

**FCTC**

اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية
بشأن مكافحة التبغ

مؤتمر الأطراف

هيئة التفاوض الحكومية الدولية المعنية بوضع
بروتوكول حول الاتجار غير المشروع بمنتجات التبغ

FCTC/COP/INB-IT/3/INF.DOC./4

٧ أيار/ مايو ٢٠٠٩

الدورة الثالثة

جنيف، سويسرا، ٢٨ حزيران/ يونيو - ٥ تموز/

يوليو ٢٠٠٩

البند ٤ من جدول الأعمال المؤقت

الصيغة المنقحة لنص الرئيس الخاص بوضع بروتوكول بشأن الاتجار غير المشروع بمنتجات التبغ والمناقشة العامة

استعراض الخبراء لإمكانية حظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت

مذكرة من الأمانة

- ١- طلبت هيئة التفاوض الحكومية الدولية في دورتها الثانية (٢٠-٢٥ تشرين الأول/ أكتوبر ٢٠٠٨، جنيف) من الرئيس ومن أمانة الاتفاقية اتخاذ الترتيبات اللازمة ليستعرض الخبراء عدداً من عناصر نص الرئيس.
- ٢- ونزولاً على ذلك الطلب حددت أمانة الاتفاقية بالتشاور مع الرئيس من هم الخبراء بالمجالات ذات الصلة بصياغة الوثائق التقنية. واستعرض النظراء جميع الوثائق المتخصصة استعراضاً مسهباً، واقتضت إحداها عقد اجتماع للخبراء.
- ٣- وتولت هيئة مكتب هيئة التفاوض الحكومية الدولية في اجتماعها المعقود في ٥ شباط/ فبراير ٢٠٠٩ استعراض التقدم المحرز في الأعمال التحضيرية اللازمة للاستعراض الذي سيجريه الخبراء.
- ٤- ويتضمن المرفق ١ الاستعراض الذي أجراه الخبراء للعواقب القانونية لإمكانية حظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت (مع التركيز بصفة خاصة على أحكام القانون التجاري الدولي ومع مراعاة مناقشات الدورة الثانية لهيئة التفاوض الحكومية الدولية). وتوخياً لاستكمال المعلومات طلبت أمانة الاتفاقية إعداد قائمة بالكيانات التي يحتمل أن تعنى ببيع منتجات التبغ عبر الإنترنت (المرفق ٢). ويرد رفق هذه الوثيقة هذان الاستعراضان لعلم هيئة التفاوض الحكومية الدولية.

المرفق ١

العواقب القانونية لإمكانية حظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت

أولاً: مقدمة

١- إن الغرض من حظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت هو منع عروض بيع منتجات التبغ ومنع المدفوعات الخاصة ببيعها سواء كانت قانونية أو غير قانونية عبر شبكة الإنترنت التي لا حدود إقليمية لها. ومن المفترض أن هذا الحظر سيشمل الإعلان عن جميع منتجات التبغ وعروض بيعها للمستهلكين وطلبات شرائها والمدفوعات الخاصة بها. ومن المفترض أن هذا الحظر لن يشمل بيع هذه المنتجات عبر القنوات التقليدية. ومن المفترض أيضاً أن هذا الحظر سيفرض على جميع مبيعات التبغ، الأجنبية والمحلية، وأن أعضاء منظمة التجارة العالمية وغير الأعضاء فيها سيعاملون بموجبه على قدم المساواة. ولذلك ركزنا في هذا الاستعراض على التجارة الإلكترونية بين موردي التجزئة والمستهلكين.

٢- وكل حظر قانوني لبيع منتجات التبغ عبر الإنترنت ينفذه أي عضو في منظمة التجارة العالمية سيشكل تدبيراً حكومياً خاصاً. وبما أن سمات أي تدبير من هذا القبيل مازالت غير معروفة فإن هذا التقييم عمومي بالضرورة.

٣- ويحتمل أن يكون في هذا التدبير مساس بالاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة (الغات، ١٩٩٤) والاتفاق العام المتعلق بتجارة الخدمات (الغاتس)، ولكنه لا علاقة له باتفاق الزراعة، واتفاق تطبيق التدابير الصحية وتدابير الصحة النباتية، والاتفاق المتعلق بالحواجز التقنية للتجارة، والاتفاق المتعلق بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (اتفاق التريبس). وقد يبادر أعضاء منظمة التجارة العالمية، وخصوصاً غير الأطراف في اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية بشأن مكافحة التبغ (اتفاقية مكافحة التبغ) إلى مناهضة هذا التدبير مستندين إلى قواعد وإجراءات تسوية النزاعات التي أصدرتها منظمة التجارة العالمية، بصرف النظر عما إذا كانوا أطرافاً في اتفاقية مكافحة التبغ وبروتوكولها المقبل.

٤- ولا تتطرق هذه الورقة إلى العواقب المحتملة من اتفاقات التجارة الإقليمية والثنائية، أو قوانين الإنترنت ووسائل الاتصال، أو حرية المعلومات، أو أي حق آخر من حقوق الإنسان ذات الصلة. ولا تتطرق هذه الورقة أيضاً للصعوبات التقنية التي قد تعترض إنفاذ الحظر.

٥- وتركز هذه الورقة على الاتساق القائم بين مواد اتفاق الغات لعام ١٩٩٤ ومواد اتفاق الغاتس التي وجدنا لها صلة بحظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت. وتسلط هذه الورقة الضوء على الشفافية المنصوص عليها في قواعد منظمة التجارة العالمية، وعلى شرط التنازل عن الالتزامات المنصوص عليه في الفقرتين ٣ و٤ من المادة التاسعة من اتفاق تأسيس منظمة التجارة العالمية.

ثانياً: الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة (الغات ١٩٩٤)

٦- إن حظر تسويق منتجات التبغ عبر الإنترنت له علاقة باتفاق الغات ١٩٩٤ من حيث إن منتجات التبغ تشكل سلعاً مادية^١. فهي منتجات زراعية خاضعة لأحكام اتفاق الغات بموجب "النظام المنسق لتوصيف السلع الأساسية وترقيمها"^٢.

٧- ولذلك فإن التنظيم التجاري لمنتجات التبغ يخضع لاتفاق الغات ١٩٩٤ والصكوك ذات الصلة به. وبالتالي فإن حظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت له علاقة بمبادئ عدم التمييز (المادتان الأولى والثالثة) وقد يشكل تدبيراً له عواقب مثل عواقب التقييد الكمي (المادة الحادية عشرة). وإن كان الحظر ينتهك هذه المبادئ فلا بأس من تبريره بموجب الاستثناءات العامة (المادة العشرون).

عدم التمييز (المادتان الأولى والثالثة)

٨- أقيم نظام التجارة العالمية على مبدئين دستوريين يعبران عن المساواة في المعاملة أو عدم التمييز، وهما مبدأ "الدولة الأولى بالرعاية" الذي يضمن قيام الأعضاء بمعاملة المنتجات المستوردة من بلدان أخرى أو المصدرة إلى بلدان أخرى معاملة متساوية "للمنتجات المماثلة" الواردة من أعضاء آخرين في منظمة التجارة العالمية^٣ ومبدأ "المعاملة الوطنية" الذي يضمن للمنتجات المستوردة معاملة لا تقل تفضيلاً عن معاملة المنتجات المحلية^٤.

