

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي *تبسة*

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



جريدة الانتصار

الابكثرونبي التظليل

مذاكرة مكملة لنيل شهادة ماستر (ل.ج.و)

تخصص: قانون جنائي وحقوق جنائية

إشراف الأستاذ:

- ياسين جبيري

إعداد الطالبين:

- نادية الورد

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
أحلام بوكربوغة	أستاذ محاضر (أ)	العربي التبسي - تبسة	رئيسا
ياسين جبيري	أستاذ محاضر (أ)	العربي التبسي - تبسة	مشرفا ومقررا
خديجة خالدي	أستاذ محاضر (أ)	العربي التبسي - تبسة	مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

أُتَقَدِّمُ بِالشُّكْرِ الْجَزِيلِ لِلأَسْتَاذِ الفَضِيلِ

بَعْدَ اللّهِ الكَرِيمِ الأَسْتَاذِ حَبِيبِي بِاسْمِهِ

لِقَبُولِهِ الإِشْرَافَ عَلَيَّ هَذِهِ المَذْكُورَةَ

المُتَوَاضِعَةَ وَعَلَى نِصَائِحِهِ وَدَعْمِهِ لِي وَإِلَى

كُلِّ مَنْ سَانَدَنِي مِنْ قَرِيبٍ أَوْ بَعِيدٍ

شُكْرًا:

إهداء

أهدي هذا العمل إلى:

أمي قرة عيني وأبلي وبسمتي وحياتي

وإلى والدي قوتي وفخري

وإلى أخي سندي في الحياة

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع

أعني أن أرجع شيء مما قدموه لي وأن أكون مصدر

فكرهم

مَعْرِفَةٌ



فرضت التجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة نفسها على الواقع باعتبارها أحد أدوار العولمة الاقتصادية، وأصبحت حقيقة يعيشها المستهلكين ومجتمع ككل، خاصة في ظروف المستجدة والتي يواجهها العالم مع ظهور الفيروس "كوفيد-19"، فقد أتاحت التجارة الإلكترونية العديد من المزايا بالنسبة لرجال الأعمال أو الشركات التجارية في عملية عرض السلع والخدمات بين العديد من الجهات دون لقاء مباشر فيما بينهم، مما تستدعي نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني باعتبار أن هذه التجارة حولت العالم إلى سوق إلكتروني يتقابل فيها البائع والمشتري في فضاء افتراضي على الشبكة وما تلقيه من إقبال للمتعاملين، وذلك استجابة لحاجة التجارة للشركات ورجال الأعمال كونها تخدم مصالحهم، وفي المقابل هي طريق ميسور للمشتري للحصول على ما يريده من المواد الاستهلاكية بمجرد ولوجه إلى مواقع التسوق.

إن التطور الإلكتروني السريع يؤثر على عملية ربط العالم بالشبكات الإلكترونية من خلال بروز أشكال جديدة من جرائم الاحتيال والغش والتضليل وأبرزها جريمة الإشهار الإلكتروني التضليلي وهو محل دراستنا، فأهميته تتجلى في:

إمكانية توفير الحماية الكافية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل ومكافحة هذه الجريمة والحد من مخاطرها.

إزاحة الغموض الذي يكتنف عملية الإشهار الإلكتروني المضلل سواء من حيث الشكل أو حيث إطاره القانوني.

تتجلى الأهمية الأخرى في كوننا جميعا مستهلكين على حد تعبير الرئيس الأمريكي كندي، وبالتالي فواقعا نحن معرضون في كل وقت إلى التضليل بهذه الوسيلة من قبل المحترفين الاقتصاديين.

أما عن سبب تناولنا للموضوع هو أن الإشهار الإلكتروني التضليلي يعتبر من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل بسبب حدائته وما يواكب التعاقد الإلكتروني

من تطور علمي باعتباره من مواضيع الساعة وأكثرها انتشارا، وهذا مؤشر واضح للإسراع في وضع آليات كافية للردع والحماية من الإشهار الإلكتروني التضييلي.

أما أهداف دراسة جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي وتسليط الضوء عليه، فالمستهلك يحتاج إلى وسائل حماية فنية وقانونية تعزز من وجود بيئة آمنة في التعاقد الإلكتروني، وهذا ما دفع العديد من الدول في التعاقد.

جعل المحترف الإلكتروني يتبع مقاييس محددة التي وضعها المشرع وضبطها من خلال القوانين.

التعرف على مجمل المسؤولية الجزائية والإدارية المقررة لمواجهة الإشهار الإلكتروني التضييلي.

محاولة إثراء المكتبة القانونية بالدراسة المتخصصة في موضوع جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي بقدر واسع.

محاولة تتبع سيرورة المشرع في تناوله لجريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي ومن ثم الوقوف على مواطن القصور في ذلك ما أمكن.

التعرف على مجمل المسؤوليات الجزائية المقررة لقمع جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي، وهنا نتساءل:

هل وفر المشرع الحماية الكافية موضوعيا وإجراءيا للمستهلك من الإشهار الإلكتروني التضييلي؟

للإجابة على هذه الإشكالية استدعى منا الأمر إتباع منهجين هما المنهج الوصفي والمنهج التحليلي والمنهج الاستدلالي والمنهج المقارن وذلك من أجل تبيان الجوانب الشكلية للإشهار الإلكتروني المضلل وكذا مدى حماية المشرع للمستهلك من هذه الجريمة وكذا القوانين

المختلفة، أما بالنسبة للمنهج المقارن فقد تعرضنا له بشكل طفيف من خلال إبراز بعض التشريعات مثل التشريع الفرنسي والمصري.

أما الدراسات السابقة بالرغم من قلتها الشديدة إلا أننا اعتمدنا على مذكرة دكتوراه للباحثة علامة رشيدة والتي كانت تحت عنوان المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، حيث تناولت فيه جوانب كثيرة، والذي ركزت فيه على المستهلك الإلكتروني من كل جوانبه، وتناولت فيه الإشهار الإلكتروني كجزئية بسيطة، كذلك اعتمدنا على مجموعة من الكتب للباحث إبراهيم خالد ممدوح ومن أبرزها إبرام العقد الإلكتروني، والذي تناول فيه كل جوانب التجارة الإلكترونية، وسلط الضوء أكثر على المستهلك الإلكتروني وجل الإشهار كجزئية ينوب بها على الأضرار التي تلحق بالمستهلك من طرف المحترف الإلكتروني.

وكأي بحث علمي فهو لا يخلو من الصعوبات ولذلك لست أكتفم أنها كثيرة منها:

قلة المراجع المتخصصة خاصة في الفصل الثاني مما يؤدي إلى انعدام دراسات سابقة وتقاطعها مع العديد من فروع القانون، مما سبب لنا صعوبة في جمع أشتات أحكامه.

وفي ظل الظروف الراهنة التي شكلت لنا صعوبة في إكمال بحثنا هذا وخاصة افتقارنا للوقت الكافي وضيقه زيادة على صعوبة التوجه إلى المكتبات الخاصة أو العامة.

ولقد اعتمدنا خطة مكونة من فصلين وكل فصل تناولنا فيه مبحثين، فقد عنونا الفصل الأول بالأحكام الموضوعية لجريمة الإشهار الإلكتروني التضليلي وجاء في مبحثه الأول ماهيته أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني التضليلي وأركانه، وجاء الفصل الثاني بعنوان الأحكام الإجرائية لجريمة الإشهار الإلكتروني التضليلي فقد تطرقنا في المبحث الأول إلى القواعد التنظيمية للحماية من الإشهار الإلكتروني التضليلي، أما المبحث الثاني الأحكام الإجرائية القضائية.

الفصل الأول

الإطار النظري للإشهار

الإكتر وني التّضليلي



الفصل الأول الإطار النظري للإشهار الإلكتروني التضييلي

الإشهار هو النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية الهدف، منها تنمية المشروعات الاقتصادية وتسويق منتجات معينة شرط أن يكون إشهارا صادقا وصريحا، لأن القدرة على الإقناع هي هدف الإشهار، وارتأينا في هذا الفصل إلى تقسيمه إلى مبحثين، تحديد مفهوم الإشهار بوجه عام (المبحث الأول)، أركان الإشهار الإلكتروني التضييلي وصوره (المبحث الثاني).

المبحث الأول: مفهوم الإشهار بوجه عام

يمثل الإشهار تقنية تجارية حيث يستخدمها أصحاب الشركات والمؤسسات التجارية والمنتجين لزيادة ربحهم، وهذا لما يلعبه الإشهار من دور كبير للدفع من عجلة النمو بالنسبة للمستهلك بصفة خاصة وللمجتمع بصفة عامة ولتبيان ذلك سنتطرق إلى مطلبين المقصود بالإشهار (المطلب الأول) والإشهار الإلكتروني المضلل (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التعريف بالإشهار

والذي ارتأينا إلى تقسيمه إلى فرعيين مفاهيميين نبرز من خلالهما تعريف الإشهار (الفرع الأول) وتعريف الإشهار الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الإشهار التقليدي

لتحديد تعريف الإشهار لابد من تحديد التعريف اللغوي الاصطلاحي للإشهار ثم التعريف التشريعي للإشهار، وأخيرا التعريف الفقهي للإشهار.

أولا: التعريف اللغوي للإشهار.

