الأخيرة ظاهرة تسويق الكتروني للمنتجات العلاجية خصوصاً المنتجات العشبية تحت مقولة (إن لم تنفع لا تضر) , وهذه المقولة ليست صحيحة لان للمنتجات العشبية مضار شأنها شأن المنتجات الصيدلانية (الأدوية).

ثالثاً: إشكالية الدراسة

يثير البحث في المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الالكتروني عن الاعلان أو الترويج للمنتجات الصيدلانية والعشبية اشكاليات تتمحور حول عدم إقرار قانون مكافحة الجريمة المعلوماتية في العراق لحد الآن رغم مرور مدة زمنية طويلة على عرض مشروع القانون على مجلس النواب , ومعرفة فيما اذا كانت نصوص قانون العقوبات كافية لمواجهة ظاهرة التسويق الالكتروني للمنتجات العلاجية وما ينجم عنها من أفعال مجرمة , إذ ان نصوص قانون العقوبات قد شرعت في حقبة زمنية بعيدة تعود لعام ١٩٦٩ فما مدى كفاية نصوصه لمواجهة اثار العولمة والتطور التكنولوجي ؟

رابعاً: منهجية الدراسة

إن للموضوع جوانب قانونية مختلفة , لذلك سنعتمد في دراستنا المنهج التحليلي للنصوص القانونية في قانون مزاوله مهنة الصيدلة وقانون حماية المستهلك وقانون العقوبات في كل من العراق وفرنسا ومصر لبيان مدى تقاربهم أو اختلافهم بهذا الصدد , وصولاً إلى بيان مدى كفاية النصوص التشريعية أو قصورها في توفير اقصى حماية قانونية ضد الاعلانات الالكترونية الخادعة أو المظلة التي تهدف الى غش المستهلك بغية الترويج والحصول على الاموال.

خامساً: هيكلية الدراسة

إن محور دراستنا يدور حول المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني سواء كان شخص طبيعي او معنوي(شركة او مصنع لإنتاج الأدوية) عن الإعلان لمنتجاته العلاجية بما فيها الصيدلانية والعشبية , لذلك قد استوجبت هذه الدراسة منا تقسيمها إلى مطلبين تسبقهما مقدمة وتسبقها خاتمة , يتضمن المطلب الأول المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني الحقيقي, أما المطلب الثاني فننتطرق فيه إلى المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الوهمي.

المطلب الأول

المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني الحقيقي

قبل الدخول بالموضوع لابد من التعرف على معنى الموقع الإلكتروني , فيُعرف الموقع الإلكتروني بأنه " مكان إتاحة المعلومات الإلكترونية على شبكة المعلومات من خلال عنوان محدد" ^(١). ويعرفه المشرع المصري بأنه " مجال أو مكان افتراضي له عنوان محدد على شبكة معلوماتية, يهدف الى إتاحة البيانات والمعلومات للعامة أو الخاصة" ^(٢). كما يعرف بأنه " مجموعة من الصفحات الإلكترونية الموجودة على شبكة الويب العالمية, والتي تشترك جميعها باسم مجال واحد ويتم الدخول اليه بواسطة الحاسوب او الهواتف النقالة المتصلة بشبكة الانترنت" ^(٣). عليه لابد من التعرف على ضوابط انشاء الموقع الإلكتروني, ونطاق المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني الحقيقي وذلك في فرعين وكما يلي :

الفرع الأول

ضوابط إنشاء موقع إلكتروني لتسويق المنتجات العلاجية

لا يمكن مزاولة مهنة الصيدلة وبيع المنتجات العشبية إلا بتوافر مجموعة من الشروط نصت عليها القوانين المهنية والتعليمات, سواء تعلقت بالشخص أو بالمحل أو الدواء , وأول هذه الشروط هو الترخيص أو الإجازة للصيدلي والطار و للصيدلية ومحل بيع الأعشاب الطبية, وهذا ينطبق ايضاً على المواقع الإلكترونية لتسويق المنتجات العلاجية, ومع ذلك لابد من التعرف على موقف التشريعات للتعرف على ضوابطها الخاصة بالتسويق الإلكتروني للمنتجات العلاجية وكما يلي :

أولاً: الموقف التشريعي لبعض الدول

نجد أن المشرع الفرنسي قد انفراد في تنظيم التجارة الإلكترونية للأدوية من قبل الصيدليات من خلال تخصيص الفصل الخامس من قانون الصحة العامة لذلك في المواد (من 33-5125 L إلى 41-5125 L) فعرف التجارة الإلكترونية للأدوية بأنها "النشاط الاقتصادي الذي يقدم من خلاله الصيدلي

^(١) المادة (١/تاسع عشر) من مشروع قانون الجرائم المعلوماتية العراقي, المنشور على السومرية نيوز على الرابط : <https://www.alsumaria.tv/news/politics/365983>. تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٣/٢٠.

^(٢) المادة (١) من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم (175) لسنة 2018.

^(٣) هديل البكري, ماهي المواقع الإلكترونية, مقال منشور على الرابط: <https://mawdoo3.com/>. تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٣/٢٠.

أو يضمن عن بعد والكترونياً بيع الأدوية ذات الاستخدام البشري بالتجزئة وتوزيعها على الجمهور، ويوفر المعلومات الصحية وفقاً لذلك"، واشترط لممارسة نشاط التجارة الالكترونية للأدوية أن يكون من صيدلية مرخصة ومفتوحة للجمهور من خلال موقعها الالكتروني الذي يقتصر في إنشاءه وتشغيله حصرياً من قبل الصيدلي الذي يمتلك الصيدلية، إذ يتم إنشاء هذا الموقع الالكتروني بقرار من وزير الصحة، ويتضمن هذا القرار تحديد القواعد التقنية المطبقة على مواقع التجارة الالكترونية للأدوية المتعلقة بحماية المعطيات الصحية ووظائف المواقع وشروط عرض الادوية، ويتحمل الصيادلة الذين لديهم موقع الكتروني مسؤولية المحتوى المنشور، وشروط تنفيذ نشاط التجارة الالكترونية للأدوية، ولاسيما الالتزام بالممارسات الجيدة لصرف الادوية والقواعد الفنية المطبقة على المواقع الالكترونية لتداول وبيع الادوية عبر الانترنت.^(١)

وقد نظم الإعلان عن المنتجات الطبية للاستخدام البشري في الفصل الثاني من قانون الصحة العامة الفرنسي في المواد من (L5122-1) إلى (L5122-16) واشترط في الاعلانات أن لا تكون مظلة أو تقوض حماية الصحة العامة، ويجب أن تقدم الدواء أو المنتج بشكل موضوعي وأن تروج لاستخدامه السليم، وأن يتوافق مع أحكام ترخيص التسويق وكذلك الاستراتيجيات العلاجية الموصى بها من الهيئة العليا للصحة، ولا يجوز الاعلان الاعن المنتجات الطبية التي تم الحصول على ترخيص بتسويقها، وأن لا يخضع الدواء المعلن عنه للوصفة الطبية، ويحظر الإعلان عن دواء ما عندما يخضع هذا الدواء لإعادة تقييم العلاقة بين الفوائد والمخاطر، وأن يقترن الاعلان عن الدواء للجمهور بالضرورة برسالة تحذير والاحالة للطبيب في حالة استمرار الاعراض، وفي حالة عدم الحصول على الموافقة بالإعلان، أجاز المشرع للوكالة الوطنية لسلامة الادوية والمنتجات الوطنية تعليق الاعلان خلال فترة ووفقاً لشروط التي تحددها الطريقة التنظيمية، وفرض غرامة مالية لا تتجاوز (١٠٠٠٠) عشرة الاف يورو.^(٢)

فالمشرع الفرنسي عندما أجاز البيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية عبر مواقع الويب تحت إطار الصيدليات الالكترونية، فاشترط لمرسل الاعلان عن منتج دوائي لابد أن يكون معملاً أو صيدلية ممنوح لها رخصة إعلان ذلك، فالترخيص لأي نشاط صيدلاني الحصول المسبق على الترخيص، فهو لم يترك للصيادلة الحرية المطلقة في ذلك لارتباط هذه المنتجات بصحة المستهلك وسلامته، إذ منح الحق في إنشاء مواقع للتجارة الالكترونية، واستغلال تسويق وبيع المنتجات الصيدلانية للصيدلي الحاصل على شهادة دبلوم في

^(١) المادتان (L5125-33) و (L5125-38) من قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>.