٩- وأي حظر على بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت يجب أن ينطبق بحكم جوهره على العروض التي تقدم من أراضي أي عضو، ولاسيما من داخل الدول الأعضاء. ومن الصعب تخيل نظام يتيح لبعض المصادر دون غيرها البيع عبر الإنترنت إلى المستهلكين. لأن المفاضلة تقوض الغرض من الحظر. وبالفعل لن يصبح الحظر فعالاً إلا إذا شمل المصادر المحلية والأجنبية في أي إقليم بعينه من أقاليم العالم. والمعاملة غير المتساوية أو الأقل تفضيلاً ليست متوقعة بين بائع وآخر على الإنترنت ولا بين المبيعات عبر الإنترنت الناشئة من الخارج وتلك الناشئة من داخل الدولة العضو. ولذلك فإن الحظر التام لمبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت لن يخل بمبدأ "الدولة الأولى بالرعاية" ولا بمبدأ "المعاملة الوطنية" اللذين التزم بهما أعضاء منظمة التجارة

١ تم النظر في مسألة منتجات التبغ في القضايا التالية التي تم البت فيها بموجب أحكام اتفاق الغات وآلية منظمة التجارة العالمية لتسوية النزاعات: *تايلاند - القيود والضرائب الداخلية المفروضة على السجائر* WT/DS10/R-37S/200؛ *والجمهورية الدومينيكية - التدابير التي تحد من استيراد السجائر* WT/DS300 و DS302؛ *بيرو - ضرائب السجائر* (WT/DS227).

٢ <http://www.foreign-trade.com/reference/hscodcfm> (آخر اطلاع: ٣١ كانون الثاني/يناير ٢٠٠٩).

٣ ورد مبدأ "الدولة الأولى بالرعاية" في الفقرة ١ من المادة الأولى من اتفاق الغات ١٩٩٤، وهو يطالب بتطبيق التدابير المفروضة على الواردات أو الصادرات تطبيقاً متساوياً مثلما تطبق على المنتجات "المماثلة" الواردة من جميع الأعضاء. وبالتالي لا يستطيع أي عضو في منظمة التجارة العالمية أن يعامل السلع المستوردة أو المصدرة من أي بلد بطريقة تختلف عن معاملة المنتجات "المماثلة" المستوردة أو المصدرة من أي عضو آخر في منظمة التجارة العالمية من حيث تحرير تجارتها أو تقيدها.

٤ مبدأ "المعاملة الوطنية" يقتضي من أعضاء منظمة التجارة العالمية أن يعاملوا المنتجات المستوردة معاملة لا تقل تفضيلاً عن معاملة المنتجات المحلية "المماثلة"، وخصوصاً من حيث فرض الضرائب الداخلية وتطبيق اللوائح المحلية، وذلك لتلافي حماية الإنتاج المحلي. وتنطبق الفقرة ٤ من المادة الثالثة من اتفاق الغات ١٩٩٤ على أي تنظيم غير ضريبي، وتتص على أنه يجب أن يتمتع الأعضاء عن سن قوانين أو إصدار لوائح بخصوص المبيعات الداخلية تشكل معاملة أقل تفضيلاً من معاملة المنتجات "المماثلة" الوطنية المنشأ.

العالمية. كما أن حظر بيع جميع منتجات التبغ عبر الإنترنت، المحلية منها والأجنبية، على جميع الموردين لن ينتهك أحكام المادة الثالثة من اتفاق الغات ١.١٩٩٤.

١٠- عند مقارنة مبيعات الإنترنت بمبيعات قنوات التجارة والبيع التقليدية، إذا ترك للقنوات التقليدية البيع للبالغين وحظر هذا البيع عبر الإنترنت عموماً، لكان في ذلك ضرب من التمييز بين منتجات مماثلة. وفي هذه الحالة لن يكون هناك مساس بمبدأ "الدولة الأولى بالرعاية" لأن جميع المنتجات الأجنبية ستعامل على قدم المساواة، ولكن المساس قد يكون بمبدأ "المعاملة الوطنية" إذا أقيمت حجة معاملة المنتجات الأجنبية بطريقة أقل تفضيلاً عن معاملة المنتجات المحلية، وهذا أمر مناف لأحكام الفقرة ٤ من المادة الثالثة من اتفاق الغات ١.٩٩٤.

١١- ويحتمل أن يعتبر أي تدبير يحظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت كما لو كان فيه تأثير على المبيعات الداخلية وعلى عروض بيعها وعلى شرائها، لأنه يحد من وسائل بيع هذه المنتجات في البلد وقد يسفر بالقوة عن تقليل كمية المنتجات المباعة.

١٢- والنقطة الشائكة هي ما إذا كان الحظر سيفرض على عمليات الإنترنت الأجنبية بما يشكل لها خسارة بالمقارنة بالعمليات المحلية التقليدية لبيع المنتجات المماثلة. وقد تطرق قانون الغات ١٩٩٤ إلى معاملة المنتجات فقط، لا إلى معاملة المنتجين أو وكلاء البيع. ولما كانت الشركة المتخصصة في بيع منتجات التبغ لا تستحق في حد ذاتها المعاملة المتساوية بموجب اتفاق الغات ١٩٩٤ فليس بوسعها أن تحتج باختلاف المعاملة بين الشركات التقليدية وشركات الإنترنت. وفيما يلي شرح للمعاملة التي أفردتها اتفاق الغات لمقدمي الخدمات.

١٣- مادامت المنتجات الأجنبية المنشأ تباع بشروط أقل تفضيلاً من شروط القنوات التقليدية (الدكاكين وغيرها من منافذ البيع) لا يتعين معاملة المنتجات الأجنبية بطريقة أقل تفضيلاً من المنتجات المحلية المباعة من خلال نفس القنوات التجارية. أما إذا كانت المنتجات الأجنبية تباع بالأكثر عبر الإنترنت لا من خلال القنوات التقليدية، فعندئذ يكون هناك تمييز. ولا يرجح أن ينشأ التمييز بين المنتجات المولفة والمنتجات الأصلية لأن شركات التبغ تبيع منتجاتها من خلال عدة منافذ لا عبر الإنترنت وحدها. وفي هذه الحالة لن يحد الحظر من المنافسة بين منتجات مختلفة لأن بالإمكان بيعها جميعاً من خلال القنوات التجارية التقليدية.

١٤- ولو بيعت منتجات التبغ من خلال المنافذ التقليدية بدون تمييز من حيث المنشأ، لأصبحت مبيعات الإنترنت - في نظرنا - متوافقة مع أحكام الفقرة ٤ من المادة الثالثة. وعندئذ يصبح التقييم رهناً بسياق الحظر وبالحالات الفردية. ففي الحالات التي يحد فيها الحظر بقوة من عمليات علامة تجارية محددة يصبح هذا الحظر انتهاكاً لأحكام الفقرة ٤ من المادة الثالثة. أما الحظر التام على المنتجات المزيفة غير المشروعة فلا يشكل انتهاكاً لأن بيعها محظور أصلاً.