الإشهار لغة مصدر أشهر أشهر إشهار، فهو فعل مزيد مجردة شهر من الشهرة، والشهرة وضوح الأمر.⁽¹⁾

أما في اللغة الفرنسية فإن لفظ الإشهار "Publicité" يقترب أيضا في معناه في اللغة العربية حيث يقصد به إظهار الأمر بصفة عامة حيث لم يعد سرا.⁽²⁾

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للإشهار.

من التعريف التي صيغت حول الإشهار ما يلي:

(1) - ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، جزء 4، دون طبعة، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، سنة 1979، ص 386.

(2) - لويس معلوف، المنجد في الإعلام، طبعة 31، دار المشرق، بيروت، لبنان، سنة 1991، ص 527.

يعرف الإشهار بأنه: "فن حث الأفراد إلى السلوك الاستهلاكي بطريقة معينة".⁽¹⁾

كما يعرف أيضا على أنه: "عملي اتصال تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال المختلفة من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون وأنترنت ومعارض وغيرها".⁽²⁾

ويعرف الإشهار على أنه: "مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بنشأة تجارية أو صناعية وإقناعه بمميزات منتجاتها له والإيحاء له لاقتنائها".⁽³⁾

تباينت تعاريف الفقهاء للإشهار التجاري بتباين وجهات نظرهم ومجالات دراستهم وتخصصهم، فلقد عرف المهتمون بالعلوم التجارية والتسويقية وعلوم الإعلام والاتصال على أنه: "مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإشهارية المرئية والمسموعة على الجمهور بغرض حثه على التعامل مع المنشأة أو من أجل سياقه إلى التقبل الطيب للأفكار أو الأشخاص أو منشآت معلن عنها".⁽⁴⁾

وقد عرف جانب من الفقه الإعلان بأنه: "كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية"، وفي ذلك يتضح أن الإعلان يفترض لقيامه نوعا من التكرار والإلحاح بهدف تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات وعرف أيضا بأنه إخبار أو إعلام

(1) - محمد الحناشي، التسويق وإدارة المبيعات "مدخل تحليلي كمي"، دون طبعة، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، حلب، سوريا، سنة 1997، ص 485.

(2) - محمد أبو سمرة، الإعلام المهني، طبعة 1، دار الراجية للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2009، ص 119-120

(3) - موفق محمد عبده، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي "دراسة مقارنة"، طبعة 1، دار المجدلاوي، عمان، الأردن، سنة 2002، ص 281.

كانت الإشهارات في العصور القديمة بصورة بدائية لا من حيث الغرض الذي كان تحقيق وتلبية حاجات الفرد فقط، بل وأيضا من حيث الوسيلة التي كانت تتمثل في النقش على الأحجار أو على جلود الحيوانات، أو المناداة أو الرموز، وقد وجد علماء الآثار في العراق (حضارة بلاد الرافدين) نشرات ترجع إلى حوالي 1800 سنة قبل الميلاد ترشد المزارع إلى كيفية بذر محاصيلهم، راجع خالد مصطفى فهمي.

(4) - صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلّل، مجلة آفاق للعلوم، العدد 17، المجلد 5، جامعة زيان عاشور، الجلفة، سنة 2019، ص 98.

تجاري أو مهني القصد منه التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه الخدمة.⁽¹⁾

عرف الإشهار التجاري على أنه: "كل إخبار أو إعلام تجاري القصد منه التعريف بسلعة أو خدمة معينة عن طريق إبراز مزاياها ومحاسنها بغية خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذه السلعة أو الخدمة".

كما عرفه أيضا على أنه: "كل وسيلة لترويج المنتجات والخدمات هدفه المتاجرة وتحقيق الأرباح".⁽²⁾

ثالثا: التعريف التشريعي للإشهار:

عرف المشرع الجزائري الإشهار بموجب القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث نصت المادة 03 الفقرة 03 على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".⁽³⁾

من خلال التعريف الذي أتى به "موفق محمد عبده" يتبين أن الإشهار يقوم على العناصر الآتية: الإعلان والترويج لبيع السلع والخدمات، واستعمال وسائل الاتصال، ويؤخذ على المشرع الجزائري أنه عرف الإشهار بالإعلان، على الرغم من أن مصطلحان مترادفان في القانون الجزائري ويعاب على هذا التعريف أيضا أنه لم يتطرق إلى المعلن على الرغم من

(1) - خالد إبراهيم ممدوح، المرجع السابق، ص 117.

(2) - علاوة همام وسارة عزوز، الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، جامعة الحاج لخضر *باتنة 01*، سنة 2017، ص 225.

ويمكن الفرق بين الإعلان في صورته التقليدية والإعلان في صورته الإلكترونية في الوسيلة المستعملة في الإعلان، حيث يتم الاستعانة بالوسائل التقليدية المقروءة كالنشرات والمطبوعات والجرائد، أو المسموعة مثل الراديو، أو المرئية مثل التلفزيون، في حين أن الإعلان الإلكتروني يستعين بوسائل الاتصال الحديثة التي تشمل في أجهزة إلكترونية مزودة بخدمة الأنترنت سواء هاتف ذكي أو جهاز حاسوب متصل بالإنترنت، ويشترط في الإعلان الإلكتروني أن يكون مقروءا أو قابل للقراءة ويستبعد فيه الإشارات والمعطيات الرقمية غير المفهومة بلغة البشر، أنظر عيلا م رشيدة.

(3) - المادة 03 من القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23-06-2004 المعدل والمتمم في 28-07-2018، يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أنه من أطراف الإشهار وبهذا ينبغي على المشرع إيراد تعريف شامل للإشهار يشمل جميع العناصر. (1)

كما عرف المشرع الجزائري بموجب المادة الثانية الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: "جميع الاقتراحات والدعايات أو البيانات أو العروض الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة بواسطة دعامة بصرية أو سمعية بصرية". (2)

ويتضح من خلال التعريف الذي جاء به المرسوم التنفيذي رقم 39/90 أن المشرع الجزائري لم يضع تعريفا دقيقا لمعنى الإشهار حيث اعتبره اقتراحا أو دعاية أو بيانا أو عرضا للإعلان أو المنشور أو لتعليمة⁽³⁾، وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن المشرع الجزائري استثنى الإشهار من مجال قانون الإعلام وأقاله إلى قانون خاص لم يصدر بعد على غرار مشاريع قوانين خاصة بالإشهار، غير أنه لم يرد مثل هذا النص في قانون الإعلام الجديد القانون العضوي رقم 05/12. (4)

كما أصدر المشرع الجزائري مرسومان تنفيذيان الأول رقم 101/91، والثاني رقم 103/91، اللذان نصا على الالتزامات المتعلقة بالإشهار دون تعريفه.

كما عرف المشرع المصري الإشهار في القانون رقم 66 لسنة 1956 بشأن تنظيم الإعلانات عرف الإعلان Advertising في المادة الأولى منه بأنه: "أية وسيلة أو تركيبية أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أية مادة أخرى، وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان، بحيث تشاهد من الطريق أو بداخل أو

(1) - سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة باتنة 01، سنة 2016-2017، ص 20.

(2) - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

(3) - سارة عزوز، المرجع السابق، ص 21.

(4) - المرسوم التنفيذي رقم 05/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام.

خارج وسائل النقل العام"، ويلاحظ أن هذا التعريف لم يسن ماهية الإعلان تحديدا وإنما بين فقط أدوات ووسائل الإعلان.(1)

كما عرف المشرع الفرنسي الإشهار بموجب القانون رقم 79-115 الصادر في 19 ديسمبر 1979 المتعلق بالحماية من اللافتات الإعلانية المعلقة على الجدران إذ نصت المادة الثالثة منه على أنه: "يعتبر إشهارا كل نقش يهدف إلى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء كان نقشا نموذجيا أو صورة".(2)

الفرع الثاني: الإشهار الحديث (الإلكتروني):

يتم تعريف الإشهار الإلكتروني من الناحية الفقهية أولا ثم من الناحية التشريعية ثانيا.

أولا: التعريف الفقهي

يعرف الإشهار التجاري على أنه: "معلومات تجارية صناعية أو مهنية موجهة للإعلام والتعريف بعلامة أو منتج وذلك بالتضخيم في الجودة بغرض خلق صورة أو البيع، ويكون للإعلان طابع مديحي عندما يكون هدفه أن يعلن عن علامة أو منتج، وقد يكون إعلاميا إذا كان مرتبطا ارتباطا وثيقا بإنتاج يكون له أن يعلم بصفاته وكمياته والتمن، ويكون من ثمة تحريضا، إذ أنه في الغالب يكون هدفه العمل على البيع".(3)

كذلك يعرف جانب من الفقه الإعلان الإلكتروني بأنه: "كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية".(4)

(1) - خالد ممدوح، أمن الجريمة الإلكترونية، دون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، سنة 2008، ص 115.

(2) - Dimitri Noutcieff: droit commercial acte de commerce, commerçants fond de commerce instruments de paiement et de crédit, Sirey, 3 Ed, p 444.

(3) - عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 12 جوان 2018، ص 318.

(4) - بوزيد إيمان، ضمان حقوق المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون دولي وأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 16-03-2016، ص 11.