^(٢) (L5122-1) إلى (L5122-16) من قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>.

الصيدلة، أي إنه قصر هذا الأمر على الصيادلة الذين يملكون صيدلية تقليدية ويمارسون نشاطهم بالفعل من خلالها، إذا أنه اشترط وجود الصيدلية التقليدية وقت إنشاء الموقع الإلكتروني لتسويق المنتجات العلاجية، فاعتبر تسويق وبيع المنتجات الصيدلانية عبر الانترنت نشاطاً موازياً لعمل الصيدلي في الصيدلية التقليدية، وربط استمرار وجود الموقع الإلكتروني للصيدلية الإلكترونية باستمرار وجود الصيدلية التقليدية، فإذا ما تم إيقاف نشاط الصيدلية التقليدية فإنه يستتبع ذلك مباشرة إغلاق موقعها على الانترنت.^(١) كما حدد الأدوية التي يمكن بيعها عبر المواقع الإلكترونية وحصرها بالأدوية التي لا يشترط استهلاكها بناء على وصفة طبية، فاستبعد الأدوية التي لا تصرف إلا بموجب وصفة طبية من طائفة التسويق الإلكتروني وحصرها بالأدوية ذات الوصول الحر من قبل المستهلكين التي توصف علمياً بالأدوية المخففة أو المهدئة للألام.^(٢) إلا إنه ما يؤخذ عليه أنه لم ينص على العقوبات الجزائية في حالة ما إذا ترتب على التجارة الإلكترونية للأدوية أضرار بصحة المستهلك، إذ أنه اقتصر على فرض عقوبة إغلاق الموقع الإلكتروني وفرض غرامة إدارية لا يتجاوز مبلغها ٣٠٪ من حجم مبيعات الصيدلية في سياق نشاط التجارة الإلكترونية .^(٣)

ونجد مما تقدم نجد أن المشرع الفرنسي في مسلكه من تنظيم الاعلان للجمهور عن الدواء والتسويق والبيع الإلكتروني للمنتجات الصيدلانية قد واكب التطور التكنولوجي من جهة، ووضع قواعد لحماية لمستهلك المنتجات العلاجية من جهة أخرى ، وبذلك فقد حجم دور المواقع الإلكترونية التي تبيع الأدوية بدون وصفة طبية، لان العديد منها غير موثوق فيها ومواقع وهمية تمارس نشاطها بدون رخصة قانونية، وتسوق ادوية مزيفة تشكل خطر على صحة المستهلك خصوصاً المنتجات العشبية.

وبخلافه فإن المشرع الجزائري وإن كان قد اشترط توفير موقع الكتروني للمورد الالكتروني للممارسة التجارة الالكترونية ووضع ضوابط لذلك، إلا إنه حذر كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق

^(١) المواد(545-1)(601) (L5125-33-2) و (L5125-38) من قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do> .

^(٢) المادة (L5125-34) من قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>

^(٣) المادة (L5125-39) من قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>

بالمنتجات الصيدلانية^(١), كما تصدى لمخاطر الإعلان الإلكتروني عن المنتجات الصيدلانية , إذ منع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما^(٢).

وبدورنا نؤيد موقف المشرع الجزائري إذ وفر أكبر حماية قانون ممكنة لمستهلك المنتجات العلاجية سواء الكيميائية أو العشبية المروج لها اليوم بكثرة حفاظا على الصحة العامة, وتجنب كل أشكال جرائم التسويق الالكتروني للمنتجات العلاجية سواء تعلقت بالغش التجاري أو الصناعي أو الاحتيال الالكتروني.

أما المشرع المصري فقد نظم بقانون الإعلان عن المنتجات والخدمات الصحية واشترط الحصول على الترخيص للإعلان عنها بأية وسيلة أي حتى التسويق الالكتروني لهذه المنتجات, وهذا الترخيص يصدر بقرار من اللجنة العليا المختصة بمنح الترخيص بالإعلان عن أي منتج صحي أو خدمة صحية التي تشكل بقرار من رئيس مجلس الوزراء , يرأسها وزير الصحة أو من ينوب عنه وتضم ممثلين عن وزارات الصحة والسكان, والتموين, والداخلية, والعدل, ونقابات الإعلام, والأطباء, والصيدالة, وممثل عن جهاز حماية المستهلك, تتولى التأكد من كافة الاشتراطات والاجراءات المطلوبة, وتصدر قرارها بقبول الاعلان أو رفضه, الملزم لأي مكتب علمي باعتباره الجهة التي حددها القانون بأنها اي جهة تقوم بأعمال الدعاية للأدوية أو المنتجات أو المستلزمات الطبية أو الكيماويات الدوائية, سواء كانت منشأة في مصر أو في الخارج أو كانت فرعاً لشركة بمصر أو بالخارج, وللجنة المطالبة بوقف بث الاعلان غير المرخص بنشره, والطلب من الجهات المختصة باتخاذ اللازم طبقاً للقوانين و القرارات الصادرة بهذا الشأن.^(٣)

مما يستتبع ذلك على المكتب العلمي أن يلتزم بضوابط التسويق الالكتروني المباشر من أجل إنشاء موقع الكتروني لتسويق المنتجات العلاجية التي حددها القانون من حصول الموافقات وتحديد هوية منشأ الموقع ومرسله مع تحديد عنوان صحيح وكاف للوصول اليه, وأن يشير صراحة أن الموقع لأغراض التسويق المباشر للمنتجات العلاجية وغير ذلك من الضوابط والشروط المطلوبة^(٤).

^(١) (المادتان (8) و(3) من قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم (18 - 05) لسنة 2018 , المنشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية , العدد 28, بتاريخ 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018.

^(٢) المادة (34) من قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم (18 - 05) لسنة 2018.

^(٣) المواد (١ و ٢ و ٣ و ٤ و ٥) من قانون تنظيم الإعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم (206) لسنة 2017 , منشور في الجريدة الرسمية في مصر , العدد 33 (مكرر) في 22 أغسطس سنة 2017 .

^(٤) المواد (17 و 18) من قانون حماية البيانات الشخصية المصري رقم (151) لسنة 2020.

وعاقب بالحبس لمدة لا تقل عن شهر ، وبغرامة ، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يعلن أو يسمح بالإعلان عن المنتجات الصحية بدون ترخيص من اللجنة المختصة وتكون العقوبة السجن والغرامة إذا ترتب على استخدام المنتج أو الخدمة الصحية المعلن عنها الوفاة أو الإصابة بعاهة مستديمة، ويعاقب المسؤول عن الإدارة الفعلية للشخص الاعتباري حال ثبوت علمه بالفعل الجرمي، فالشخص الاعتباري مسؤول بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية وتعويضات، ويحكم بمصادرة المنتجات والاموال والاشياء المستخدمة بالجريمة دون الاخلال بحقوق الغير حسني النية .^(١)

ثانياً: موقف المشرع العراقي

إن عمليات التجارة والبيع الإلكترونية للدواء في العراق، لاتزال في مراحلها البدائية على الرغم من صدور قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢، الذي أجاز إبرام العقود الإلكترونية في كافة المجالات بما يشمل البيع الإلكتروني للمنتجات العلاجية إذ تسري أحكام هذا القانون على المعاملات الإلكترونية التي ينفذها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون^(٢)، وقد جاء النص مطلقاً، والمطلق يجري على إطلاقه مالم يقيد بنص^(٣)، كما أن المشرع لم يخرج التعاملات الإلكترونية للأدوية من ضمن التصرفات التي لا يسري عليها هذا القانون^(٤)، فمن حيث المبدأ أقر مشروعية أعمال التسويق الإلكتروني للمنتجات العلاجية في العراق، لكن تبقى مسألة تعلقه بصحة وسلامة الانسان لذا يستوجب تشريع خاص به.

ومن جهة أخرى أعطى المشرع العراقي وفي قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، للمعلن سواء كان شخص طبيعى أو معنوي صلاحية الإعلان أو الترويج عن (أي منتج) بما فيها المنتجات العلاجية بذاته أو بواسطة غيره و باستخدام أي وسيلة من وسائل الاعلان بما فيها الوسائل الالكترونية^(٥)، إلا إنه لا يوجد قانون ينظم آليه انشاء مواقع الكترونية للترويج عن المنتجات العلاجية مما يتطلب تشريع خاص بذلك، كما أن المشرع العراقي قد وضع شروط جازمة وواضحة عن الدعاية والإعلان عن المنتجات الطبية، إذ لا يجوز الاعلان عن الأدوية الا في المجالات العلمية الطبية أو الصيدلانية مع وجوب ذكر التأثيرات الجانبية إن وجدت، وحظر نشر الاعلان عن مستحضر خاص إذا كان يمس الآداب أو يظلل الجمهور^(٦).