١ هكذا قررت لجنة الغات المعنية بالنزاعات في عام ١٩٩٠ في القضية المرفوعة على تايلند بسبب التشريع الذي سنته بخصوص السجائر. انظر: Panel Report, Thailand – Restrictions on Importation of and Internal Taxes on Cigarettes, WT/DS10/R-37S/200, adopted on 7 November 1990.

التقييد الكمي في التجارة (المادة الحادية عشرة)

١٥- لم تقتصر المادة الحادية عشرة من اتفاق الغات ١٩٩٤ على حظر فرض القيود الكمية الرسمية والعلنية، بل حظرت أيضاً التدابير الأخرى التي تسفر عن نتائج مشابهة للقيود الكمية. وللبت في ما إذا كان حظر المبيعات عبر الإنترنت يعد من هذه التدابير يمكن الاحتجاج بأنه يشكل قيوداً على التصدير والاستيراد، لأنه يمنع الأشخاص من بيع المنتجات بكفاءة وطلب شرائها بكفاءة، ومن الاستفادة بالعروض والطلبات التنافسية في الخارج. ويشمل اتفاق الغات ١٩٩٤ أيضاً في الفقرة ٤ من المادة الثالثة إجراءات البيع، وفي هذه الحالة يمكن اعتبار الحظر كما لو كان تقييداً مخالفاً لأحكام المادة الحادية عشرة. ولما كانت لجان منظمة التجارة العالمية المعنية بالنزاعات وهيئة الاستئناف التابعة لتلك المنظمة لا تحلل كميات التدفقات التجارية ولا تقبل الحجج الواهية، فيكفي للمعارضة أن تثبت أن الحظر يمنع دخول الأسواق على المنتجات المشمولة بالاتفاق العام.

١٦- ولما كان تطبيق المادة الحادية عشرة وتطبيق المادة الثالثة يستبعد كل منهما الآخر^١ فإن تحليل القضية سيركز على مقتضيات المادة الحادية عشرة. وبالتالي فلا غضاضة من أن نفترض أن الحظر مخالف لأحكام المادة الحادية عشرة، لأن بالإمكان تبريره بموجب الاستثناءات العامة المنصوص عليها في المادة العشرين.

اللجوء إلى الاستثناءات العامة (المادة العشرون)

١٧- إن هدف الاتفاق العام وقانون منظمة التجارة العالمية هو رفع مستويات المعيشة وضمان العمالة الكاملة بما يتناسب مع أهداف التنمية المستدامة^٢. وقانون تلك المنظمة لا يمنع الأعضاء من بلوغ المرامي السياسية المشروعة الأخرى. والاستثناءات المنصوص عليها في المادة العشرين تحدد المعايير والشروط التي يحق بموجبها لأي تدبير مخالف لأحكام الاتفاق الأخرى أن يصبح مسوغاً ومنفذاً.

١٨- ويبدو أن حظر مبيعات الإنترنت له غرضان. الغرض الأول هو منع القصر من استعمال الإنترنت لشراء التبغ، ودعم القيود المفروضة على القصر لمنعهم من التعامل مع منافذ البيع التقليدية، وهو بذلك يشبه حظر بيع التبغ والمشروبات الكحولية للأشخاص الذين يقل عمرهم عن حد معين. وهذا هو الغرض المتعلق بحماية الصحة العمومية. أما الغرض الثاني فهو الحد من تهريب وتزييف منتجات التبغ مثل السجائر، وهي من أوسع منتجات التجارة غير القانونية. وبذلك فإن الحظر يحمي حقوق الملكية الفكرية - وخصوصاً العلامات المسجلة - من التجارة غير القانونية ومن التزييف. أي أن الحظر يحمي حياة البشر وصحتهم وينفذ قانون حماية العلامات المسجلة. وهذان المبرران يقتضيان أن يجتاز الحظر اختبار الضرورة بموجب المادة العشرين من اتفاق الغات ١٩٩٤.

١ Panel Report, *United States – Restrictions on Imports of Tuna*, GATT 1994, DS21/R-39S/155, paragraph 5.9.

٢ التحرير الاطرادي للتجارة الدولية وتنظيم التجارة هما الوسيطتان الرئيسيتان لبلوغ المرامي المحددة في الديباجة.

(أ) حماية حياة البشر وصحتهم

١٩- إن الحافز الواضح لحظر المبيعات على أساس اتفاقية مكافحة التبغ هو حماية حياة البشر وصحتهم. فقد ثبت بما لا يرقى إليه الشك ضرر التدخين على الحياة والصحة، وسلمت به الأحكام القانونية التي أصدرتها منظمة التجارة العالمية.^١ ويوجد ارتباط كاف^٢ بين بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت - سواء كان منشؤها داخل البلد الذي يفرض الحظر أو خارجه - وازدياد عدد المدخنين، وبالتالي ازدياد المشاكل الصحية وحالات الوفاة.

(ب) إنفاذ التعريفات الجمركية وحماية الملكية الفكرية

٢٠- تتيح الفقرة (د) من المادة العشرين للأعضاء أن يقرروا التدابير التي تضمن ضمن جملة أمور دعم إنفاذ التعريفات الجمركية وحماية حقوق الملكية الفكرية، بشرط أن تكون هذه التدابير ناجمة عن قوانين غير مخالفة في حد ذاتها لقوانين منظمة التجارة العالمية. وإنفاذ تدابير الحدود وحماية الملكية الفكرية أمران متوافقان مع السياسات التي يقتضيها اتفاق التريبس. هذا فضلاً عن أن بوسع الأعضاء أن يتمسكوا بأسباب ضريبية حتى وإن لم تذكر صراحة في الفقرة (د) من المادة العشرين، لأن الحظر يقي أيضاً من التهرب من الضرائب. ولا بد من إثبات علاقة كافية بين حظر مبيعات الإنترنت ومكافحة التزييف أو الاتجار غير المشروع أو التهرب من الضرائب، مع إثبات رفع الأسعار الذي يؤدي إلى خفض استهلاك التبغ وتقليل المشاكل الصحية.

(ج) الضرورة

٢١- المشكلة الرئيسية المرتبطة بحظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت هي ما إذا كان الحظر الذي ينطبق على أشكال معينة من التوزيع دون غيرها ضروري ويمثل أقل الوسائل تقييداً للتجارة لحماية القصر من الشروع في التدخين. ولما كان الحظر لا يمنع الحصول على منتجات التبغ بوسائل أخرى، فقد يثور اعتراض بأن هذا الحظر غير أهل لاجتياز اختبار الضرورة الذي نص عليه قانون منظمة التجارة العالمية.