ويعرفه البعض الآخر على أنه: "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع".⁽¹⁾

تعد شبكة الأنترنت فضاءا وساعا للدعاية الإلكترونية من السلع والخدمات، وهي تفوق بكثير ميدان الإعلان المتعارف عليه بالوسائل التقليدية، ويمكن تعريف الإعلان بأنه: "كل وسيلة تهدف إلى الترويج لسلعة أو خدمة موجهة إلى الأشخاص من أجل تسويق تلك السلعة أو الخدمة"⁽²⁾، الأمر الذي يجعل من الإعلان كل فعل أو تصرف له تأثير معنوي على نفسية المستهلك من أجل إقناعه بمزايا السلعة أو الخدمة المراد تسويقها وبصرف النظر عن الوسيلة المستخدمة، وبالتالي الإعلان الذي يتم نشره عبر شبكة الأنترنت أو أية وسيلة إلكترونية أخرى لا يختلف عن الإعلان الذي يتم بوسائل تقليدية إلا من حيث الوسيلة المستخدمة⁽³⁾، مع العلم أن الإعلان الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الأنترنت قد يكون إيجابيا وذلك عندما يكون متضمنا بشكل واضح ومحددا للشروط الجوهرية والأساسية للتعاقد، وعند عدم احتوائه على الشروط الأساسية والجوهرية للتعاقد أو أنها كانت غير واضحة ومحددة فإن الإعلان عبر شبكة الأنترنت لا يعد إيجابيا وإنما دعوة إلى التفاوض.⁽⁴⁾

ومن التطبيقات العملية على الإعلان التجاري الإعلانات المختصرة على شبكة الأنترنت فعند فتح صفحة الأنترنت من خلال شاشة الحاسوب تظهر بعض العناوين بشكل عشوائي أو مظهر ثابت بألوان وأشكال تلفت الانتباه ومن أنواع الإعلانات: الرسائل القصيرة

(1) - محمد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة نشر، ص 08.

(2) - خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 1، سنة 2008، ص 81.

(3) - طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت "دراسة مقارنة"، المجلة العربية الأمريكية، جامعة الحقوق، الجامعة العربية الأمريكية، العدد 63، ص 69.

(4) - برهان سمير، إيرام العقد في التجارة الإلكترونية، طبعة 1، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، سنة 2007، ص 64.

Google/Yahoo التي يتم إرسالها إلى الهواتف النقالة للمستهلكين أو عبر البريد الإلكتروني وقد تكون مصحوبة بالصوت والصورة.⁽¹⁾

من أعم طرق الإشهار الإلكتروني على الويب هي طريق الإشهار الإلكتروني، هذا الأخير الذي يكون مشكل في هيئة صورة مستطيلة قد تكون ثابتة المحتوى أو المتحركة ديناميكية أو ستاتيكية الربط النقر عليها يقود إلى موقع المنتج أو الخدمة المشهر لها، أو إلى موقع المؤسسة المشهورة.⁽²⁾

ثانيا: التعريف التشريعي للإشهار الإلكتروني المضلل.

عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني من خلال المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية بقوله: "هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽³⁾، أي أن الإشهار الإلكتروني في مفهوم المشرع الجزائري مربوط أساسا بالوسيلة المستعملة التي هي الاتصالات الإلكترونية الدعامية الأساسية للتجارة الإلكترونية.

وعليه يمكن القول إن الإشهار الإلكتروني هو أي إعلان بواسطة أي وسيلة إلكترونية يهدف للترويج لسلعة أو خدمة معينة، ومنه فإن إعلان الويب تدخل في هذا المفهوم، وكذا إعلانات محرك البحث في الأنترنت وإعلانات البريد الإلكتروني وكل الرسائل القصيرة على الهاتف الذكي، وكذا الإعلانات على اللوحات الإلكترونية في الشوارع والساحات تدخل في هذا المفهوم.⁽⁴⁾

(1) - عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، العدد 02، سنة 2012، ص 319.

(2) - إبراهيم بحتي، التجارة الإلكترونية "مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، سنة 2005، ص 131.

(3) - المادة 06 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 27 شعبان عام 1439 هـ الموافق لـ 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

(4) - صليح بونفلة، المرجع السابق، ص 101.

وقد عرف التوجيه الأوروبي رقم 84-450 الخاص بتقريب الأحكام التشريعية التنظيمية والإدارية للدول الأعضاء في مادة الإشهار المظلل في المادة 02 فقرة 01 الإشهار على أنه: "كل شكل من أشكال الاتصال في مجال النشاط التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو المهني بهدف تشجيع تقديم المنتجات والخدمات والتعريف بها، بما في ذلك الأموال التجارية والحقوق والالتزامات".⁽¹⁾

أما القانون الفرنسي المتضمن الإعلان عن طريق العلامات واللافتات في مادته الثالثة التي كانت تنص على ما يلي: "يعتبر إعلان كل نقش يهدف إلى إعلان الجمهور وجذب انتباهه سواء كان نقشا نموذجيا أو صورة"، والذي تم إلغائه بموجب الأمر رقم 914-2000 من 18 سبتمبر 2000 المتعلق بالجزء التشريعي لقانون البيئة في كل المواد 1-2581 إلى 14-2581 ليعطي تعريفا آخر هو كالاتي: "يشكل الإعلان أي نقش، شكل أو صورة يهدف إلى إطلاع الجمهور أو لجذب انتباهه واستيعابهم للإعلانات".⁽²⁾

المطلب الثاني: مفهوم الإشهار التضليلي

ومن خلال هذا المطلب سنحاول إعطاء فكرة بسيطة عن مفهوم التضليل، الفرع الأول: تعريف التضليل، الفرع الثاني: عناصر التضليل.

الفرع الأول: تعريف الإشهار التضليل.

لغة: التضليل مأخوذ لغة في ضلل أي صيره إلى الضلال، والضلال ضد الرشاد وعليه فالتضليل يأتي بمعنى الخداع.

(1) - عيلام رشيدة، المرجع السابق، ص 319.

(2) - بوزيدي إيمان، المرجع السابق، ص 13.

اصطلاحاً: لم يتم الاتفاق على وضع تعريف جامع مانع للتضليل في الإشهار الإلكتروني مما أدى إلى ظهور عدة آراء، حيث يذهب جانب من الفقه إلى تعريفه على أنه: "الإعلان الذي يتضمن بيانات كاذبة إلا أنه مصاغ بعبارات من شأنها أن تؤدي إلى خداع المتلقي".⁽¹⁾

ويتضح من هذا التعريف أنه قد اخذ فيه بالمفهوم الضيق فهو يميز بين الإعلان المظلل والإعلان الكاذب وبالتالي يستبعد الكذب عن نطاق التضليل الإلكتروني.

ويقصد بالتضليل الخداع، فالإشهار المضلل الذي من شأنه خداع المستهلك أو يؤدي إلى إيقاعه في ذلك عن قصد أو دونه حتى وإن كان إهمالاً.⁽²⁾

الفرع الثاني: تقدير الإشهار التضليلي.

تخضع مسألة تحديد معايير التضليل في الإشهار التجاري لمعيارين، حيث تباينت الآراء الفقهية بشأن هذا الموضوع، فهناك جانب من الفقه يعتمد المعيار الموضوعي، في حين هناك من أقر المعيار الذاتي.

المعيار الشخصي: يعتمد هذا المعيار على ذات المتلقي على التضليل في حد ذاته عن طري قياس كل حالة على حدا، أي كل حالة مستقلة عن الحالات الأخرى، فالتضليل يحدد من خلال شخص المتلقي يؤخذ بعين الاعتبار درجة يقظة المستهلك وحسن تدبيره، وبالتالي يعاب على هذا المعيار عدم انضباطه لأنه يتطلب البحث في شخصية المتلقي وكشف درجة اليقظة والذكاء لديه وهو أمر ليس بالسهل على القضاء.⁽³⁾

المعيار الموضوعي: يذهب أصحاب هذا المعيار إلى تجريد متلقي الرسالة الإشهارية من ظروفه الشخصية، حيث يعتد بالشخص العادي وهو شخص ليس شديد الفطنة ولا دون المستوى

(1) - أحمد سعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد 04، سنة 1995، ص 170.

(2) - يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 32، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، سنة 2009، ص 293.

(3) - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، طبعة 1، منشورات زين الحقوقية، العراق، دون سنة نشر، ص 56، 59.

العادي، وعليه فإنه لا يختلف تطبيق هذا المعيار من شخص لآخر لأن التضييل واحد بالنسبة على الجميع، لذا يعتبر هذا المعيار هو أدق وأفضل من حيث التطبيق، كونه لا يقيم التضييل إلا إذا كان من شأنه أن يظل الشخص المعتاد وهذا ما يسهل مهمة القاضي.⁽¹⁾

المطلب الثالث: مفهوم الإشهار الإلكتروني التضييلي.

أصبح الاهتمام بالمستهلك والبحث عن إمكانية جذبته للسلع والخدمات أولوية يبحث عنها كل متعامل اقتصادي وذلك باستعمال العديد من الوسائل لجلب وإغراء المستهلك، إذ لم يجدوا سبلا أفضل من الإشهار الذي أصبح يتميز بالتضييل والخداع، وفي محاولة لتحديد مفهوم الإشهار الإلكتروني التضييلي سنتطرق إلى تعريفه (الفرع الأول)، وإلى الشخص المتخذ كمعيار للتضييل (الفرع الثاني)، وإلى شروط الإشهار الإلكتروني التضييلي (الفرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف الإشهار الإلكتروني التضييلي.