^(١) المادة (٧) من قانون تنظيم الاعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم (206) لسنة 2017.

^(٢) المادة (٣/ الفقرة الاولى) من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢.

^(٣) المادة (١٦٠) من القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١.

^(٤) المادة (٣/ الفقرة الثانية) من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢.

^(٥) المادة (١/ ثانياً/ سابغاً) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

^(٦) المادتان (١٧ و ١٨) من قانون مزاوله مهنة الصيدلة العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ المعدل.

وعندما جعل المشرع العراقي المكاتب العلمية هي الجهة التي تتولى عملية الدعاية الدوائية فقد جعل مهامها داخلية تقتصر على توزيع النشرات والمطبوعات العلمية والمشاركة في المؤتمرات الطبية والصيدلانية ولم يحدد وسيلة للترويج والاعلان, خاصة أن المجالات العلمية الطبية والصيدلانية أصبح لها مواقع الكترونية خاصة بها, مما يتطلب إعادة النظر في تعليمات التي تنظم عمل هذه المكاتب وبما يتلاءم مع التطور التكنولوجي وما ينتج عنه من مخاطر على صحة وسلامة الانسان, والعمل على وضع تنظيم قانوني لتسويق المنتجات العلاجية عبر شبكة المعلومات الدولية في العراق.

الفرع الثاني

نطاق المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني الحقيقي

إن الإعلان أو الترويج لمنتج ما على شبكة المعلومات الدولية, يتطلب أن تكون المعلومات التي يتضمنها الإعلان صادقة وواضحة, ولا تؤدي إلى وقوع المستهلك في تضليل أو أن تصيبهم بضرر, فالنسويق الإلكتروني الخادع للمنتجات العلاجية, لا يختلف في مضمونه ومحتواه عن وسائل التسويق التقليدية, فكلاهما يتضمن ذات انواع النصب والتحايل في الاعلانات , فيكون الاعلان مظل عندنا تتضمن الرسالة الاعلانية عن الدواء معلومات غير صحيحة تدفع المستهلك إلى اتخاذ القرار لم يكن ليتخذه لو علم حقيقة هذه المعلومات, فتتهض مسؤولية صاحب الموقع الإلكتروني الحقيقي أو القانوني عن جريمة الإعلان الخادع, مما يستلزم بيان نطاق المسؤولية للفاعل الاصلي الذي قد يكون شخص طبيعي أو معنوي, والاشترك والمساهمة فيها, مع بيان العقوبات المقررة للجريمة, وكما يلي:

أولاً: المسؤولية الجزائية للمعلن عن المنتجات العلاجية:

إن المعلن عن المنتجات العلاجية الكترونياً قد يكون شخص طبيعي وقد يكون شخص معنوي وتتحدد مسؤوليته الجزائية سواء باعتباره مساهم اصلي أم شريك وهذا ما سنبينه وكما يلي:

١. مسؤولية المساهم الأصلي

بموجب المادة (٩) من قانون حماية المستهلك العراقي الزم المعلن بتجنب ممارسة التظليل في الاعلان الخادع, وهذا المعلن وفقاً للمادة (١/سابعاً) من القانون , قد يكون شخص طبيعي أو معنوي :

أ- المسؤولية الجزائية للمعلن كشخص طبيعي

فلا صعوبة في تحديد مسؤولية المعلن إذا كان هو ذاته الأمر بالنشر والمستفيد منه، لكن الصعوبة تكمن عندما يكون الأمر بالإعلان أحد الشركات الاعلانية، ومنتج السلعة لا ينتمي إليها ؟ فمن يعتبر المعلن هنا هل هو الأمر بالإعلان؟ أم الشخص المنتج الذي يروج لسلعته ؟

تضمنت المادة (121/1) من قانون المستهلك^(١) الفرنسي رقم (٩٣-٩٤٩) الصادر بتاريخ ٢٦ يوليو ١٩٩٣ المعدل، مسألة الإعلان على شبكة المعلومات الدولية، وتحدد مفهوم الإعلان المظلل بأنه " كل إعلان أياً كان شكله يتضمن ادعاءات أو مؤشرات خاطئة أو يكون من طبيعتها أن تؤدي إلى الوقوع في الخطأ ، خاصة إذا وردت على واحد أو أكثر من العناصر التالية: وجود السلعة أو طبيعتها أو تكوينها... الخ". وقد ضيق المشرع الفرنسي من نطاق الحماية القانونية للمستهلك عندما حدد في المادة (121/5) من تقنين الاستهلاك الفرنسي، ان الفاعل الاصلي في جريمة الاعلان الخادع هو "من نشر الإعلان لحسابه"، وقد استقر الرأي في فرنسا فقهاً وقضاءً على ان المشرع اعتمد معيار السلطة وليس الانتفاع فالفاعل الاصلي هو الأمر بالإعلان دون المنتفع^(٢).

أما المشرع المصري فقد عرف السلوك الخادع في المادة (1/ ف١٠) من قانون حماية المستهلك رقم (١٨١) لسنة ٢٠١٨ بأنه " كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المنتج أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مظلل لدى المستهلك، أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط"، وحدد المعلن في المادة (1/ ف٦) من ذات القانون بأنه " كل شخص يقوم بالإعلان أو الترويج عن السلعة بذاته أو بواسطة غيره بأية وسيلة بما فيها الوسائل الرقمية"، ونص صراحة أن يعد معلناً طالب الاعلان و الوسيط الاعلاني والوكالة الاعلانية ووسيلة الاعلان، فالمعلن المسؤول جزائياً كفاعل أصلي عن جريمة الاعلان الخادع (الكاذب أو المظلل) وفقاً للقانون المصري هو من يقوم بالإعلان بنفسه أي يقوم بشراء الخبر الاعلاني من أدوات نشر الإعلان بقصد تعريف الجمهور بمنتجاته، أو يعهد بنشاطه الاعلاني إلى

(١) عرف المشرع الفرنسي لغرض تطبيق قانون الاستهلاك الفرنسي كل من : ١- المستهلك " كل شخص طبيعي يعمل لأغراض لا تدخل في نطاق نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الحر أو الزراعي"، وعرف المهني بأنه " أي شخص طبيعي أو اعتباري ، عام أو خاص ، يعمل لأغراض تدخل في إطار نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الليبرالي أو الزراعي ، بما في ذلك عندما يتصرف باسم أو نيابة عن مهني آخر؛ وعرف المنتج هو " صانع السلعة ، أو مستورد السلعة في الاتحاد الأوروبي أو أي شخص آخر يقدم نفسه كمنتج من خلال إضافة اسمه أو علامته التجارية، أو أي علامة مميزة أخرى إلى السلعة ؛. المادة (2-823.L) من قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم (٩٣-٩٤٩) الصادر بتاريخ ٢٦ يوليو ١٩٩٣ المعدل . ويطبق هذا القانون على عقود خدمات الرعاية الطبية التي نظمها المشرع الفرنسي في القسم 13 منه في المادة (105-1224 L) إذ يتم تحديد القواعد المتعلقة بمعلومات المريض من قبل المهنيين الصحيين بموجب احكام الفصل الأول من الباب الأول من الكتاب الأول من الجزء الأول من قانون الصحة العامة الفرنسي.

(٢) أ.م. د. عقيل عزيز عودة، و أمانة كاظم سعدون، المسؤولية الجنائية عن الاعلانات التجارية الخادعة، بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية ، العدد السابع عشر، كلية القانون، جامعة ذي قار، ٢٠١٨، ص ٣٤٧.

وكالة إعلانية بموجب عقد بينهما، ولكن لا تنهض مسؤولية المؤسسة الاعلانية أو الاذاعة أو الصحيفة إلا إذا ثبت إنها ساهمت بعملية التظليل.