٢٢- ولاجتياز اختبار الضرورة المنصوص عليه في الفقرة (ب) من المادة العشرين ينبغي أن يتصف الحظر بالسمات التالية: (١) أن ينشد هدفاً محدداً لتوفير مستوى معين من حماية الصحة؛ (٢) أن يسهم الحظر بفعالية في بلوغ الهدف المنشود؛ (٣) أن يكون الحظر أقل التدابير المتاحة تقييداً للتجارة؛ (٤) أنه لا توجد تدابير أخرى متاحة أقل تقييداً للتجارة لبلوغ نفس الهدف المنشود.^٣ هذا والجدير بالملاحظة أن بوسع لجنة

١ Panel Report Thailand – Restrictions on Importation of and Internal Taxes on Cigarettes, WT/DS10/R-37S/200.

٢ Appellate Body Report, United States – Shrimp, paragraph 133.

٣ في قضية *Brazil—Retreated Tyres* اعتمدت هيئة الاستئناف على اختبار الضرورة بناءً على مبدئين هما: حق أعضاء منظمة التجارة العالمية في تحديد مستوى الحماية الذي يعتبرونه ملائماً في السياق المحدد للقطع بما يلي: (١) ما إذا كان التدبير مهم لحماية الصحة، (٢) مدى إسهام التدبير في بلوغ الهدف المنشود منه (هل توجد "علاقة حقيقية بين الغاية والوسيلة وبين الهدف المنشود والتدبير المعني") ووجدت هيئة الاستئناف "أن مدى إسهام التدبير يجب أن يقارن بمدى تقييده للتجارة مع مراعاة أهمية المصالح أو القيم الأساسية للهدف المنشود من ذلك التدبير". انظر: Appellate Body Report, *Brazil—Retreated Tyres*, WT/DS332 paragraph.210. وتوصلت هيئة الاستئناف إلى استنتاج مشابه في قضية *European Communities – Measures Affecting Asbestos and Products Containing Asbestos*, WT/DS134/R/AB paragraph 168.

منظمة التجارة العالمية المعنية بالنزاعات أن تطلب رأياً تقنياً من منظمة الصحة العالمية لمراعاة حججها الصحية وخصوصاً بشأن أضرار تعاطي السجائر واستهلاكها.^١

٢٣- والحظر الذي ندرسه يفي بالمطلب الأول وهو وضع هدف محدد لتوفير مستوى معين من حماية الصحة، فالقصد من الحظر هو تقليل استهلاك التبغ وتلافي حالات الوفاة والمرض التي يسببها التبغ وخصوصاً بين الشباب، لأن الشباب هم من يستعملون شبكة الإنترنت بتكرار ويتأثرون بها (الفقرة (ب) من المادة العشرين من اتفاق الغات ١٩٩٤). وهناك قصد آخر هو مكافحة الاتجار غير المشروع والتهرب من الضرائب، وإنفاذ القوانين الجمركية، وحماية حقوق الملكية الفكرية (الفقرة (د) من المادة العشرين).

٢٤- والنقطة الحاسمة هي ما إذا كان الحظر يمثل أقل التدابير تقييداً للتجارة في غياب أي بديل صالح للبقاء بوسعه تحقيق نفس الأهداف بقدر أقل من التثاقص. وقد يقال إن الحظر التام لمبيعات الإنترنت يُعد مفراطاً وإنه ينبغي البحث عن وسائل أقل تقحماً لمنع القصر من الشراء عبر الإنترنت، ومنها مثلاً الوسائل التقنية (وضع شفرة للدخول) أو فرض القيود على المدفوعات التي تحوّل عن طريق الإنترنت (بيطاقات الائتمان). ومن الضروري أن نثبت أن هذه الوسائل غير عملية إذ يستحيل رصد دخول القصر إلى الحسابات وكلمات السر المخصصة للبالغين. ومن الضروري أيضاً أن نثبت أن الحظر القاصر على القصر غير مناسب ويقوض الغرض العام المنشود منه. وعلى هذا النحو سوف تطلب البيئنة على أن الحظر فعال ضد تزييف منتجات التبغ وتهريبها.

٢٥- ومن الضروري أيضاً إثبات عدم وجود تدابير أقل تقحماً لحماية القصر من استهلاك التبغ ولحماية التجارة المشروعة. ومقدم الشكوى هو الذي يقع عليه عبء إثبات الخيارات الأقل تقحماً لبلوغ المرامي المنشودة من الحظر.^٢ ويتعين أن نثبت أن حظر الإعلان وتوفير المعلومات والتثقيف من جهة وتفتيش الحدود والخدمات البريدية والوسائل الأخرى غير التفتيش المتاحة للجمارك والشرطة من جهة أخرى لا يفيان بالهدف المنشود بنفس القدر من الكفاءة الذي يتميز به الحظر.

٢٦- ومن منظور قانون منظمة التجارة العالمية ذي الصلة ينبغي أن يكون الهدف من الحظر هو في المقام الأول منع القصر من الشروع في التدخين، ومنعهم من التحايل على القيود المفروضة عليهم في القنوات التجارية التقليدية. وبدون فرض حظر على مبيعات الإنترنت سوف يسهل تقويض تلك القيود.

(د) الديباجة

٢٧- ينبغي أن يفي حظر مبيعات الإنترنت بمتطلبات ديباجة المادة العشرين. ولما كان الحظر سيفرض على الجميع بحكم تعريفه، فلا يمكن اعتباره تعسفاً أو تمييزياً بلا مسوغ. وسينطبق الحظر أيضاً بالقدر ذاته

١ في تقرير اللجنة المعنية بالنزاعات عن قضية *Thailand – Restrictions on Importation of and Internal Taxes on Cigarettes (WT/DS10/R-37S/200)* الصادر في ٧ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٠، رأت اللجنة أن التدبير مهما كان مخالفاً للفقرة ٤ من المادة الثالثة، فإن "هذه المخالفة تعتبر لا مناص منها وضرورية بالتالي حسب معنى الفقرة (ب) من المادة العشرين، لأن منح حقوق إضافية للإعلان عن السجائر من شأنه تحفيز الطلب على السجائر". وطلبت اللجنة في هذه القضية رأياً تقنياً من منظمة الصحة العالمية، ووضعت في اعتبارها أضرار تعاطي واستهلاك السجائر بقولها "وأحاطت اللجنة علماً برأي منظمة الصحة العالمية بأن الطلب على السجائر، وخصوصاً الطلب المبدئي على السجائر من جانب الشباب، سببه تأثير إعلانات السجائر، وبالتالي فإن حظر هذه الإعلانات سيثبط هذا الطلب" (المرجع السابق، الفقرة ٧٨).

على جميع منتجي التبغ مهما كان منشؤهم؛ وبالتالي فهو لا ينطوي على تمييز ضد منتجات أجنبية أو منتجين أجانب، بل وسيطبق على جميع البلدان بالتساوي. ولن يختلف إنفاذه باختلاف بلد البائع لأن الحظر قاصر على البائعين والمستهلكين المحليين - باستثناء اللجوء إلى المساعدة القضائية الدولية.

٢٨- وقد يثور سؤال عما إذا كان الحظر الذي يفرضه جميع الشروط الأخرى الواردة في المادة العشرين يشكل تقييداً مقيماً للتجارة. فالمعيار هو أن يكون القصد من الحظر حماية المنافذ المحلية التقليدية. وهذه الفكرة يجب أن تعالج من حيث الحافز والنتائج. وليس من الصعب أن نثبت أن الحظر يخدم مرام مشروع مقرر في السياسات. أما من حيث نتائجه فلا بد من أن نثبت أنه لن يزيد أرباح ومبيعات المنافذ التقليدية. وما لم نثبت هذا فإن فاعلية الحظر ستصبح موضع شك، لأن القصر قد يسلكون طرقاً بديلة للحصول على التبغ. ولذلك فمن المفيد أن نسوق البيئة التي تحسم هذا الشك.