من خلال هذا الفرع سنتطرق إلى تعريف الإشهار الإلكتروني التضييلي من الجانب الفقهي وبعدها نتطرق لتعريفه التشريعي.

أولاً: التعريف الفقهي.

عرف بعض شراح القانون الإعلان التجاري المضلل بأنه: "الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك".⁽²⁾

إن الإعلان التجاري مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة وعامل من عوامل التسويق وأداة من أدوات إعلام الجمهور بالمنتجات والخدمات.⁽³⁾

(1) - صابر بايز، الحماية الوقائية للمستهلك من الإعلانات التجارية الخادعة "دراسة قانونية مقارنة"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، عدد 01، سنة 2012، ص 12-13.

(2) - عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون سنة نشر، ص 6.

(3) - أحمد سعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 144.

وفي تعريف آخر هو أن يتوجه المعلن بالإعلانات التجارية إلى المستهلك النهائي، فإذا كانت مضللة فإنها توقعه في لبس، ولذلك يجب حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة عن كل ما يعرضه التاجر في الفاترينة الإلكترونية، إذ أن المستهلك يقع فريسة سهلة للإعلانات الخادعة ولا يكتشف ذلك إلا بعد أن يكون قد دفع ثمن المنتج أو الخدمة محل الإعلان بل وربما استلمها أيضا.⁽¹⁾

وفي تعريف آخر للإشهار الإلكتروني المضلل "هو ذلك الإعلان الذي يقوم فيه المعلن سواء كان تاجرا أو مقدم خدمة باستخدام ألفاظ وعبارات كاذبة حول الخصائص والمميزات الجوهرية للسلعة أو الخدمة المعلن عنها إلكترونيا، بما يؤدي إلى إيقاع المستهلك في خداع إعلاني يدفعه إلى التعاقد أو يزيد من إقباله على التعاقد".⁽²⁾

ثانيا: التعريف التشريعي.

نظم الإشهار الإلكتروني في المواد من 29 إلى 33 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث تنص المادة 29 منه على: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري يتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلي مقتضيات التالية:

أن يكون محدد بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.

أن تسمح بتحديد الشخص التي تم تصميم الرسالة لحسابه.

ألا تمس الآداب العامة والنظام العام.

أن تحدد بوضوح إذا ما كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافأة أو هدايا

في حالة ما كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

(1) - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر، ص 117.

(2) - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، سنة 2012، ص 180.

التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة".⁽¹⁾

وعرف توجيهه للمجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 بالمادة الثانية منه الإعلان المضلل أو الخادع Advertising Misleading بأنه: "أي إعلان بأي طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل أو قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجه أو يصل إليهم الإعلان".⁽²⁾

الفرع الثاني: شروط الإشهار الإلكتروني التضييلي.

لكي يكون الإشهار مضللا يجب أن تتوافر فيه ثلاث عناصر أو شروط تتمثل فيما يلي:

أولاً: أن يكون هناك إشهار مسبق

يلزم أن يكون هناك إشهار ويتصف بأنه رسالة موجهة إلى جمهور ولا يهم إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو السلبي، كما انه لا يهم أيضا إذا كان محل الإشهار منقول أو عقار عقد في المستقبل وهو المعيار الذي وضع لتحديد ما إذا كنا بصدد إشهار أو لا؟، بصدد إشهار تجاري ومنه تستفي الجريمة أي أنه يجب أن يكون هناك إشهار مسبق ويكون قد تم بثه لحساب شخص معين يدعى "المعلن" وهذا لجلب جمهور المستهلكين.⁽³⁾

ثانياً: أن يكون الإشهار كاذب وبطبيعته يدفع إلى الغلط

إن الإشهار الكاذب هو الذي يتضمن بيانات حقيقية بشكل ما يعرض المخاطبين له إلى الغلط، فالإشهار المضلل هو ما تم عرضه بطريقة ما ليؤدي إلى تضليل المخاطبين به المنافسين على نحو قد يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية، أو هو ذلك الإشهار والمتضمن

(1) - المادة 29 من القانون 18-05.

(2) - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، دون سنة نشر، ص 149.

(3) - بليمان يمينة، المرجع السابق، ص 298.

الفصل الأول الإطار النظري للإشهار الإلكتروني التضييقي

معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في غلط وخداع عن طريق استخدام شخصيات معروفة لعرض منتجاتهم وإثارة دوافع الرغبة في المستهلك لاقتناء هذه السلعة، وقد يكون التضليل في الإشهار لكي يقع المستهلك في الغلط وذلك بالترويج لعلامة مقلدة أو مشبهة لعلامة أخرى والتي لا يمكن للمستهلك معرفتها أو تمييزها بمجرد الاطلاع على المنتج المعروض للاستهلاك.⁽¹⁾

ثالثا: أن يكون الإشهار الكاذب أو المضلل واقع على إحدى العناصر المحددة في القانون

حدد المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 السالف الذكر العناصر التي تشكل إشهار مضلل في فقراتها الثلاث، لذا فإنه يتطلب لقيام المسؤولية الجنائية أن يقع الإشهار الكاذب أو المضلل على إحدى هذه العناصر التي من خلالها تم تجريم الإشهار الغير مشروع.⁽²⁾

(1) - حمادي محمد رضا، حماية المستهلك من الإشهار المضلل للعلامات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 04، جامعة أحمد درارية، أدرار، سنة 2016، ص 93.

(2) - حمادي محمد رضا، المرجع السابق، ص 93-94.

المبحث الثاني: المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني التضييلي وأركانه

لم يعدى خافيا أن الإشهارات المضللة أصبحت سببا من أسباب اضطرابات الاقتصادية، لم تعد تشكل اعتداء على مصلحة فردية فقط، من هنا أصبح الجزء الجنائي ضرورة ملحة لردع تلك الإشهارات وعدم الاكتفاء بالجزاءات التي تنص عليها القواعد المدنية لثبوت ضعف فعاليتها، لأن القانون المدني والقوانين الخاصة بحماية المستهلك لا تتوجه بحمايتها إلا إلى المتعاقدين من المستهلكين.

المطلب الأول: أركان جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي.

لتكوين جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي يجب توفر ثلاثة أركان كأي جريمة أخرى الركن الشرعي (الفرع الأول)، الركن المادي (الفرع الثاني)، الركن المعنوي (الفرع الثالث).

الفرع الأول: الركن الشرعي

نصت المادة 28 من القانون 02/04: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهار غير شرعي وممنوع كل إشهار تضييلي لا سيما إذا كان:

يتضمن تصريحات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضييل بتعريف المنتج أو خدمة أو كمية أو وفرته أو مميزاته.

يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطاته.

يتعلق بعرض معين لسلع أو الخدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان لك الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".⁽¹⁾

(1) - المادة 28 من قانون 02-04 المؤرخ في 23-06-2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15-08-2010.

وتظهر هذه الحالات كما يلي:

أولاً: الإشهار المفضي إلى التضليل.

وعليه فإن مفهوم التضليل يشمل كل ما يؤدي إلى خداع المتلقي سواء بتصريحات أو بيانات غير حقيقية أو مزيفة، أو يذكر بيانات صحيحة بذاتها ولكنها تصاغ في عبارات أو تشكيلات من شأنها خداع المتلقي.⁽¹⁾

ثانياً: الإشهار المفضي إلى اللبس.

تنص المادة 28 في بندها الثاني على أنه: "يعتبر إشهاراً تضليلياً غير شرعي وممنوعة إذا كان يتضمن عناصر أن تؤدي إلى الالتباس مع ببائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطه".⁽²⁾

يتضح ذلك أن المشرع في هذه الصورة أيضاً لم يستوجب وقوع اللبس فعلاً، وإنما يكون في إمكانية حدوثه في المستقبل، كما أن المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أي قصد اللبس لدى صاحب الإشهار، وبالتالي فإن الإشهار في هذه الصورة أيضاً يشكل جريمة مادية.⁽³⁾

ثالثاً: الإشهار المضخم.

المشرع في هذه الصورة للإشهار التضليلي يتصدى للأعوان الاقتصاديين الذين يبثون إشهارات تفوق قدراتهم الحقيقية، والملاحظ أن المشرع أيضاً لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي حتى إذا كان الإعلان سببه سوء في تقدير العون الاقتصادي إلى قدراته الحقيقية فإن ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل، والعلة في حظر هذا النوع من الإشهارات ترجع لتأثيرها

(1) - أحمد سعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 173.

(2) - المادة 28 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

(3) - عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ورقلة، كلية الحقوق، سنة 2016-2017، ص 128.

على الاستقرار والتوازن بين العرض والطلب وما ينجز عنه من تذبذب في أسعار وهز ثقة المستهلك.⁽¹⁾

الفرع الثاني: الركن المادي.

لقيام الركن المادي في الجريمة يجب أن يتوفر على ثلاثة شروط في الإشهار لكي يكون مضللاً.

أولاً: وجود إشهار مسبق.