والمشرع العراقي عندما عرف المعلن في المادة (١/سابعاً) من قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠، قد وسع من مفهومه فأورد عبارة " بذاته أو بواسطة غيره" اي يشمل المنتج الذي يروج لمنتجاته ووكالة الاعلان، والعاملين فيها، فالمعلن عنده هو المنتج الذي يعلن عن منتجاته وهو المنتفع من الاعلان، وكذلك الأمر بالنشر الذي يمارس النشاط الاعلاني فقط دون الإنتاج وهو من يتعاقد معه المنتج ليقوم بنشر رسالته الاعلانية، يعد موقف المشرع العراقي محموداً لتوسيعه لنطاق حماية المستهلك بتبنيه في المسؤولية الجزائية المعيارين وهو معيار الأمر بالنشر وأيضاً المنتفع من الاعلان.

ب- المسؤولية الجزائية للمعلن كشخص معنوي

هذا يعني أن المعلن قد يكون شركة أو هيئة تتمتع بالشخصية المعنوية ، فالمشرع الفرنسي وفي المادة (121/5) من قانون حماية المستهلك قد أوكلت المسؤولية الجزائية لجريمة الاعلان الخادع إذا كان المرتكب لها شخص معنوي إلى مديره، وأشارت المادة (121/17) من قانون الاستهلاك الفرنسي الى قواعد المسؤولية للمدير القانوني أو الفعلي لخدمة البث الصوتي أو التلفزيوني نظمتها المادة (3) من القانون رقم (88-21) المؤرخ في 6 يناير 1998 المتعلق بعمليات الترويج عن بعد ، واثارت لفظة "مديره" تساؤلات عديدة حسمتها وزارة العدل الفرنسية بمنشور يقضي بأن لفظ المدير للشخص المعنوي يشمل المدير الفعلي الذي يتصرف بأمواله دون سند أو نص قانوني، والمدير القانوني الذي يراد به ذلك الشخص الذي يمارس صلاحياته بموجب عقد مع الشخص المعنوي أو بحكم القانون.^(١)

أما المشرع العراقي وفي قانون حماية المستهلك وأن قرر بإمكانية ان يكون المعلن شخصاً معنوياً، لم يحدد بنص من هو المسؤول عن تصرفاته، مما يقتضي الرجوع الى القواعد العامة في المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية وبالتحديد المادة (٨٠) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل التي وضع القاعدة العامة لمسؤولية الاشخاص المعنوية الخاصة، فإذا كان المعلن شخص معنوي فإنه يكون مسؤول مسؤولية كاملة عن جريمة الاعلان الخادع في حالة ثبوت ارتكابها من قبله، وعلى القاضي الحكم بالغرامة أو المصادرة إضافة الى التدابير الاحترازية الاخرى.

(١) أ.م. د. عقيل عزيز عودة، و آمنة كاظم سعدون، مصدر سابق، ص ٣٤٨.

٢. مسؤولية المساهم التبعي

إن المشرع العراقي وفي قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ لم يورد حكم خاص يتعلق بالاشتراك في جريمة الإعلان الخادع، لذلك يتم الرجوع إلى القواعد العامة التي قررتها المادة (٤٨) من قانون العقوبات التي نظمت أحكام المساهمة الجنائية، وكذلك الحال للمشرع المصري، و المشرع الفرنسي في المادة (121/5) من قانون الاستهلاك الفرنسي حيث قررت خضوع الشريك في جريمة الإعلان الكاذب لحكم القواعد العامة في قانون العقوبات .

فاستناد إلى المادة (٤٨) من قانون العقوبات العراقي يتصور الاشتراك في جريمة الإعلان الكاذب أو الخادع بالتحريض، أو بالاتفاق، أو بالمساعدة، فإذا كانت الجريمة عمدية فإنه يشترط في الشريك أن يكون عالماً بسمة الخداع في الاعلان، وتوجهت إرادته على ارتكابه، أما إذا كانت الجريمة غير عمدية أي قائمة على الخطأ فإنه يكفي لتحقيق مسؤولية الشريك إنه أخل بواجب الحيطة والحذر عند إقباله على الاشتراك^(١).

وبناءً على ذلك يمكن مساءلة الوكالات والمكاتب عن الاشتراك في جريمة الإعلان الكاذب أو الخادع، عند إثبات سوء نيتها، وعلم مدراءها بسمة الخداع في الإعلان المنشور، وإن كانت تلجأ إلى نفي مسؤوليتها بادعاء عدم علمها بالمعلومات الزائفة أو المظلة، وإنها وقعت ضحية خداع المستفيد من الاعلان، والقضاء الفرنسي يشدد على هذه الوكالات على اعتبار ما تتمتع به من خبرة ودراية فنية تحتم عليها فحص ومراجعة المعلومات المقدمة للجمهور قبل نشرها والاعلان عنها، فعليها التصرف كشخص محترف بأن تبذل قدراً من الحيطة والحذر في فحص الرسالة الاعلانية قبل بثها^(٢).

٣. العقوبات الجنائية

عاقب المشرع العراقي على جريمة الإعلان الخادع بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر أو بالغرامة التي لا تقل عن مليون دينار أو بهما معاً كعقوبات أصلية^(٣)، هذا يعني ان هذه الجريمة هي من نوع الجنح، أما العقوبات التكميلية، فلم يتطرق لها المشرع العراقي في قانون حماية المستهلك، مما يتحتم علينا الرجوع إلى قانون العقوبات الذي يقرر (المصادرة ، ونشر الحكم) كعقوبتين تكميلية^(٤)، فعقوبة المصادرة

^(١) المادتان (٣٤ و ٣٥) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل .

^(٢) أ.م. د. عقيل عزيز عودة، و أمانة كاظم سعدون، مصدر سابق، ص ٣٥٠.

^(٣) المادة (١٠/أولاً) من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

^(٤) المواد (١٠١ و ١٠٢) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل.

جعلها جوازيه، لكن على القاضي أن يحكم بمصادرة الأشياء المضبوطة التي تستخدم في جريمة الإعلان الخادع التي جعلت أجراً لارتكاب الجريمة، كما إنه جعل عقوبة نشر الحكم بالإدانة عقوبة جوازيه للمحكمة تفرضها من تلقاء نفسها أو بناءً على طلب المدعي العام، لكن اشترط تطبيقها في الجنايات فقط، فيتعذر تطبيقها على جريمة الاعلان الخادع لأنها جنحة وليست جنائية .

كما إن المشرع الفرنسي اعتبر جريمة الإعلان الخادع من الجناح وعاقب عليها بالحبس مدة لا تتجاوز السنتين، أو بالغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين وتضاعف العقوبة إذا نتج عن الجريمة خطراً على صحة الانسان، أما العقوبات التكميلية فلم يتطرق في قانون الاستهلاك سوى لعقوبة نشر الحكم بالإدانة كأجراء وقائي وعلاجي تمارسه جمعيات حماية المستهلك ضد الشركات التي تمارس الخداع والتظليل بحق المستهلك، وهذا الاجراء يتم بصورة تلقائية اذ يقتصر دور المحكمة على تحديد مدة النشر وكيفيته في الحكم الإدانة، وهو عقاب مقرر للشخص المعنوي في المادة (٩/١٣١) من قانون العقوبات الفرنسي، وأحال عقوبة المصادرة الى المادة (١٣١) من قانون العقوبات، كما أضاف المشرع الفرنسي عقوبة "نشر اعلان تصحيحي" التي تمثل إعلاناً مضاداً ويحدد الحكم الصادر شكله ومضمونه ومدته ووسائل نشره، فاذا امتنع المعلن عن تنفيذه، جاز للقاضي ان يأمر بنشره مباشرة على نفقة المحكوم عليه. (١)

أما المشرع المصري فقد جاء بموقف مغاير لهما، فبالرغم من أنه قرر الغرامة التي لا تقل عن (خمسین ألف جنيه ولا تتجاوز مليون جنيه، أو مثلي القيمة المتفق عليها مع الوسيلة الإعلانیه نظير الإعلان المخالف أيهما أكبر) كعقوبة بديلة عن الحبس قصير المدة، وهو مسلك يحمي عليه، فإنه قرر حماية أكثر فعالية عندما اعطى للمستهلك الحق بالمطالبة بالتعويض، لان جريمة الإعلان الخادع وإن قد يتحقق معها الايذاء الجسماني للمستهلك في تستهدف الربح والكسب غير المشروع ، وترتكب بدافع الجشع والطمع، وتصل العقوبة إلى (مليون جنيه والحبس في بعض الاحيان إذا تسبب عن السلوك الخادع ضرر بصحة المستهلك)، وعاقب المسؤول عن الادارة الفعلية للشخص الاعتباري المخالف بذات العقوبات اذا ثبت علمه بالمخالفة وإذا ساهم إخلاله بواجباته في وقوع الجريمة، ويسأل الشخص الاعتباري بالتضامن عن الوفاء بما حكم به من غرامات وتعويضات إذا كانت المخالفة قد ارتكبت من أحد العاملين فيه باسمه أو

(١)المادتان (213-1-2) و(121/4) من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم (93-949) المؤرخ في 26 يوليو 1993 المنشور على الرابط:

<http://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JoRFTXT000000529228/?isSuggest=true>

لصالحه، أما العقوبات التكميلية الوجوبية فقد نص على نشر الحكم بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدة يومية واحدة والمواقع الالكترونية واسعة الانتشار^(١).