ثالثاً: الاتفاق العام المتعلق بتجارة الخدمات (الغاتس)

٢٩- إن بيع السلع أو الخدمات أو المنتجات الرقمية عبر الإنترنت يشكل جزءاً لا يتجزأ من "التجارة الإلكترونية" التي تشمل إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع وتسليم البضائع والخدمات بالوسائل الإلكترونية^١. ولا يوجد أي قرار في برنامج عمل منظمة التجارة العالمية يلزم بتطبيق قواعد منظمة التجارة العالمية على تسليم الخدمات إلكترونياً. ومن المتفق عليه عموماً أن هذا الموضوع يدخل في نطاق اتفاق الغاتس لأنه ينطبق على جميع الخدمات بصرف النظر عن وسائل تسليمها، وينطبق أيضاً على خدمات التوزيع التي تنفذ إلكترونياً وتشمل بيع البضائع بالجملة أو بالتجزئة. وينطبق اتفاق الغاتس على جميع الخدمات باستثناء الخدمات "التي تقدم بموجب ممارسة السلطة الحكومية"^٢ وخدمات القطاعات المعينة المستثناءة صراحة ومنها خصوصاً الشحن البحري على الخطوط المنتظمة وخدمات النقل الجوي.

٣٠- وقد أكدت أحكام منظمة التجارة العالمية أن اتفاق الغاتس محايد تكنولوجياً، بمعنى أنه لا يحتوي أي أحكام تميز بين مختلف الوسائل التكنولوجية التي تقدم بها أي خدمة^٣.

نطاق اتفاق الغاتس

٣١- ينطبق هذا الاتفاق على جميع التدابير التي يتخذها أعضاء منظمة التجارة العالمية وتؤثر على تجارة الخدمات (الفقرة ١ من المادة الأولى من اتفاق الغاتس)^٤. ولذلك عندما تقوم هيئة تنظيمية تابعة لأي عضو في منظمة التجارة العالمية بفرض حظر، يصبح هذا الحظر تدبيراً اتخذته العضو. وقد عرّفت المادة الأولى "تقديم الخدمة" على أنه يشمل إنتاج الخدمة وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها.

١ هذا المصطلح مستخدم حصراً لأغراض برنامج عمل منظمة التجارة العالمية.

٢ الخدمات غير التجارية وغير المنافسة لموردين آخرين مثل مخططات التأمين الاجتماعي وسائر الخدمات العامة مثل الخدمات الصحية أو التعليمية التي تقدم بشروط لا علاقة لها بشروط السوق.

٣ تم تطبيق اتفاق الغاتس بدون تردد على التجارة الإلكترونية في قضية الولايات المتحدة ضد الميسر، حيث أكد الحكم انطباق هذا الاتفاق على تسليم الخدمات الإلكترونية عبر الحدود. انظر:

Panel Report, *United States – Measures Affecting the Cross-border Supply of Gambling and Betting Services* (hereinafter referred to as *United States – Gambling*), WT/DS285/R, as of 10 November 2004.

٤ يعرّف اتفاق الغاتس "التدبير" على أنه أي تدبير يتخذه عضو، سواء في شكل قانون أو لائحة أو قاعدة أو إجراء أو قرار أو أمر إداري أو أي شكل آخر (الفقرة (ب) من المادة الثامنة والعشرين).

٣٢- ونص اتفاق الغاتس في مادته الثامنة عشرة على أن تدابير الأعضاء التي تؤثر على الخدمات تشمل التدابير الخاصة بشراء الخدمة أو دفع قيمتها أو استعمالها. وليس من الواضح ما إذا كان اتفاق الغاتس ينطبق على بيع السلع أم أنه قاصر على الخدمات بمعناها الضيق. ومن الصعب التمييز بين السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية، لأن بيع السلع عبر الإنترنت يعتبر شكلاً من أشكال توزيع الخدمات في حد ذاته، وله سمات وطرائق تبرز نموذج أعماله وعملية البيع بصرف النظر عن الشيء موضع التجارة. وهذا يدفعنا إلى الاستنتاج بأن إمكانية حظر بيع منتجات التبغ تدخل في عداد التدابير التي تؤثر على تجارة الخدمات.

٣٣- ولذلك فإن بيع منتجات التبغ بوسيلة اتصال نائية (وخصوصاً باتصالات الإنترنت أو بالاتصالات السلكية واللاسلكية أو بالبريد أو بخدمات التوصيل) يدخل في عداد "الطريقة ١" وهي توصيل خدمات "عبر الحدود" وفقاً للفقرة ٢ (أ) من المادة الأولى من اتفاق الغاتس. وحتى إن كان من الصعب على وجه الخصوص التمييز بين التسليم بالطريقة ١ (عبر الحدود) والطريقة ٢ (الاستهلاك في الخارج)، فبالإمكان التمسك بحجة أن مبيعات الإنترنت تشكل الطريقة ٢ أيضاً،^١ لأن بيع التبغ إلكترونياً عبر الحدود يندرج أساساً ضمن الطريقتين ١ و ٢ ولا يستثنى من الطريقتين ٣ (الوجود التجاري) و ٤ (وجود الشخص الطبيعي).

٣٤- وعلى أساس "قائمة التصنيف القطاعي للخدمات" يعد بيع التبغ عبر الإنترنت ضمن قطاع توزيع الخدمات الذي تتبثق عنه أربعة قطاعات فرعية.^٢ فإذا كان الحظر الذي سيقدر في البروتوكول قاصراً على منتجات التبغ التي يبيعها عبر الإنترنت تجار التجزئة وحدهم (لا تجار الجملة)، لأثر الحظر في القطاع الفرعي "خدمات التجزئة". وبالتالي فإن احتمال انتهاك اتفاق الغاتس سيتعلق أساساً بالأعضاء الذين تعهدوا بموجب الطريقة ١ في القطاع الفرعي "خدمات التجزئة" بالالتزام بفتح الأسواق فتحاً تاماً (بوضع كلمة "لا" في العמוד المعني من جدولها) أو بفرض حدود معينة لا تقيد دخول الأسواق تقييداً تاماً. وقد عرّف بعض الأعضاء الذين تعهدوا بالتزامات من هذا القبيل نطاق خدمات التجزئة المشمولة بالتزاماتهم على أنه يستبعد المنتجات الحساسة أو المراقبة، في حين لم يعرفه أعضاء آخرون على هذا النحو. فإذا قام هؤلاء الأعضاء الآخرون بحظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت لجازوا بانتهاك الالتزامات المحددة في إطار اتفاق الغاتس، وخصوصاً التزام فتح الأسواق. وطبقاً لأحكام المادة السادسة عشرة من اتفاق الغاتس، لا يحق للأعضاء الذين التزموا بفتح الأسواق لقطاعات معينة أن يفرضوا القيود الكمية المذكورة في تلك المادة ما لم يذكروا خلال ذلك في جداولهم.^٣

١ انظر التقرير المرحلي الذي أقره مجلس تجارة الخدمات في ١٩ تموز/ يوليو ١٩٩٩ بشأن برنامج العمل الخاص بالتجارة الإلكترونية، في العنوان <http://docsonline.wto.org/DDFDocuments/t/S/L/74.DOC> (آخر اطلاع: ٢٤ كانون الثاني/يناير ٢٠٠٩).