تشكل جريمة الإشهار التضييلي بإيقاع الطرف المتلقي وهنا هو المستهلك في غلط، ويتحقق ذلك وفقاً للأشكال والمظاهر التي يتخذها الخطاب الإشهاري، وتتمثل هذه الأشكال وفقاً للمادة 28 من القانون 04-02 سابق الإشارة إليه في: تصريحات، بيانات، تشكيلات، رسومات، صور شمسية، صور، سينما⁽²⁾، الإشهار هو فعل ذو تأثير نفسي على الجمهور يهدف إلى تحقيق الربح، وهذا ما حاول المشرع الجزائري إبرازه في المادة 02 فقرة 08 من مرسوم 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش "الإشهار جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويجي سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية أي أن الإشهار هو عمل فني تجاري يهدف إلى تحقيق الربح".⁽³⁾

ثانياً: دعامات الخطاب الإشهاري التضييلي:

يتم إيصال الخطاب الإشهاري التضييلي إلى الجمهور أو إلى المستهلكين المراد أن يصل إليهم بواسطة دعامات عدة.

(1) - عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 134-135.

(2) - محمد شرابيرية، حماية المستهلك من الإشهار التضييلي، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 16 مارس 2017، ص 340.

(3) - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

الكذب بالنص: وذلك بأن يقوم المعلن بإيراد بيانات كاذبة وخادعة ضمن بيانات واردة في الإعلان بما يؤدي إلى تضليل المستهلك، وتلك المعلومات أو البيانات الخادعة التي تأتي باستخدام النص المكتوب قد تقع على مكونات المنتج أو في صفة أو في النتائج المترتبة إلى استخدام المنتج.⁽¹⁾

الكذب بالصورة: مما معروف أن الإعلان على شبكة الأنترنت يكون مصحوبا بعرض المنتج المعلن عنه وذلك لما يراه المستهلك، ومما معروف أيضا أن تلك الرؤية للإعلان هي رؤية صورية أو رمزية ولا تساوي في قيمتها الرؤية المادية التي تستطيع من خلالها حماية المستهلك أن يحمل المنتج ويلمسه ليقف على ماهيته، ومن خلال ذلك يقوم بعض المعلنين بإظهار الشيء المعلن عنه بصورة مخالفة للحقيقة كذبا ويساعدهم في ذلك التقدم التكنولوجي في التصوير وعرض الصورة وكيفية التحكم فيها وتغييرها من خلال برامج معينة.⁽²⁾

الكذب بالصوت: يتيح الإعلان على شبكة الأنترنت للمعلن أن يضيف الصوت في الإعلان والمعلن قد يستخدم تلك الميزة في إطارها الصحيح وقد يستعملها استعمالا خاطئا وكاذبا.⁽³⁾

ثالثا: أن يكون الإشهار المضلل واقع على أحد العناصر المحددة في القانون.

يجب أن ينصب الإشهار الكاذب أو المضلل على واحدة أو أكثر من عناصر المنتج أو الخدمة محل الإشهار والتي حددها القانون وصنفها إلى صنفين.

(1) - بوخالفة عبد الكريم، حماية المستهلك من الإشهار التضييبي الإلكتروني، دون عدد، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 131.

(2) - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، سنة 2006، ص 195

(3) - بوخالفة عبد الكريم، المرجع نفسه، ص 131.

الصف الأول: يتعلق بالكذب الذي ينصب على العناصر الداخلية للمنتوج أو الخدمة.

إن الكذب أو التضليل في الإعلان قد ينصب بالمنتوج في حد ذاته أو الخدمة والتي تقصد بها مجموع العناصر المميزة لهما والتي تكون دافعا للإقبال عليهم، ويكون هناك كذب أو تضليل إذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء.⁽¹⁾

الصف الثاني: الكذب والتضليل الخارج عن ذات المنتجات أو الخدمات.

قد لا يكون محل الكذب أو التضليل مفصلا بذاتية المنتجات أو الخدمات بل خارج عنها أو مستقل عن المنتوج أو الخدمة، إذا انصب الدافع للبيع، وشروطه وأوضاع الوفاء وكذلك إلتزامات المعلن وكل هذه العناصر محددة في القانون 03/09 في المادة 11.⁽²⁾

الفرع الثالث: الركن المعنوي

يراد بسوء النية المعلن أي اتجاه نية المعلن إلى تضليل وإيقاع المستهلك في لبس، غير أن الفقه والقضاء على استبعاد مبدأ سوء النية وبهذا صارت جريمة الإشهار المضلل جريمة مادية⁽³⁾، فالقانون يجرم الفعل المادي وذلك أن المستهلك يضرار من الإشهار المضلل ويسوي بعد ذلك أن يكون المعلن حسن النية أو سوء النية.

ولعل الجريمة المادية استثناء يقصد به ضمان حد أدنى من النظام الاجتماعي من خلال وضع وقاعد يتعين احترامها في جميع الظروف، على أن اعتبار أن عدم احترامها يخل بالتوازن في العلاقات القانونية والاقتصادية وبالاستناد إلى القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم يتضح أن المشرع الجزائري لم يشير إلى اشتراط سوء النية المعلن ولا إلى استبعادها⁽⁴⁾، أي يقصد المعلن كلا من الأفعال ونتائجها بمعنى أن تتجه إرادته إلى الأفعال المادية التي تمثل الكذب والتضليل، ويعتبر الكذب الإعلاني خطأ تقصيريا، يترتب مسؤولية صاحبه عن الأضرار

(1) - بوراس محمد، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر، ص 373.

(2) - المادة 11 من القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(3) - بتول صراوة عيادي، المرجع السابق، ص 222.

(4) - علاوة هوم وسارة عزوز، المرجع السابق، ص 232.

التي لحقت بالمتعاقد، أو من قام بالإعلان إذا أثبت أنه لم يتخذ الاحتياطات اللازمة لتفادي الإعلان المضلل والكاذب⁽¹⁾، ومادام أن القانون قد أقام قرينة للمسؤولية على عاتق المعلن وأنه افترض قيام الركن للعقاب وهو ما يؤدي إلى تحقيق ردع أكثر فعالية، وهو أمر ينسجم مع الاتجاه العام في تشديد المسؤولية عن طريق افتراض سوء نيتهم.⁽²⁾

المطلب الثاني: المسؤولية الجنائية للأشخاص.

فهي مجال الاستهلاك في الغالب تكتسي صفة الفاعل أهمية قصوى بحيث تشكل عنصرا من عناصر الجريمة ومنه المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي (الفرع الأول) ومسؤولية جزائية للشخص المعنوي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي

أولا: مسؤولية المنتج.

تقوم نتيجة تصنيع منتجات معينة أو طرحها في السوق على الرغم من عدم توفرها على المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية أو شروط تغليفها وترتيبها أو عدم احتوائها على الوسم المطلوب أو بسبب الأضرار التي ألحقتها بالمستهلكين أو المستعملين نتيجة عدم توخي الحذر أو الحيطة في لفت انتباههم إلى مخاطر الاستعمال أو الأخطار الملازمة للمنتجات بطبيعتها على الرغم من أن تصنيعها غير منسوب أو مشوب بأي عيب يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالمستهلكين كانهجار التلفاز...إلخ، ويتصور أن يقوم مسؤولية المنتج عندما يعرض المنتج مباشرة في السوق أو عند تقديمه للاستهلاك ويكون المنتج شأنه شأن أي محترف آخر مسؤول في مواجهة المستهلك والتزمه بالضمان.

(1) - بلقاسم حامدي، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، ص 256.

(2) - بن قري سفيان، حدود مشروعية الإعلان التجاري، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك يومي 17 و18 نوفمبر 2009، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص 36.

ثانيا: مسؤولية المحترف.

إذا قام المحترف ببيع هذه السلع والخدمات التي تم الترويج لها عن طريق إعلان كاذب أو مضلل مدعيا فيها نفس الخصائص والمواصفات التي جاء بها الإشهار مع علمه أن هذه الخصائص والبيانات التي قدمها كاذبة أو غير صحيحة تقوم المسؤولية الجنائية، ذلك أنه ارتكب جريمة نصب أو جريمة خداع في حق المستهلك.⁽¹⁾

ثالثا: مسؤولية المستورد.

طبقا للمرسوم رقم 65/92 المادة 01 منه أوجب المشرع على المستورد عند استيراد المنتجات انه لا بد من التأكد من جودة المواد المنتجة أو المستوردة ومطابقتها قبل عرضها على السوق، فإضافة إلى إيداع المستورد أو ممثله لملف كامل لدى مصالح مفتشية الحدود المختصة إقليميا يتضمن طلب إدخال المنتج، فإن المنتج المستورد يخضع بعد ذلك لفحص عام بغية التأكد من مطابقته وجودته وشروط تداوله ونقله وتخزينه.⁽²⁾

الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي.

أشخاص الإشهار من مشهر ووسيلة الإشهار والوكالة غالبا ما يكونون أشخاصا معنوية، وتطبيقا لمبدأ التخصيص وفقا للمادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري لا يمكن إعمال المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إلا بصدد الحالات المنصوص عليها في القانون أو التنظيم، وهو ذات المبدأ المكرس في قانون العقوبات الفرنسي للاستهلاك بمقتضى المادة 01-21 منه، بالرجوع إلى القانون 02-04 المتضمن نص المادة 28 المجرمة لفعل الإشهار التضليلي نجد أن جريمة الإشهار المضلل لا تدخل ضمن الجرائم التي يمكن متابعة الشخص المعنوي من أجلها.⁽³⁾

(1) - مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2010-2011، ص 87.