وندعو المشرع العراقي أن يتبنى مسلكي المشرعين المصري الذي استبدل الحبس قصير المدة بالغرامة، والمشرع الفرنسي في فرضه لعقوبة نشر الاعلان التصحيحي والنص عليها صراحة في قانون حماية المستهلك لكي يوفر حماية أكثر للمستهلك وخصوصاً إذا تعلق الامر بالمنتجات العلاجية مما يتطلب تضمينه نص بالعقوبات الوقائية الرادعة " وقف الاعلان الخادع أو المظلل، نشر الاعلان التصحيحي، نشر الحكم بالإدانة" .

فالتسويق الالكتروني عن المنتجات العلاجية يستلزم وضوح الاعلان، فلا بد ان تتضمن الرسالة الالكترونية الترويجية على المواقع الحقيقية معلومات صحيحة وصادقة ودقيقة وذات جودة لتحقيق أهدافها في حماية المستهلك، بحيث لا ينحرف الاعلان عن أهدافه العلاجية ويصل إلى حد التضليل والخداع بما يوفر انطباع مغاير للحقيقة التي لو علمها المستهلك لما أقدم على شرائه ، وتجد الإشارة هنا إلى أن الوكالة الوطنية للأمن الدوائي في فرنسا (AFssaps) حظرت إعلان خاص بالدواء (Daivonex /Daivobet) وهو علاج للصدفية لان الاعلان الموجود على صفحة الويب هدفه ترويجي وإعلاني أكثر من تركيزه على الجوانب العلاجية، لان المفروض هو الاعلان عن الجوانب العلاجية للدواء وليس الاتجار بالدواء فقط ، لان الصحة العامة ليست للإتجار^(٢).

فاليوم لا يمكننا أن نتجاهل أننا نعيش في عصر العالم الرقمي الذي نعتمد فيه على الاستخدامات التكنولوجية ومواقع الانترنت في كافة مناحي الحياة، ورغم الايجابيات، فلا يخلو هذا التعايش من السلبيات الخطيرة كالجريمة الالكترونية والتي أحد تطبيقاتها هي انشاء مواقع وهمية لترويج وبيع الادوية والمنتجات العشبية مجهولة المصدر، فما هي المواجهة الجنائية لأفعال أصحاب هذه المواقع ؟

(١) المواد (63 و 68 و 72 و 74) من قانون حماية المستهلك المصري رقم (١٨١) لسنة ٢٠١٨.
(٢) د. صفاء فتوح جمعة، النظام القانوني للصيديات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، ط ١، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، ٢٠١٣. هامش رقم (١) في ص ٦٢.

المطلب الثاني

المسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الإلكتروني الوهمي

إن المنتجات العلاجية والعلاج الطبي هي أشياء تخصصية لا يمكن أن يكون مكانها مواقع الانترنت, إذ يجب أن تصدر عن أهل العلم الموثوقين, فهي تتعلق بحياة الانسان فهوية المسوق الإلكتروني لها قد تكون مجهولة, ولا يدرك المستهلك مصدر تلك الأدوية, التي قد تكون مهربة أو مزيفة, فينجذب لشراء منتجات طبية أو عشبية من الصيدليات الوهمية عبر الانترنت لمجرد وجود إعلان عنها على صفحة شخص أو جهة يعتبرها كثير من المتابعين محل ثقة. فما هو الموقع الوهمي لتسويق المنتجات العلاجية؟ وما هو الوصف القانوني لإنشاء الموقع الوهمي؟ هذا ما سنبينه في فرعين وكما يلي :

الفرع الأول

مفهوم الموقع الإلكتروني الوهمي

من خلال البحث لم نجد تعريف فني أو قانوني لمصطلح الموقع الإلكتروني الوهمي, لكن يعبر عنه كأحد صور الاحتيال من خلال المواقع الالكترونية, فإ إنشاء موقع الكتروني وهمي يعد أكثر أنواع الاحتيال شيوعاً في العالم الافتراضي يتم من خلاله قيام الجناة بتصميم مواقع على صفحات الويب تبدو وكأنها مواقع صحيحة, خاصة بعمليات البيع أو الشراء أو تحويل الأموال, حيث يقوم الضحايا بإدخال معلوماتهم الشخصية كالاسم وأرقام الحسابات البنكية وأرقام البطاقات الائتمانية وكلمة المرور, كما قد تتطلب بعض المواقع دفع رسوم اشتراك لإتمام عملية التسجيل, ثم يتفاجأ المشترك بعدها بإغلاق الموقع وأنه وقع ضحية للاحتيال.^(١)

كما يعبر عنه بالخداع الإلكتروني من خلال انشاء مواقع الكترونية وهمية من طرف القراصنة على غرار المواقع الإلكترونية للشركات والمؤسسات التجارية الأصلية الموجودة على شبكة الإنترنت, كأنها المواقع الأصلية التي تقدم هذه الخدمات, فيتم تحويل كافة المعاملات المالية والتجارية المتعلقة بالتجارة الالكترونية التي يقدمها الموقع الاصلي على شبكة الانترنت إلى الموقع الوهمي ليسنى للقراصنة الاطلاع عليها والاستفادة غير المشروعة من البيانات المرسله على نحو يضر بالشركات والمؤسسات صاحبة

(١) ممدوح بن رشيد بن مشرف العنزي, الجانب الموضوعي للاحتيال من خلال المواقع الالكترونية في النظام السعودي مقارناً بالقانونين المصري والكويتي, بحث منشور في المجلة العربية للدراسات الامنية, ٢٠٢٢, ص ٨ و٩.

المواقع الاصلية، ويدمر ثقة المستهلكين في التجارة الالكترونية.^(١)

فجريمة النصب أو الاحتيال قد انتقلت من مرحلة العملية التقليدية التي تتم وجهاً لوجه بين الجاني والمجني عليه، إلى وسيلة أكثر ذكاء وتصرفاً من خلال شبكة الإنترنت، فمع الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت وسهولة استخدامها في مجالات واسعة، كبيع السلع، والتبادل التجاري، فكان من الطبيعي استخدام هذه الوسائل في عمليات نصب واحتيال، مع تعدد وسائل النصب والاحتيال تعددت الطرق الاحتيالية، فهذه الجريمة التي تتميز بأسلوب الاحتيال والخداع، تتم أيضاً عبر إنشاء مواقع وهمية خاصة مشابهة للمواقع الأصلية للشركات والمؤسسات التجارية واستقبال المعلومات وخاصة تلك التي تحتوي على بيانات ومعلومات شخصية حول البطاقات الائتمانية، أو حول رصيدهم في البنوك، ومن خلال نسج وقائع واجراءات خداعية يطلب منهم إتباعها لتوصيلهم بموقع غير صحيح بغرض الحصول على بياناتهم الحسابية والبنكية.^(٢)

الفرع الثاني

الوصف القانوني لإنشاء الموقع الوهمي

إن المشرع في بعض الدول كما في مصر والأردن جعل من إنشاء موقع إلكتروني وهمي جريمة من جرائم تقنية المعلومات ويعاقب عليها بقوانين خاصة، في حين أن بعض التشريعات استندت للقواعد العامة في قانون العقوبات لتجريم هذا الفعل وهذا ما سنبينه وكما يلي :

أولاً: موقف تشريعات بعض الدول

لقد أولى المشرع المصري وسائل التقنية الحديثة عناية خاصة، وأضفى نوعاً من الحماية التشريعية عليها ضد أية انتهاكات أو محاولة الاعتداء عليها أو استغلالها أو استخدامها في ارتكاب أيّاً من الجرائم التقنية، إذ جرم وبقانون خاص هو قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم (١٧٥) لسنة ٢٠١٨^(٣)، وفي المادة (٢٤) منه الجرائم المتعلقة باصطناع المواقع الالكترونية والحسابات الخاصة

^(١) (فوز لجلط ، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية ، بحث منشور في مجلة الحقوق والعلوم الانسانية ، المجلد ١٤، العدد ٢، جامعة المسيلة ، الجزائر، ٢٠٢١، ص ١٩٥.