٢ تعريف قطاع التوزيع في قائمة التصنيف القطاعي للخدمات (MTN.GNS/W/120) التي أعدت في جولة أوروغواي على أساس التصنيف المركزي المؤقت الذي أعدته الأمم المتحدة من قبل، هو أن قطاع التوزيع يتضمن أربع خدمات رئيسية هي: خدمات الوكلاء التجاريين، وخدمات تجارة الجملة، وخدمات تجارة التجزئة، والخدمات التي تقدم بحق الامتياز.

٣ بالرغم من أن التدبير المعني لا يدخل في التدابير المذكورة في هذه المادة، رأت اللجنة المعنية بالنزاعات وهيئة الاستئناف في قضية الولايات المتحدة ضد الميسر أن الحظر التام لخدمات الميسر عبر الإنترنت يعتبر قيوداً كميّاً، بمعنى أنه يسفر عن نفس النتيجة التي تسفر عنها "الحصة الصفوية". انظر

Panel Report *United States – Gambling*, paragraph 6.332.

٣٥- وطبقاً لمبدأ الحياد التكنولوجي، ما أن يلتزم عضو بفتح الأسواق فتحاً تاماً يصبح حظر أي وسيلة من وسائل التسليم قيداً يحد من حق دخول السوق بكل طريقة من طرق التوريد. ولذلك فإن حظر البيع عبر الإنترنت، بصرف النظر عن إمكانية توريد الخدمة بوسيلة أخرى، قد يشكل انتهاكاً للمادة السادسة عشرة إذا كان العضو قد التزم بالحق الكامل في دخول الأسواق بقطاع الخدمات المعني.^١

٣٦- ويبدو أن انتهاك الالتزام بالمعاملة الوطنية - بافتراض أن الحظر يشمل الموردين المحليين والأجانب - لا يشكل قضية. ومع ذلك فإن إمكانية الانتهاك بحكم الأمر الواقع تظل قائمة حسب كيفية معاملة الموردين المحليين وخصوصاً ممن يبيعون المنتجات بالوسائل التقليدية التي لا تقتضي اقتراباً مادياً بين المستهلكين والموردين (مثل وسائل الاتصالات أو البريد أو خدمات التوصيل).

اللجوء إلى الاستثناءات العامة (المادة الرابعة عشرة)

٣٧- عندما يتبين أن أي حظر يفرضه عضو في منظمة التجارة العالمية يشكل انتهاكاً لحق دخول الأسواق (أو لالتزامات المعاملة الوطنية) بمقتضى اتفاق الغاتس، يمكن تبرير هذا الحظر باللجوء إلى الاستثناءات العامة المنصوص عليها في المادة الرابعة عشرة.

(أ) حماية الصحة العمومية

٣٨- هذا الحافز يشبه مثيله في اتفاق الغات ١٩٩٤ ويمكن التمسك به لتسوية قيود محددة بالرغم من الالتزامات المتعهد بها.

(ب) ضمان الالتزام بالقانون المحلي

٣٩- السبب المنطقي للفقرة (ج) من المادة الرابعة عشرة يشبه مثيله في الفقرة (د) من المادة العشرين من اتفاق الغات ١٩٩٤ ولكنه يختلف عنه في التفاصيل. وهذا الحكم لا يذكر صراحة حماية حقوق الملكية الفكرية ولكنه ذكر الوقاية من ممارسات الخداع والغش، وفرض أو جباية الضرائب. وهو لا يشمل قائمة حصرية للحالات ويتيح بالتالي التمسك بأسباب إضافية.

(ج) الضرورة

٤٠- إن طريقة اختبار الضرورة تشبه أساساً الطريقة المنصوص عليها في اتفاق الغات ١٩٩٤. وفي حالة الخدمات تركز اللجان المعنية بالنزاعات وهيئة الاستئناف على عدد من العوامل وتوازن بينها لتحديد ما إذا كان يوجد، تدبير آخر يتوافق مع أحكام منظمة التجارة العالمية الخارجية أو تدبير بديل أقل ابتعاداً عن أحكام منظمة التجارة العالمية أو ما إذا كان متاحاً^٢ بقدر معقول.

^١ Panel Report *United States – Gambling*, paragraphs 6.286 and 6.287.

^٢ في قضية الولايات المتحدة ضد الميسر تم الاعتماد في معظم الحالات على عاملين لا يستبعد أي منهما الآخر للقطع بما إذا كان التدبير المشكو منه سيجتاز اختبار الضرورة، وهما: (أ) مدى إسهام التدبير في تحقيق الغايات المنشودة منه، (ب) الأثر التقييدي للتدبير على التجارة الدولية. انظر:

Appellate Body Report, *United States – Gambling*, paragraphs 306–311.

(د) الديباجة

٤١- إن تقييم مدى توافق أي تدبير مع ديباجة المادة الرابعة عشرة يتم أساساً بنفس الطريقة المنصوص عليها في المادة العشرين من اتفاق الغات ١٩٩٤. والغرض من ديباجة المادة هو فحص طريقة تطبيق التدبير ومنع إساءة استخدام الاستثناءات المنصوص عليها في المادة الرابعة عشرة. وفي الأحكام النادرة التي أصدرتها منظمة التجارة العالمية بشأن هذه المسألة كان معيار "الاتساق" هو السائد. وبالتالي فإن القيود التي تفرض على توريد الخدمات يجب أن تتطبق بطريقة متسقة على موردي الخدمات المحليين وموردي الخدمات الأجانب من أجل استيفاء المتطلبات المذكورة في ديباجة المادة الرابعة عشرة.^١

رابعاً: الشفافية

٤٢- ينبغي أن يفي حظر مبيعات الإنترنت بمعيار الشفافية المذكور في المادة العاشرة من اتفاق الغات ١٩٩٤ وفي المادة الثالثة من اتفاق الغات وفي المادة ٦٣ من اتفاق التريبس. وقد نصت الفقرة ١ من المادة العاشرة في اتفاق الغات ١٩٩٤ بصفة خاصة على مطلب "النشر الواجب" للقيود التي تؤثر على بيع المنتجات. ولذلك يتعين نشر الحظر المحلي الذي يفرض على مبيعات الإنترنت نشرًا سليماً. ولم تنص هذه الاتفاقات على أي شكل أو أسلوب قانوني محدد للنشر بل تركت هذا الموضوع لمقتضيات القانون الدستوري للعضو.