(2) - محمد بودالي، الحماية القانوني للمستهلك من الإشهار الكاذب، مجلة العوم القانونية والإدارية، العدد 06، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سنة 2007، ص 288.

(3) - المادة 28 من القانون 02-04.

ولقيام المسؤولية الجنائية في جانب الشخص المعنوي يشترط توافر الشروط الآتية:

ارتكاب الجريمة من أحد أجهزة أو الممثل القانوني في الشخص المعنوي: فإن ارتكب الممثل القانوني السلوك الإجرامي كما عرفته المادة 65 مكرر 02 من قانون الإجراءات الجزائية والممثل القانوني هو الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون أو القانون الأساسي لشخص معنوي تفويضا لتمثيله.⁽¹⁾

ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي: استلزمت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري لقيام الجريمة في الجانب المعنوي بالإضافة إلى ارتكابها من الأشخاص قد ارتكبت لغرض تتطلبه مقتضيات العمل من أجل تحقيق مصلحة أو منفعة للشخص المعنوي.⁽²⁾

المطلب الثالث: عقوبات الإشهار الإلكتروني التضليلي.

نص المشرع الجزائري على العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على المستهلك المختلفة سواء تلك المقررة للشخص الطبيعي أو العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي، حيث أنه لا معنى لتجريم الفعل إذا لم يكن هناك جزاء رادع عند إثباته، وهو ما قرره المادة 04 فقرة 01 من قانون العقوبات.

الفرع الأول: الإشهار الإلكتروني في ظل الجرائم الواردة في قانون العقوبات الجزائرية

يمكن أن يكون هذا الأساس القانوني مناسباً لردع الإشهار المضلل خاصة في الدول التي لا يوجد فيها نص قانوني صريح يجرم الإشهار الإلكتروني التضليلي مثل الجزائر بل وحتى الدول التي نصت على تجريم الإشهار المضلل تطبق جريمة الخداع والغش والنصب.

(1) - المادة 65 مكرر 02 من الأمر 66-156 المؤرخ في 25 يونيو سنة 1996 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري المعدل والمتمم.

(2) - عبد الله شادلي فتوح، شرح قانون العقوبات "القسم العام"، دار المطبوعات الجامعية، مصر، سنة 1997، ص 205.

أولاً: جريمة الخداع.

1- تعريفه:

يقصد بها القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهراً يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع.⁽¹⁾

2- أركانها:

الركن المادي: يتمثل الركن المادي في خداع المتعاقد أو محاولة ذلك حول طبيعة السلعة أو صفتها الجوهرية أو طريقة تركيبها، نوعها أو مصدرها، عددها أو هويتها هذا ما نصت عليه المادة 429⁽²⁾ من قانون العقوبات الجزائري، وإذا ربطنا هذه المادة بنص المادة 430 من نفس القانون فنجدها تحدد الخداع الذي يكون عن طريق الخداع في الوزن أو الكيل أو الغش أو بيانات ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية في الحقيقة لم تكن.

الركن المعنوي: تعتبر جريمة الخداع طبقاً لقانون العقوبات الجزائري جريمة عمدية يتطلب لتوافرها ثبوت القصد الجنائي لدى المتهم، وبناء على ذلك لا يعاقب الجاني فقط إلا إذا ثبت لديه قصد الخداع وإنما يقع على القضاة أن يلمسوا بين عناصر الدعوة والظروف المحيطة ما يدل على سوء نية الجاني.⁽³⁾

ثانياً: جريمة الغش.

1- تعريفه:

ينصب الغش على عدة مواد أوردتها المادة 431 ق.ع.ج المتعلقة بأغذية الإنسان والحيوان، مواد طبيعية، مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبية مخصصة لاستهلاك، وبالتالي

(1) - محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية "دراسة مقارنة"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2005، ص 09.

(2) - محند فضيلة، المرجع السابق، ص 40-141.

(3) - محمد بودالي، المرجع نفسه، ص 21-22.

يقع الغش في حالة ما إذا طرحت هذه المواد للبيع وصاحبها يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة أي ليست صالحة للاستهلاك أو الاستعمال أو يتم عرض مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبية أو بحث على استعمالها بالطرق المذكورة وهي كتيبات أو منشورات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات.(1)

2- أركانها:

الركن المعنوي: غالبا ما يتم الغش بإثبات سلوك إيجابي من طرف المنتج أو المتدخل وذلك عن طريق تغيير عناصر المنتج بمادة أخرى(2)، ويتخذ هذا السلوك عدة صور تتمثل في: الغش بالإضافة أو خلط كإضافة الحليب الصناعي لحليب البقرة وبيعه على أساس أنه حليب طبيعي 100%

الغش عن طريق إنقاص جزء أو أكثر من الأجزاء التي تدخل في تكوين المنتج مع ترك المظهر الخارجي للسلعة.

الغش بتغيير المظهر ويتجلى ذلك خاصة في أسواق الخضر والفواكه أين يتقن الباعة عمليات التحايل على المستهلك بإخفاء السلع الفاسدة وإظهار الجيدة منها بإيهام المستهلك بانها ذات جودة.(3)

الركن المعنوي: يعتبر الغش جريمة عمدية يستلزم لقيامه الركن المعنوي المتمثل في توافر القصد الجنائي لدى الجاني، وينحصر القصد الجنائي في جريمة الغش بأن يعلم مرتكب

(1)- أنظر المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.

(2)- عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2009-2010، ص 79.

(3)- علي حساني، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتجات "دراسة مقارنة"، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2011-2012، ص 367-368.

الجريمة ما ينطوي سلوكه من غش في المنتج وأن ينبعث من نية أن ما يطرح للبيع فاسد أو مغشوش أو منتهى الصلاحية.⁽¹⁾

ثالثا: جريمة النصب.

1- تعريفها:

يعرف النصب بأنه الاستيلاء على كل أو بعض ثروة المجني عليه، دون مقابل أو بمقابل غير مناسب.⁽²⁾

2- أركانها:

الركن المادي: من الأفعال التي يمكن أن يتخذها المعلن كوسيلة احتيالية للاستيلاء على مال المجني عليه تتمثل في بعث الأمل لدى المستهلك كأن يعد من خلال الرسالة الإشهارية بأنه سوف يكون الحظ في المساهمة في تأسيس شركة لقاء دفعه حصة مالية محددة في حين أن هذه الشركة وهمية لا وجود لها وما على المستهلك في هذه الحالة إلا إثبات العلاقة السببية بين الطرق الاحتيالية التي مارسها المعلم عليه واستلاء هذا الأخير على أمواله التي سلمها إياه طواعية واختيارا فانتهاء هذه العلاقة تنتفي معها جريمة النصب.⁽³⁾

الركن المعنوي: يتمثل هذا الركن في انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق جميع أركان الواقعة، فالجاني في الجريمة العمدية يريد ارتكاب نشاط مادي المعاقب عليه ويريد تحقيق النتيجة المحضورة أيضا.⁽⁴⁾

(1) - الطيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته "دراسة مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2009-2010، ص 372.

(2) - الطيب ولد عمر، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، مجلة دراسات قانونية صادرة عن مركز البحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 06، سنة 2008، ص 113.

(3) - خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، سنة 2000-2001، ص 143.

(4) - بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة 2011، ص 199.

الفرع الثاني: العقوبات الأصلية.

العقوبات الأصلية هي العقوبات التي قررها المشرع باعتبارها الجزاء الأساسي المباشر للجريمة، وقد عرفت المادة 14 فقرة 02 من قانون العقوبات الجزائري بأنها تلك العقوبات التي يجوز الحكم بها أية عقوبة أخرى، ولذلك فإن العقوبات الأصلية تتمثل في الإعدام والعقوبات السالبة للحرية سواء كانت هذه الأخيرة جنحة، أو كانت جنائية لاقترانها بإحدى ظروف التشديد المنصوص عليها، والعقوبات السالبة للحرية هي تلك العقوبات التي يتحقق قيامها عن طريق حرمان المحكوم عليه من حقه التمتع بحريته، إذ تسلبه العقوبة هذا الحق إما نهائيا أو لأجل غير معلوم يحدده حكم القضاء.

اعتبر المشرع الجزائري جريمة الإشهار المضلل جنحة وصنفها ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة طبقا لما نصت عليه المادة 28 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم السالف الذكر، وأقر المشرع كعقوبة لهذه الجنحة غرامة من خمسين ألف دينا (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج) وفي حالة العودة تضاعف العقوبة المقررة على العون الاقتصادي، بالإضافة إلى إمكانية زيادة عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمسة سنوات طبقا لما نصت عليه المادة 47 فقرة 04 من نفس القانون.⁽¹⁾

حدد المشرع عقوبة الإشهار الكاذب، إذ تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة، إذ يعتبر إشهار غير شرعي وممنوع كل إشهار تضييقي لاسيما إذ تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضييل للتعريف بمنتوج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته، ويعاقب على هذه الممارسات بمقتضى المادة⁽²⁾ 38 من القانون 02-04 التي تنص على أنه: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26

(1) - سارة عزوز، المرجع السابق، ص 298-299.

(2) - عبد الحفيظ بوقندورة، ضوابط تجريم الإشهار الكاذب في سوق الإعلانات التجارية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 24، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، جوان 2018، ص 176.