^(٢) (د. حسين محمد الغول، جرائم شبكة الانترنت والمسؤولية الجزائية الناشئة عنها، الطبعة الاولى، مكتبة بدران الحقوقية ، صيدا، ٢٠١٧، ص ١٧٢.

^(٣) (قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري ، رقم (١٧٥) لسنة ٢٠١٨، المنشور في الجريدة الرسمية ، العدد (٣٢) مكرر (ج) في ١٤ أغسطس سنة ٢٠١٨.

والبريد الإلكتروني، ومن خلال هذه المادة يفهم ان المشرع المصري يقصد بجريمة انشاء موقع الكتروني وهمي بأنها " اصطناع موقعاً إلكترونياً ونسبه زوراً الى شخص طبيعي أو اعتباري ". فعاقب كل من اصطنع بريداً الكترونياً أو موقعاً أو حساباً خاصاً ونسبه زوراً إلى شخص طبيعي أو اعتباري بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر، وبغرامة لا تقل عن عشرة الاف جنيه و لا تتجاوز ثلاثين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، وضاعف من حد العقوبة الى الحبس الذي لا تقل مدته عن سنة، والغرامة التي لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تتجاوز مائتي الف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، إذا استخدم الجاني الموقع الالكتروني المصطنع في أمر يسيء إلى ما نسب إليه ، وشدد العقوبة إذا وقعت الجريمة على أحد الاشخاص الاعتبارية العامة ، فتكون العقوبة السجن والغرامة التي لا تقل عن مائة الف جنيه ، ولا تزيد على ثلاثمائة الف جنيه، ولا تخفى العلة في ذلك إذ أن الاعتداء على الدولة أو أحد الاشخاص الاعتبارية العامة له أخطار كثيرة قد سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

ونلاحظ أن المشرع المصري عندما استخدم عبارة " أمر يسيء إلى ما نسب إليه" كان غير موقفاً ووقع في خطأ مادي فأصاب الفقرة بالخلل وكان الاجدر به استعمال عبارة " أمر يسيء إلى من نسب إليه" ويجب على المشرع تدارك هذا الخطأ المادي باستبدال " من نسب إليه" بدلاً من " ما نسب إليه". ومن جانب آخر يعد المشرع المصري سباقاً في تجريم فعل إنشاء أو اصطناع موقع الكتروني وهمي واعتباره من جرائم الاعتداء التقني وهذا مسلك يحمد عليه.

كما نجد أن المشرع الأردني قد واكب لاحقاً ما سار عليه المشرع المصري من تجريم فعل اصطناع أو إنشاء موقع الكتروني ونسبه زوراً لشخص طبيعي أو معنوي وذلك في قانون خاص هو قانون الجرائم المعلوماتية رقم (١٧) لسنة ٢٠٢٣، إذ عاقب على هذه الجريمة بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن تسعة الاف دينار ولا تزيد على خمسة عشر الف دينار، لكنه اختلف عن المشرع المصري عندما شدد العقوبة، إذ لم يقتصر على التشديد إذا كانت الافعال المرتكبة قد نسبت زوراً إلى جهة رسمية وإنما أضاف الى ذلك من اسباب التشديد إذا نسبت الافعال زوراً إلى موظف عام أو بانتحال هويته بحكم وظيفته فلا تقل العقوبة عن الاشغال المؤقتة وغرامة لا تقل عن خمسة عشر الف دينار ولا تزيد على خمسة واربعين الف دينار، ولم يكتف بذلك بل عاقب كل من قام قصداً بالاشتراك أو التدخل أو التحريض على ارتكاب هذه الجريمة بالعقوبة المحددة لمرتكيها، وضاعف العقوبة إذا ارتكب الجاني جريمته مستغلاً وظيفته أو عمله أو صلاحياته الممنوحة له، وإذا تعدد المجني

عليهم وفي حالة تكرار ارتكاب الفعل، وإذا ارتكبت الجريمة لمصلحة دولة اجنبية أو تنظيم غير مشروع (١).

ثانياً: موقف المشرع العراقي

أن المشرع العراقي لم يقر لحد الان قانون الجرائم المعلوماتية الذي نظم في ثانيا مشروع إنشاء أو استخدام موقع غير حقيقي أو وهمي أو أخفى حقيقة موقع على شبكة الانترنت أو ساعد على ذلك بقصد ارتكاب جريمة من الجرائم المنصوص عليها في مسودة هذا المشروع، إذ عاقب على هذا الفعل بالحبس مدة لا تزيد على ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل عن مليوني دينار ولا تزيد على ثلاثة ملايين دينار، وجعل من اسباب تشديد العقاب ليصبح السجن لمدة لا تزيد على سبع سنوات وبغرامة لا تقل عن خمسة عشر مليون ولا تزيد على عشرون مليون دينار، إذا ارتكبت هذه الجريمة من قبل موظف أو مكلف بخدمة عامة أو كانت الصفة أو المعلومات الكاذبة تتعلق بموظف عام أو دائرة حكومية. (٢)

ففي ظل غياب النص التشريعي الخاص لتجريم فعل إنشاء موقع إلكتروني وهمي نجد أن قضاء العراقي قد استقر على اعتبار هذا الفعل جريمة تزوير محرر واستعماله، إذ قضت محكمة استئناف المتنى بصفتها التمييزية قرارها المرقم (٥٧/ ت ج/ ٢٠١٩) بتاريخ ٢٠١٩/٣/٣١ حيث قضت محكمة جناح الخضر بحق المدان وفقاً لأحكام المادة (٣٦٣) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل وحكمت عليه بغرامة خمسمائة الف دينار حيث جاء بالقرار التمييزي " لدى التدقيق والمداولة وجد أن الطعن التمييزي مقدم ضمن المدة القانونية قرر قبوله شكلاً ولدى عطف النظر على القرار المميز وجد أنه غير صحيح ومخالف للقانون لان محكمة الجناح ومن قبلها محكمة التحقيق أخطأت في التكييف القانوني السليم لفعل المتهم، ذلك أن المتهم المذكور قد أعترف صراحةً في كافة أدوار التحقيق والمحاكمة بإنشاء صفحة وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي باسم المشتكي ووضع صورة المشتكي الشخصية على تلك الصفحة واستخدمها للإساءة إلى الآخرين نكاية بشقيق المشتكي لوجود خلافات شخصية معه، وبذلك انتحل اسم المشتكي وبياناته وهذا الفعل يشكل صورة من صور التزوير، وبما أن المادة (٢٨٦) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل قد عرفت

(١) المواد (٥/ ب، ج) و(٢٧) و(٢٨) من قانون الجرائم المعلوماتية الاردني، رقم (١٧) لسنة ٢٠٢٣، المنشور في الجريدة الرسمية، رقم (٥٨٧٤) الصادر بتاريخ ٢٠٢٣/٨/١٣.

(٢) المادة (١٨/ ثانياً) من مسودة مشروع قانون جرائم المعلوماتية المنشور على الرابط : <https://www.alsumaria.tv/news/politics/365983> تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٣/٣٠.