خامساً: خيار التنازل عن الالتزامات

٤٣- نصت الفقرتان ٣ و ٤ من المادة التاسعة من اتفاق تأسيس منظمة التجارة العالمية على أنه يجوز للعضو أن يتنازل عن أي التزام مفروض عليه بموجب اتفاقات منظمة التجارة العالمية. وقد صمم هذا البديل لضمان الأمن القانوني وتسوية القضايا المحتملة.

٤٤- ومن الناحية العملية يخضع كل تنازل للإقرار بتوافق الآراء. وقد حدد "المؤتمر الوزاري" المدة المبدئية للتنازل. فالتنازلات التي تستمر لأكثر من سنة يجب أن تستعرض ويجوز تمديدها. أي أن التنازلات تفتح المجال لاستثناءات زمنية. وتشمل الأمثلة على هذا قضية منجم الماس في كيمبرلي، وتنفيذ إعلان الدوحة على الصحة العمومية. وتشكل التنازلات أساساً لتعديل المعاهدات، مثلما حدث عند تنقيح المادة ٣١ (ب) من اتفاق التريبس.

٤٥- ويمكن اختيار التنازل عند التماس تسوية قائمة على المفاوضات والتسويق، خارج رسميات المفاوضات التجارية المتعددة الأطراف. ويصبح التنازل مناسباً إذا ظل السند القانوني لمبيعات التبغ موضع خلاف ولم تطلب تسوية هذا الخلاف بصفة رسمية في غضون المدة المقررة بموجب "التفاهم على القواعد والإجراءات التي تحكم تسوية الخلافات".

سادساً: الخلاصة

٤٦- إن قيام أي طرف في اتفاقية مكافحة التبغ بتنفيذ حظر ملزم قانوناً بموجب بروتوكول إلزامي على بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت للمستهلكين، أمر يمكن أن يتوافق مع التزامات منظمة التجارة العالمية رهناً باستيفاء عدد من الشروط. وإذا كان الحظر الداخلي ينطبق على جميع عمليات البيع عبر الإنترنت، المحلية منها والأجنبية، فهذا أمر يتوافق مع المادة الأولى من اتفاق الغات ١٩٩٤ ويمكن القول إنه يتوافق أيضاً مع المادة الثالثة. ويمكن الاعتراض على الحظر بموجب المادة الحادية عشرة باعتباره قيماً كميّاً على الواردات والصادرات، ومع ذلك فله ما يسوغه في نصوص الاستثناءات المذكورة في الفقرتين (ب) و(د) من المادة العشرين. ويدخل الحظر في نطاق اتفاق الغاتس إذا كانت الالتزامات الأخرى - غير الالتزام بالمعاملة بمبدأ الدولة الأولى بالرعاية والالتزام بالشفافية - مرتبطة بالالتزامات آحاد الأعضاء. وتطبق الاستثناءات بموجب اتفاق الغاتس كما تطبق بموجب اتفاق الغات ١٩٩٤. ويجب أن تكون جميع التدابير المفضية إلى فرض الحظر ممتثلة لمقتضيات الشفافية التي وضعتها منظمة التجارة العالمية.

٤٧- ويستدل على أهمية الحافز السليم من تحليل عواقب أي حظر ملزم قانوناً تفرضه أطراف البروتوكول من خلال تدابير محلية على مبيعات التبغ عبر الإنترنت. والحظر الذي يفرض على قنوات تجارية محددة دون غيرها ينثر القلق بموجب قانون منظمة التجارة العالمية، ولا مجال لتبديد هذا القلق إلا بإثبات ضرورة الحظر لحماية القصر من التدخين وضمان فرض قيد على بيع التبغ للقصر من منافذ البيع التقليدية. وهناك حافز آخر مهم هو مكافحة تزيف المنتجات والتهرب من الضرائب.

٤٨- وهناك حوافز الصحة العمومية التي يمكن وضعها في الحسبان أمام اللجان المعنية بالنزاعات وهيئة الاستئناف في منظمة التجارة العالمية. ولا يمكن استبعاد إمكانية اللجوء إلى آلية تسوية الخلافات بسبب قيام أعضاء منظمة التجارة العالمية غير الأطراف في البروتوكول بفرض الحظر. ومع ذلك فإن بالإمكان تفادي هذه الحالة باللجوء إلى التنازل عن بعض الالتزامات بموجب قانون منظمة التجارة العالمية.

المرفق ٢

الكيانات الضالعة في بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت

١- إن فرض حظر على مبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت يمكن أن يتم بصفة عامة من خلال النهج المذكور في "المبادئ التوجيهية لتنفيذ المادة ١٣ (الإعلان عن التبغ والترويج له ورعايته) من اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية بشأن مكافحة التبغ" التي أقرها مؤتمر الأطراف في اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية بشأن مكافحة التبغ في تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٨. ويمكن على وجه الخصوص إعداد الحظر بحيث ينطبق على جميع الكيانات المسؤولة، الضالعة بأشكال مختلفة في بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت والتي يمكن إخضاعها لأشكال مختلفة من المراقبة.

٢- وبالنسبة لحظر بيع منتجات التبغ عبر الإنترنت توجد خمس فئات من الكيانات المسؤولة، منها أربع فئات تشبه تلك المذكورة في المبادئ التوجيهية لتنفيذ المادة ١٣، أما الفئة الخامسة، فهي فئة الأشخاص الضالعين في عمليات دفع قيمة مبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت. ومن الناحية العملية ينبغي التركيز على الفئات الفعالة أكثر من غيرها وهي الأولى والثانية والخامسة.

٣- تشمل الفئة الأولى "جميع الكيانات التي تعرض بيع منتجات التبغ بالإنترنت"، ويمكن منعها من المشاركة في هذه المبيعات. وقد تشمل هذه الفئة صانعي التبغ وباعته بالتجزئة. وتقع المسؤولية الأساسية على عاتق صانعي منتجات التبغ وباعته بالتجزئة "وكلائهم ورابطاتهم".^٢ وتشمل هذه الفئة أيضا الجهات الناشرة للمحتوى والجهات التي تنتقي المحتويات المتعلقة بالبيع على الإنترنت قبل عرضها على مستخدمي الإنترنت.

٤- والفئة الثانية تشمل "الجهات التي تستضيف المحتوى" وتسيطر على حواسيب الخدمة (السرفر) الموصلة بالإنترنت والتي تخزن فيها المحتويات. وهذه الفئة تشمل الجهات التي تجمع المحتويات التي أنتجها آخرون، دون انتقاء المحتوى قبل عرضه على المنتفعين بالإنترنت. وقد تشمل هذه الفئة مثلا مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت. ولا بأس من إلزام الجهات التي تستضيف المحتوى بإزالة المحتوى الذي يعرض بيع منتجات التبغ على الإنترنت أو بإبطال الاطلاع عليه ما أن يتسلموا إشعار المحتوى.^٣

٥- والفئة الثالثة هي "جهات تصفح المحتوى" التي تسهل على مستخدم خدمات الاتصال العثور على موقع المحتوى، مثل محركات البحث في الإنترنت. ويمكن إلزام جهات تصفح المحتوى بإبطال الإطلاع على المحتوى الذي يعرض منتجات التبغ للبيع عبر الإنترنت ما أن تتلقى إشعار المحتوى.