و 27 و 28 و 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).⁽¹⁾

كما أنه وفي حالة العود فإن المشرع قد شدد من العقوبات السالفة الذكر حتى تصل إلى الحبس من ثلاثة أشهر (03) إلى سنة واحدة وهذا بحسب نص المادة 47 الفقرة الرابعة من القانون 02-04 السالف الذكر.⁽²⁾

الفرع الثالث: العقوبات التكميلية.

أولاً: المصادرة.

رغم أن عقوبة المصادرة لا تتعلق بصورة مباشرة إلا أنه يفهم من سياق نص المادة 44 من القانون 02/04 أنه يمكن تطبيقها على الإشهار التجاري التضليلي ما دامت نصت على وجه العموم بقولها: "زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون يمكن أن يحكم القاضي بمصادرة السلع المحجوزة..." هذا ما يعني أن تطبيق هذه المادة يخص كل العقوبات التي نصت في هذا القانون التي من بينها الإشهار التضليلي، وهو أمر جوازي للقاضي بحيث يمكن الحكم بالمصادرة كما يمكنه استبعاد ذلك، ولا يمكن أن تتم مصادرة السلع محل الإشهار التجاري إلا بعد صدور حكم يكتسي قوة الشيء المقضي فيه.⁽³⁾

ثانياً: وقف الإشهار.

الواقع أن الأمر بوقف الإشهار قبل صدور الحكم في الدعوى يحقق وظيفة وقائية ذلك أنه من الصعوبة إزالة الآثار التي تركتها الرسالة الإشهارية في نفوس الجمهور إذا كانت مضللة وتزداد هذه الآثار جسامة بالنظر لبطء إجراءات التقاضي والوقت الذي تقتضيه لصدور

(1) - المادة 38 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية.

(2) - حمادي محمد رضا، المرجع السابق، ص 98.

(3) - محند فضيلة، المرجع السابق، ص 150.

الحكم وبهذا تكون الرسالة الإشهارية قد حققت أهدافها بحيث يكون الحكم عديم الأثر لذا فإنه يمكن للقاضي أنه يأمر بوقف الإشهار حتى قبل صدوره.⁽¹⁾

ثالثاً: الأمر بنشر الحكم.

إذا أثبت إدانة المعلن حول الإشهار التجاري المضلل يحق للقاضي الأمر بنشر الحكم المؤقت للإشهار وذلك على نفقة المحكوم عليه هذا أن المادة 02/44 من مشروع 1999 تخول للقاضي صلاحية نشر الحكم أو ملخص منه في جريدة أو أكثر يختارها القاضي أو تعليق الحكم في أماكن يسمح بها القانون لمدة شهر ونفقات يتحملها المعني بالأمر.⁽²⁾

(1) - أحمد سعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 196.

(2) - محند فضيلة، المرجع السابق، ص 152.

الفصل الثاني

الأحكام الإجرائية للإشهار

الإلكتروني التّضليلي



الفصل الثاني الأخطام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التضليلي

إن الإشهار الإلكتروني المضلل يفسد اختيار المستهلكين وهذا ما يؤدي إلى إلحاق الضرر بهم، فلاشهار أخطر واقعة اجتماعية وإعلامية واستهلاكية لذلك وضع المشرع الجزائري حماية جنائية للمستهلك بهدف الوصول إلى كيفية مواجهتها والحد من هذه الظاهرة.

وقسم هذا الفصل إلى قسمين، خصص المبحث الأول لدراسة الحماية الردعية من الإشهار الإلكتروني التضليلي، أما بالنسبة للمبحث الثاني فيهتم بإجراءات المعاينة والمتابعة لجريمة الإشهار الإلكتروني التضليلي.

المبحث الأول: القواعد التنظيمية لحماية من الإشهار الإلكتروني التضييلي.

أصبح الجزاء أو الردع الجنائي ضروريا عكس الجزاءات فهي غير كافية في كفالة حماية المستهلك من الإشهار التجاري التضييلي، فالقواعد الجزائية تهدف إلى حماية المصالح التي يرى المشرع ضرورة حمايتها لحسن سير المجتمع ككل، وسوف نتطرق في هذا المبحث إلى القواعد التي تواجه الإشهار الإلكتروني التضييلي في حد ذاته (المطلب الأول)، وكذا القواعد التي لا تواجه الإشهار الإلكتروني المضلل في حد ذاته (المطلب الثاني).

المطلب الأول: حظر الإشهار الإلكتروني التضييلي طبقا للقواعد الخاصة.

من أجل توفير حماية كافية للمستهلك من أضرار الإشهار الإلكتروني المضلل تشدد المشرع الجزائري مع العون الاقتصادي من خلال سن مجموعة من القوانين الخاصة التي تجرم وتردع الإشهار الإلكتروني المضلل وسنحاول بيان ذلك من خلال قانون التجارة الإلكتروني (الفرع الأول)، وكذا قانون الممارسات التجارية (الفرع الثاني)، وكذا قوانين الإشهارات (الفرع الثالث).

الفرع الأول: القواعد المطبقة لحماية المستهلك في ظل قانون التجارة الإلكتروني.

نص مشرع قانون التجارة الإلكتروني الجزائري عن مجموعة من الإجراءات التحفظية المستحدثة التي تتماشى مع طبيعة النشاط التجاري والاستهلاك الإلكترونيان.

أولا: غلق الموقع الإلكتروني المحترف.

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني الخاص بالمحترف المقصر في التزاماته والمخالف للتشريع المعمول به في مجال التجارة الإلكترونية لمدة تتراوح بين شهر (01) إلى ستة (06) أشهر، وذلك من خلال التعامل في مجموعة من المنتوجات عن طريق الاتصالات الإلكترونية والتي تم تحديدها في المواد 3 و4⁽¹⁾ من مشروع قانون التجارة الإلكتروني، والتي تتمثل في لعب القمار الرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية،

(1) - المواد 3، 4 قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو سنة 2018 بالتجارة بالالكترونية.

المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو يحضر التعامل فيها بموجب قوانين خاصة على غرار العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة وكل المنتجات التي من شأنها المساس بالأمن والنظام العام.

ثانيا: الشطب من السجل التجاري.

يمكن للقاضي أن يأمر بشطب المحترف الإلكتروني من السجل التجاري إلى جانب غلق موقعه الإلكتروني، وذلك في حالة قيام هذا الأخير بالتعامل في أجهزة وعتاد حساس تخضع لتنظيم خاص، وكذا التعامل بمنتجات تمس بالأمن والنظام العام، بحسب نص المادة 37 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية.⁽¹⁾

ثالثا: تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني.

يترتب تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكتروني نتيجة مخالفة المحترف الإلكتروني لالتزامه بتقديم إعلان نزيه، وكذا بإعلام المستهلك الإلكتروني بشخصه أو نشاطه إلى جانب تقديم كل البيانات والمعلومات عن المنتج المعروض للاستهلاك عبر الأنترنت، بما في ذلك لشروط التعاقد وأجال العدول، وموعد التسليم وغيرها من المسائل المذكورة على سبيل المثال في المواد 10 و 11 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية.⁽²⁾

يتم إنساء واستغلال منصات الدفع الإلكتروني المعتمدة في التجارة عن بعد في الجزائر بصفة حصرية من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر أو بريد الجزائر أو الموصولة بأي نوع من أنواع معطات الدفع الإلكتروني للمتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية.⁽³⁾

(1) - المادة 37 من قانون التجارة الإلكترونية.

(2) - المواد 10 و 11 من قانون التجارة الإلكترونية.

(3) - أنظر المادة 26 من قانون التجارة الإلكترونية.

رابعا: تعليق تسجيل أسماء النطاق المحترف الإلكتروني.

يتعرض المحترف الإلكتروني إلى تعليق تسجيل أسماء النطاق عدم القيام بإجراءات التسجيل الضرورية في السجل التجاري بصفة مسبقة لمزاولة نشاطه التجاري عبر الأنترنت، حيث يتم ذلك من قبل هيئة مؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على قرار من وزارة التجارة، يكون هذا التعليق ساري المفعول ولا يتم رفعه إلا بتسوية المحترف لوضعيته من خلال التسجيل في السجل التجاري.⁽¹⁾

يمكن أن يتم تعليق تسجيل أسماء النطاق للمحترف الإلكتروني بشكل تحفظي عند ارتكاب مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسات الأنشطة التجارية.⁽²⁾

الفرع الثاني: المكلفون بإجراءات التحري والإجراءات العقابية وفقا لقانون الممارسات التجارية 04-02.

أولا: إجراءات تحري ومعاينة جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي.

بالرجوع إلى قانون الممارسات التجارية في نص المادة 49 نجد أن المشرع الجزائري قد حدد الأشخاص الذين أسند لهم مهمة معاينة والتحقيق في جريمة الإشهار المضلل بكل أنواعه من ضمنه جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي في ظل غياب نص صريح يجرمها وتنص المادة على أنه: "في إطار تحقيق هذا القانون يؤهل القيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه الموظفون الآتي ذكرهم:

ضباط وأعاون الشرطة القضائية المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.

المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

الأعاون المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

(1) - المادة 41 من قانون التجارة الإلكترونية.