التزوير بأنه تغيير الحقيقة بقصد الغش في سند أو وثيقة أو بأي محرر آخر بإحدى الطرق المادية أو المعنوية التي بينها القانون تغييراً من شأنه إحداث ضرر بالمصلحة العامة أو بشخص من الأشخاص وبذلك تكون كلمة (أي محرر آخر) الواردة بالنص أعلاه يمكن أن تدخل تحت مفهومها المحررات غير الورقية كالمحررات الإلكترونية ومنها صفحات التواصل الاجتماعي التي لا يمكن فتحها أو استخدامها إلا بالإجابة عن بعض البيانات، وما يعزز هذا الاتجاه ويسنده ما ورد في المادة (١:عاشراً) من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ وقد عرفت المستندات الإلكترونية بأنها المحررات والوثائق التي تنشأ أو تبرمج أو تخزن أو ترسل أو تستقبل بوسائل الكترونية بما في ذلك تبادل البيانات، وعلى هذا الأساس لابد من مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأنشطة الانترنت بما ينسجم والتطورات القانونية في الحوادث الإلكترونية وتطويع النظام القانوني التقليدي بما يتلاءم مع تلك الحوادث، وحيث أن المتهم لم يقوم بتحريف الصفحة الشخصية الحقيقية للمشتكي وإنما اصطنع صفحة جديدة له غير حقيقية ونسبها للمشتكي بقصد الاضرار به وبذلك يكون فعله ينطبق واحكام المادة (٢٩٨) من قانون العقوبات وبدلالة المادة (٢٨٢) من ذات القانون باعتبارها جرائم ناتجة عن أفعال مرتبطة ببعضها ارتباطاً يجمع بينهما وحدة الغرض وفق احكام المادة (١٣٢) من قانون اصول المحاكمات الجزائية رقم (٢٣) لسنة ١٩٧١ المعدل عليه، تقرر نقض كافة القرارات الصادرة في الدعوى وإعادتها إلى محكمة التحقيق...".^(١)

نجد مما ورد في القرار أعلاه أن القضاء العراقي تناول الموضوع من زاوية إنشاء موقع إلكتروني وهمي فقط من اجل إخفاء هوية الجاني واستغلاله في الإساءة للآخرين، فلم يجد نصاً خاصاً يجرم إنشاء موقع إلكتروني وهمي وعاد إلى نصوص قانون العقوبات وكيف الفعل على إنه جريمة تزوير وطبق نص المادة (٢٨٦) منه باعتباره نصاً قصير المدى وبذلك يكون قد حسم واقعة أخرى، فإذا شخص انشأ موقع وهمي على إنه موقع يمثل شركة دوائية لكن في حقيقة الامر هو ليس الموقع الاصلي لهذه الشركة فبهذه الحالة إن الغاية من انشاء الموقع لخداع الآخرين والاستيلاء على أموالهم، فالواقعة موضوع بحثنا لا تقوم فقط على عنصر التزوير ولا على عنصر الاحتيال أو الغش وإنما الغرض من ذلك هو دفع الافراد الى التعامل مع صاحب هذا الموقع وبالتالي الاستيلاء على مبالغ لقاء منتجات تقتقر للمعايير الدوائية أو هي مزيفة أو هي مقلدة ، وبهذه الحالة سنكون أمام تعارض بين النصوص فجريمة الاحتيال تصنف على إنها

(١) قرار محكمة استئناف المثنى / الهيئة التمييزية ، رقم (٥٧/ ت ج / ٢٠١٩ ، المؤرخ في ٢٠١٩/٣/٣١ ، المنشور على الرابط: <https://www.mawazin.net/Details.aspx?jimare=55835> تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٣/٣١.

من الجرائم المركبة لان فيها غش وفيها غرض من الغش الاستيلاء على أموال الناس دون وجه حق , وتحدث القرار على واقعة اخرى هي انشاء موقع وهمي من قبل الجاني لإخفاء هويته ولاستخدام هذا الموقع في الاساءة للآخرين , فموضوعنا هو تسويق منتجات علاجية لا تنطبق عليها المعايير والمواصفات الدوائية العالمية فهو احتيال فالتزوير لا ينطبق لعدم وجود العنصر المالي لغرض التبرج فهي جريمة مركبة والتزوير ليس جريمة مركبة وهو سلوك واحد لذلك قرار لا ينطبق على موضوعنا لان الغرض من انشاء الموقع هو ليس غرض مالي وانما اساءة للآخرين, فالواقعة تشكل جريمة مركبة وهذا يقودنا لتطبيق النص المستوعب لجريمة الاحتيال ضمن معايير فض التنازع بين النصوص فالنص المستوعب يطبق دون النص قصير المدى فما ورد بالقرار نص قصير المدى لا يطبق على موضوع بحثنا لان المحكمة اضفت تكييف على واقعة تختلف عن موضوع بحثنا وهو انتحال صفة صورة من صور التزوير المعنوي فتطبق المادة (١٤٢) من قانون العقوبات لوجود تعدد جرمي حقيقي غير قابل للجزئة لان الغرض من انتحال الصفة هو الاساءة للآخرين فنكون امام جريمتين تربط بينهما وحدة الغرض وبالتالي المحكمة تحاكم الجاني عن جريمتين انتحال صفة واساءة للآخرين بالنسبة لأنشاء موقع وهمي, وللاستيلاء على اموال الاخرين بطريقة احتيالية لدينا نص مستوعب يستوعب جريمة الاحتيال وذلك في المادة (٤٥٦/ف١) من قانون العقوبات الذي حدد فيه مفهوم الاحتيال بتعدد وسائله المتمثلة بالاستعانة بطرق احتيالية أو باتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة أو تقرير أمر كاذب عن واقعة معينة متى كان من شأن ذلك خدع المجنى عليه وحمله على التسليم , ففكرة خداع المجنى عليه في التعامل المالي هو أساس جريمة الاحتيال, وهذا الخداع لا يكون بمجرد الكذب, بل لابد من اقتران الكذب بمظهر خارجي يؤديه ركنان أحدهما مادي يمثل الوسائل الاحتيالية (بأنشاء الموقع الوهمي) وآخر معنوي يكمن في توفر القصد الجرمي العام أي علم وإرادة الجاني لفعل الاحتيال لان جريمة الاحتيال من الجرائم العمدية.

نستدل مما تقدم أن النصوص التقليدية في قانون العقوبات وان كانت قد شرعت في حقبة زمنية ماضية تعود لعام ١٩٦٩ إلا إنها كفيلة بملاحقة ومحاسبة اي شخص يقدم على إنشاء موقع دوائي وهمي وتسبب في خداع الآخرين وحملهم على تسليم أموالهم باتباع وسائل احتيالية منها إنشاء موقع وهمي ونسبته لشركة أو مؤسسة دوائية لغرض دفع الافراد للتفاعل مع الموقع لقاء خدمات علاجية لا تنطبق عليها المواصفات والمعايير الدوائية المعتمدة والعالمية .

كما نجد إن إنشاء موقع مزيف على شبكة الانترنت على غرار المواقع التي تصمم سواء للأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين كالشركات والمؤسسات التجارية الاصلية الموجودة على هذه الشبكة هي صورة من صور احتيال وسرقة الهوية أو انتحال الصفة لخداع المجني عليهم من أجل الحصول على أموالهم بطريقة غير مشروعة، وتظهر خطورة مثل هذه المواقع من خلال قيام الضحايا بالدخول لها، واجراء ما يخصهم من عمليات بيع أو شراء وتسديد قيمتها من خلال البطاقة الائتمانية، مما يعني سهولة حصول الجناة على المعلومات الخاصة بتلك البطاقة، كما يتم من خلال هذه المواقع استقبال جميع الرسائل الالكترونية الخاصة بالموقع الاصلي والاطلاع عليها مما يلحق ضرر بأصحاب المواقع الاصلية، ويفقد المتعاملين معها الثقة بها، واحجامهم عن التعامل مستقبلاً مع مثل هذه المواقع خوفاً من الوقوع في مصيدة الاحتيال.

فالمسؤولية الجزائية لصاحب الموقع الوهمي تنشأ عن جرم الاحتيال عبر الانترنت وهذا ما يجد تطبيقاً له في قضية عرضت على القاضي المنفرد الجزائي في طرابلس، تتلخص وقائعها في أن المدعى عليه قد أقدم ومن خلال اسم مستعار على وضع إعلان على صفحة (Facebook) على الانترنت يتضمن رقم هاتفه الشخصي وبريده الالكتروني عارضاً بيع عدد من الشيبسات للأشخاص الراغبين بالشراء (وهذا يشكل المرحلة الاولى من المناورات الاحتيالية)، واستعماله عدداً من الأسماء الوهمية لإبعاد الشبهات عنه مستغلاً الاختلاف في الآلية المعتمدة لشركة ويسترن يونيون في لبنان ومختلف دول العالم لناحية تسليم الاموال المحولة بدون طلب الكود السري، فالمدعى عليه مسؤول عن جريمة احتيال إلكتروني. ^(١)

(١) (قرار رقم 2011 / 97 , بتاريخ 13 / 1 / 2011, غير منشور, د. حسين محمد الغول, مصدر سابق, ص ١٨٠.