١ القرار FCTC/COP3(12).

٢ التقرير الأول للجنة "أ"، الفقرة ٥٣.

٣ انظر مثلا القانون *Interactive Gambling Act 2001 (Cth)* في أستراليا الذي نص على أفعال إجرامية جديدة في إطار خدمات الميسر المتحاورة. ويشمل هذا القانون إلزاما للجهات التي تستضيف المحتوى بإزالة إمكانية الاطلاع على الخدمة ما أن يصلها الإشعار.

٦- والفئة الرابعة هي "الجهات التي تقدم خدمات الاتصال بشبكة الإنترنت" التي تقدم خدمات الاتصالات للمستخدمين النهائيين، مثل مقدمي خدمات الإنترنت وشركات الهاتف المحمول. ويمكن إلزام هذه الجهات بإبطال الاطلاع على المحتوى الذي يعرض منتجات التبغ للبيع على الإنترنت ما أن يصله إشعار المحتوى.^١

٧- وبعض القوانين الصادرة بشأن المواضيع المشابهة، مثل موضوع الميسر عبر الإنترنت، لا تطبق على جهات تصفح المحتوى ومقدمي خدمات الاتصال، ربما لأن القوانين نصت على ترخيص الجهات ذات المسؤولية الأساسية عن الميسر عبر الإنترنت بدلاً من أن تفرض حظراً تاماً.^٢ وربما نشأت هذه السياسات من الاعتقاد بأن جهات تصفح المحتوى وجهات تصفح خدمات الاتصال غير قادرة على الحد من هذا النشاط. وحتى إن كان الأمر كذلك في الماضي، فإن التطور الدائب في تقنيات تحديد المواقع بالعلاقة إلى الاتصال بالإنترنت جعل هذه الجهات قادرة على ممارسة شيء من السيطرة.^٣ ولذلك فإن الالتزامات الواردة في المبادئ التوجيهية لتنفيذ المادة ١٣ يمكن أن تشمل جهات تصفح المحتوى وجهات تقديم خدمات الاتصال، على ألا تتجاوز "بذل الجهود المعقولة من أجل إبطال الاطلاع، وذلك في ضوء الإمكانيات التقنية".^٤

٨- والفئة الخامسة هي "الجهات المالية المعنية بمدفوعات مبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت". ويمكن إلزامها بالامتناع عن تحويل مدفوعات هذه المبيعات، والتحقق من أن المدفوع لهم لا علاقة لهم بمبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت. وتوجد أمثلة على هذا الأسلوب، منها ما ينفذ بموجب اللوائح التنظيمية ومنها ما ينفذ بالتنظيم الذاتي. ومن بين الأمثلة نجد "رابطة خدمات تخلص المدفوعات" وهي رابطة تجارية في المملكة المتحدة تجمع المؤسسات التي تقدم خدمات الدفع.^٥ وهي تضبط الاتصال بمؤسسة مراقبة الإنترنت^٦ لمنع استعمال الدفع بالبطاقات في حالات الاطلاع على ما ينشر في الإنترنت من صور منافية للقانون تمثل الاعتداء على الأطفال.^٧

٩- ومن المزمع أن يطبق الحظر بالتساوي على الجهات الموجودة في أراضي الطرف والجهات الموجودة خارج أراضيها. وبالتالي فإن الحظر سينطبق على مبيعات الإنترنت "المحلية" و"الصادرة" و"الواردة" وعلى الجهات الموجودة في داخل أراضي الطرف التي تتيح أنشطتها للمستخدمين في داخل تلك الأراضي (مبيعات الإنترنت المحلية)، وللجهات الموجودة في داخل الأراضي وتشمل أنشطتها مستخدمين خارج هذه

١ قانون الولايات المتحدة 31 USC §5361-5367 (2006) *Unlawful Internet Gambling Enforcement Act* يضع مقدمي خدمات الإنترنت تحت طائلة تدابير الإنفاذ المدنية التي تقضي بإبطال الاطلاع على مواقع الميسر الإلكترونية أو المواقع الإلكترونية التي فيها روابط توصل إلى مواقع الميسر (الفقرة ٥٣٦٥). والقانون الأسترالي *Interactive Gambling Act 2001* (Cth) يفرض هو أيضاً إرسال الإشعار وإلزام مقدم خدمات الاتصال بإبطال الاطلاع.

٢ انظر مثلاً *قانون الميسر لعام ٢٠٠٥* (المملكة المتحدة).

٣ الأمثلة على المواقع الجغرافية تشمل الخدمات الرقمية السمعية البصرية التي تظل تحت الطلب مثل خدمة iPlayer التابعة لإذاعة BBC، وخدمة 4OD التابعة للقناة الرابعة في المملكة المتحدة، وهذه الخدمات تبطل الاطلاع على الطلبات المقدمة من خارج البلد. انظر <http://www.bbc.co.uk/iplayer/tv>, <http://www.channel4.com/4od>.

٤ *التقرير الأول للجنة "أ"*، الفقرة ٥٩.

٥ انظر www.apacs.org.uk.

٦ انظر www.iwf.org.uk.

٧ هناك مثل آخر في قانون الولايات المتحدة لمكافحة الميسر غير القانوني على الإنترنت *Gambling Enforcement Act* (2006), 31 USC §5361-5367. ويقضي هذا القانون من المؤسسات المالية التابعة للولايات المتحدة أن تلتزم باللوائح المتعلقة بتحديد ومنع المدفوعات المحولة إلى بعض الجهات المتأقبة (الفقرة ٥٣٦٤).

الأراضي (مبيعات الإنترنت الصادرة)، وللجهات الموجودة خارج الأراضي وتقدم أنشطتها لصالح المستخدمين في داخل هذه الأراضي (مبيعات الإنترنت الواردة).

١٠- وفيما يتعلق ببعض المجالات القانونية الأخرى، مثل التشهير فإن مجرد إتاحة المحتوى على الخط في داخل أي أراضي يصبح عنصراً كافياً لإقامة الدليل القانوني، بصرف النظر عن منشأ المحتوى.^١ وتتنطبق المبادئ المماثلة على مبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت. وإذا كانت القوانين تغطي هذه المبيعات الأجنبية الأصل على الإنترنت فينبغي أن تنص على أن هذه العملية خارجة عن أراضيها. وقد حدث هذا في بعض قوانين مكافحة الميسر^٢ إزاء نشر المحتوى على الإنترنت.

١١- وبالرغم من إمكانية سن القوانين على هذا النحو قد يصعب إنفاذ التزاماتها على الجهات الأجنبية. ولذلك ينبغي وضع استراتيجيات متعددة وفرض المراقبة على جهات مسؤولة متعددة، بما فيها الجهات الموجودة في داخل إقليم أي طرف. لأن تطبيق الضوابط على الجهات المسؤولة المذكورة أعلاه يسفر عن حظر فعال لمبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت.

= = =

١ انظر مثلاً 210 CLR 575 (2002) *Dow Jones v Gutnick* (المحكمة العليا الأسترالية).

٢ انظر مثلاً قانون *the Australian Interactive Gambling Act 2001* (Cth).