الخاتمة

وبعد أن وصلنا إلى ختام دراسة موضوع بحثنا (المسؤولية الجنائية لصاحب الموقع الإلكتروني عن الاعلان أو الترويج للمنتجات العلاجية) سنتناول الخاتمة في فقرتين وكما يلي :

أولاً- الاستنتاجات:

١. ان المشرع العراقي قد وضع شروط جازمة وواضحة عن الدعاية والإعلان عن المنتجات الطبية, إذ لا يجوز الاعلان عن الأدوية الا في المجالات العلمية الطبية أو الصيدلانية مع وجوب ذكر التأثيرات الجانبية إن وجدت, وحظر نشر الاعلان عن مستحضر خاص إذا كان يمس الآداب أو يظلل الجمهور.

٢. يعد موقف المشرع العراقي محموداً في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ لتوسيعه لنطاق حماية المستهلك بتبنيه في المسؤولية الجزائية المعيارين وهما الأمر بالنشر والمنفعة من الاعلان.

٣. فالتسويق الإلكتروني عن المنتجات العلاجية يستلزم وضوح الاعلان, فلا بد ان تتضمن الرسالة الالكترونية الترويجية على المواقع الحقيقية معلومات صحيحة وصادقة ودقيقة وذات جودة لتحقيق أهدافها في حماية المستهلك, بحيث لا ينحرف الاعلان عن أهدافه العلاجية ويصل إلى حد التظليل والخداع بما يوفر انطباع مغاير للحقيقة التي لو علمها المستهلك لما أقدم على شرائه.

٤. إن المشرع في بعض الدول كما في مصر والأردن جعل من إنشاء موقع إلكتروني وهمي جريمة من جرائم تقنية المعلومات ويعاقب عليها بقوانين خاصة , في حين أن بعض التشريعات استندت للقواعد العامة في قانون العقوبات لتجريم هذا الفعل كما في العراق.

ثانياً - المقترحات:

١. اسوة بالمشرع الفرنسي الذي نظم التجارة الإلكترونية للمنتجات العلاجية في قانون الصحة العامة, نقترح على المشرع العراقي تعديل قانون مزاوله مهنة الصيدلة رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠ بما يتلاءم مع التطور الرقمي وضرورة التشدد في احكامه لحماية حقوق الاشخاص من الغش والاحتيال, فلا يوجد قانون ينظم آليه انشاء مواقع الكترونية للترويج عن المنتجات العلاجية.

٢. ضرورة الاسراع بإقرار مشروع قانون الجرائم المعلوماتية, للتصدي جنائياً لجرائم الانترنت الذي نظم في ثانيا مشروع إنشاء أو استخدام موقع غير حقيقي أو وهمي أو أخفى حقيقة موقع على شبكة الانترنت أو ساعد على ذلك بقصد ارتكاب جريمة من الجرائم المنصوص عليها في مسودة المشروع.

قائمة المصادر

أولاً: الكتب

١. د. حسين محمد الغول, جرائم شبكة الانترنت والمسؤولية الجزائية الناشئة عنها, الطبعة الاولى, مكتبة بدران الحقوقية, صيدا, ٢٠١٧.
٢. د. صفاء فتوح جمعة, النظام القانوني للصيديات الإلكترونية (دراسة مقارنة), ط ١, دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع, المنصورة, ٢٠١٣.

ثانياً: البحوث

١. أ.م. د. عقيل عزيز عودة, و آمنة كاظم سعدون, المسؤولية الجنائية عن الاعلانات التجارية الخادعة, بحث منشور في مجلة القانون للدراسات والبحوث القانونية, العدد السابع عشر, كلية القانون, جامعة ذي قار, ٢٠١٨.
٢. فواز لجلط, الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الإلكترونية, بحث منشور في مجلة الحقوق والعلوم الانسانية, المجلد ١٤, العدد ٢, جامعة المسيلة, الجزائر, ٢٠٢١.
٣. ممدوح بن رشيد بن مشرف العنزي, الجانب الموضوعي للاحتيال من خلال المواقع الالكترونية في النظام السعودي مقارناً بالقانونين المصري والكويتي, بحث منشور في المجلة العربية للدراسات الامنية, ٢٠٢٢.

ثالثاً: القوانين

١. القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١.
٢. قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩.
٣. قانون مزاوله مهنة الصيدلة العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٠.
٤. قانون حماية المستهلك الفرنسي رقم (٩٣-٩٤٩) لسنة ١٩٩٣.
٥. قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠.
٦. قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢.
٧. قانون تنظيم الإعلان عن المنتجات والخدمات الصحية المصري رقم (٢٠٦) لسنة ٢٠١٧.
٨. قانون التجارة الالكترونية الجزائري رقم (١٨ - ٠٥) لسنة ٢٠١٨.
٩. قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم (١٧٥) لسنة ٢٠١٨.
١٠. قانون حماية البيانات الشخصية المصري رقم (١٥١) لسنة ٢٠٢٠.
١١. قانون الجرائم المعلوماتية الاردني رقم (١٧) لسنة ٢٠٢٣.

رابعاً: مواقع شبكة الانترنت

١. قانون الصحة العامة الفرنسي المنشور على قاعدة التشريعات الفرنسية على الرابط :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>

٢. قانون الاستهلاك الفرنسي رقم (93-949) المؤرخ في 26 يوليو 1993 المنشور على الرابط:
<http://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JoRFTXT000000529228/?isSuggest=true>
٣. قرار محكمة استئناف المثنى / الهيئة التمييزية, رقم (٥٧/ ت ج / ٢٠١٩, المؤرخ في ٣١/٣/٢٠١٩, المنشور على الرابط: <https://www.mawazin.net/Details.aspx?jimare=55835>
٤. مشروع قانون الجرائم المعلوماتية العراقي, المنشور على السومرية نيوز على الرابط :
<https://www.alsumaria.tv/news/politics/365983>
٥. هديل البكري, ماهي المواقع الالكترونية, مقال منشور على الرابط: <https://mawdoo3.com/>

List of sources

First :Books

1. D. Hussein Muhammad Al-Ghoul, Internet crimes and the criminal liability arising from them, first edition, Badran Law Library, Sidon, 2017.
2. D. Safaa Fattouh Jumaa, The Legal System for Electronic Pharmacies (Comparative Study), 1st edition, Dar Al-Fikr and Law for Publishing and Distribution, Mansoura, 2013.

Second :Research

1. A.M. Dr.. Aqeel Aziz Odeh, and Amna Kazem Saadoun, criminal liability for deceptive commercial advertisements, research published in the Law Journal for Legal Studies and Research, issue seventeen, College of Law, Dhi Qar University, 2018.
2. Fawaz Lajlat, Criminal Protection of the Consumer in the Framework of E-Commerce, research published in the Journal of Law and Human Sciences, Volume 14, Issue 2, University of M'sila, Algeria, 2021.
3. Mamdouh bin Rashid bin Musharraf Al-Anazi, The objective aspect of fraud through websites in the Saudi system compared to the Egyptian and Kuwaiti laws, research published in the Arab Journal for Security Studies, 2022.

Third :Laws

1. Iraqi Civil Law No. (40) of 1951.
2. Iraqi Penal Code No. (111) of 1969.
3. Iraqi Pharmacy Profession Law No. (40) of 1970.

4. French Consumer Protection Law No. (93-949) of 1993.
5. Iraqi Consumer Protection Law No. (1) of 2010.
6. Iraqi Electronic Signature and Electronic Transactions Law No. (78) of 2012.
7. Egyptian Law Regulating Advertising of Health Products and Services No. (206) of 2017.
8. Algerian Electronic Commerce Law No. (18-05) of 2018.
9. Egyptian Law on Combating Information Technology Crimes No. (175) of 2018.
10. Egyptian Personal Data Protection Law No. 151 of 2020.
11. Jordanian Information Crimes Law No. (17) of 2023.

Fourth :Internet sites

1. The French Public Health Code published on the French Legislation Base at the link: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do>
2. French Consumer Law No. (93-949) of July 26, 1993, published at the link:
<http://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JorFTXT000000529228/?isSuggest=true>
3. Decision of the Al-Muthanna Court of Appeal / Cassation Commission, No. (57/TC/2019, dated 3/31/2019, published at the link: <https://www.mawazin.net/Details.aspx?jimare=55835>.

4. The draft Iraqi cybercrime law, published on Alsumaria News at the link:
<https://www.alsumaria.tv/news/politics/365983>.
5. Hadeel Al-Bakri, What are websites, article published at the link:
<https://mawdoo3.com/>.