(2) - المادة 41 من قانون التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التصيلي

أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض".⁽¹⁾

1- ضابط وأعوان الشرطة قضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية: وهم الذين نصت عليهم المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية، فيتمتع بصفة ضباط الشرطة ذوي الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث (03) سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل أو وزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة، مفتشو الأمن الوطني الذين قضا خدمتهم بهذه الصفة ثلاث (03) سنوات على الأقل وعينوا بموجب ضباط الصف التابعين للأمن العسكري.⁽²⁾

2- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة: ونصت عليهم المادة 22 من القانون 02-04 وهي مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار.⁽³⁾

3- الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية: أضافتهم المادة 49 من القانون 02-04 من أجل معاينة جريمة الإشهار المضلل.⁽⁴⁾

4- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة والمرتبون في الصنف 14 على الأقل والمعينون بهذا الغرض: نصت عليهم المادة 52 من القانون 02-04 ولهم حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين... إلخ.⁽⁵⁾

(1) - المادة 49 من القانون رقم 02-04.

(2) - المادة 15 من الأمر رقم 95-10 المؤرخ في 25 فبراير 1995 المعدل والمتمم بالأمر رقم 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018.

(3) - المادة 22 من القانون 02-04.

(4) - المادة 49 من القانون 02-04.

(5) - المادة 52 من القانون 02-04.

ثانيا: المسؤولية الجزائية للمسيرين عن الإشهار الماس بحقوق المستهلك طبقا للقانون

02-04

تزداد مسألة تحديد ممن من الأشخاص يسأل جزائيا في الغرض الذي يكون المشهر شركة أو مؤسسة أو هيئة، أو عندما تكون الجهة التي قامت بالإشهار شخصا معنويا ومن ثم تثور إشكالية من يسأل جزائيا ويتابع بوصف جريمة الإشهار التضييلي.

بشكل عام الشخص المعنوي في مجال الاستهلاك لا يسأل جزائيا كما سبق التنويه به.(1)

ويمكن حجز البضائع ووسائل الإشهار موضوع المخالفة وهو ما نصت عليه المادة 39 من القانون 02-04.(2)

كما نصت على عقوبة المصادرة بنص المادة 44 من القانون 02-04 السالف الذكر التي تنص على أنه: "يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بواسطة قرار إجراءات غلق إداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين يوما (30) في حالة مخالفة أحكام المواد 27... و 28... من هذا القانون".

كما أضاف المشرع الجزائري عقوبات أخرى تتمثل في المنع من ممارسة النشاط بنص المادة 47 من القانون 02-04، كما نص على أنه يمكن للقاضي والوالي المختص إقليميا نشر حكم القضية وعلى نفقة مرتكب جنحة التقليد وذلك طبقا لنص المادة 47 من القانون نفسه.

(1) - شرايرية محمد، المرجع السابق، ص 19.

(2) - عبد الحفيظ بوقندورة، المرجع السابق، ص 177.

الفرع الثالث: قوانين الإشهارات.

أولاً: أحكام جريمة الإشهار المضلل على ضوء قوانين الإشهار.

عرف المشرع الجزائري ثلاثة مشاريع للقانون الإشهاري عكس كل مشروع منها التوجه الاقتصادي والسياسي في كل فترة.

وهكذا عرف المشرع الجزائري كل من قانون الإشهار لسنة 1988 وآخر لسنة 1992 وأخيراً مشروع 1999.⁽¹⁾

وقد تناول المشرع الجزائري في قانون الإشهار لسنة 1988 الإشهار الكاذب أو المضلل في المواد 54، 55، 56.⁽²⁾

ومن الواضح أن أحكام الإشهار الكاذب أو المضلل في هذا المشروع شابهه نقص فادح، فزيادة على المنع التام للإشهار المقارن فإن المشرع لم يتناول محل الإشهار الكاذب أو المضلل.⁽³⁾

وتوجه نفس الملاحظات لمشروع قانون الإشهار لسنة 1992 إذ أن المشرع عالج الإشهار الكاذب أو المضلل بنفس الطريقة بموجب المواد 69، 70، 71⁽⁴⁾ ولا غير من تلك النتيجة المتوصل إليها تحسن الصياغة اللفظية للمشروع، أما بخصوص قانون الإشهار لسنة 1999 فإن المشرع عالج موضوع الإشهار المضلل في مادة وحيدة هي المادة 41.⁽⁵⁾

(1) - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 425.

(2) - المواد 54، 55، 56 من المرسوم رقم 201/88 المؤرخ في أكتوبر 1988 والمتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تحول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرّد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار التجارة.

(3) - المواد 69، 70، 71 من المرسوم التنفيذي رقم 92/41 المؤرخ في 04-02-1992 والذي يحدد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وتكييفها وتسويقها في السوق الوطنية وكيفيات ذلك.

(4) - المادة 41 من محضر الجلسة العلنية العشرين المنعقدة يوم الإثنين 26-07-1999، مجلس الأمة، الجريدة الرسمية للمداولات لـ 29-08-1999.

(5) - قندوزي خديجة، المرجع السابق، ص 64.

ثانيا: العقوبات الخاصة بجريمة الإشهار المضلل في ظل مشاريع قانون الإشهار.

وضع المشرع قانون الإشهار لسنة 1988 عقوبة قاسية بالمقارنة مع مشاريع قانون الإشهار الأخرى تتمثل في:

السجن من شهر إلى سنتين.

الغرامة المالية من 5000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

إيقاف الإشهار الكاذب أو المضلل.

الاعتراف بالافتراء عن طريق إشهار آخر مصحح ومبث بنفس الوسائط وبشروط كافية من حيث المساحة والزمن.⁽¹⁾

كما يجوز للقاضي أن يأمر بنشر الحكم القضائي بالإدانة كاملا أو مجزوء في جريدة أو عدة جرائد يعينها على نفقة المحكوم عليه وان يأمر بإعلان ذلك الحكم في أماكن يعينها على أن تتعدى فترة الإعلان شهر واحد.

ولم يغير نص المشروع لسنة 1992 في العقوبات التي قررها في مشروع 1988، أما العقوبات المقررة في ظل مشروع الإشهار لسنة 1999 فقد جاءت مخففة فحذف المشروع عقوبة الحبس مكثفيا بعقوبة الغرامة المالية من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج مع إمكانية أن يأمر القاضي بنشر الحكم أو الملخص في جريدة أو أكثر يختارها، أو أن يعلق في أماكن يسمح بها القانون، كل ذلك على نفقة المحكوم عليه.⁽²⁾

المطلب الثاني: القواعد التي لا تواجه الإشهار الإلكتروني التضييلي في حد ذاته.

يمكن أن يكون هذا الأساس القانوني مناسبا لردع الإشهار الإلكتروني التضييلي خاصة في الدول التي لا توجد فيها نص قانوني صريح يجرم الإشهار الإلكتروني المضلل، وسنحاول في هذا المطلب التطرق إلى القواعد التي تواجه الإشهار الإلكتروني المضلل في قانون حماية المستهلك (فرع أول)، وقانون الملكية الصناعية (فرع ثاني).

(1) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 428.

(2) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 428.

الفرع الأول: الحماية الجزائية من الإشهار الإلكتروني التضييلي وفقا لقانون حماية المستهلك وقانون العلامات التجارية.

أولا: الحماية من الإشهار الإلكتروني المضلل طبقا لقانون حماية المستهلك.

تقوم المسؤولية الجزائية في قانون حماية المستهلك على أساس مخالفة التزام قانوني والإشهار التجاري يقع ضمن الإلتزام بالإعلام، الذي يعتبر التزام قانوني⁽¹⁾، إلا أن الإشهار هو أمر اختياري فرضته الظروف الاقتصادية وضدة المنافسة في السوق، لذا فهو ليس التزام إجباري لكن في حالة ما إذا قام معن بذلك يجب أن يراعي الطرف الذي يوجه له الإشهار بأن يخلوا من كل تضليل أو خداع المستهلك، كما يمكن أن يصبح التزم فإذا ما أخل المعن عما صدر منه تقوم مسؤوليته الجزائية.⁽²⁾

أما بالنسبة للعقوبات فنص المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة⁽³⁾ 429 من قانون العقوبات، "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة كانت"، وهنا يمكن أن يخل ضمن هذه الوسائل الإشهار فمتى كان مضلل استحق العقوبة الواردة في النص المذكور أعلاه والمحددة بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة مالية قدرت من 2000 دج إلى 20.000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كما أن المادة⁽⁴⁾ 69 من حماية المستهلك وقمع الغش ترفع العقوبة إلى خمسة (05) سنوات وغرامة قدرها 500.000 دج إذا كان الخداع أو محاولة الخداع بوسائل محددة على سبيل الحصر والتي من بينها كتيبات، منشورات أو معلقات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى، بحيث وكل هذه الوسائل تؤدي عمل إشهار تجاري يمكن التضليل عن طريقها.⁽⁵⁾

(1) - محند فضيلة، المرجع السابق، ص 147.

(2) - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2000، ص ص 88-89.

(3) - المادة 429 من الأمر 156/66 المؤرخ في 08-06-1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بالأمر رقم 02-16 المؤرخ في 19-06-2016.

(4) - المواد 68 و 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

(5) - محند فضيلة، المرجع السابق، ص 148.

ثانيا: العقوبات المقررة للمحترف الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك.

1- تطبيق العقوبات على المحترف الإلكتروني:

تم تحديد العقوبات المطبقة على المحترف وفقا للمواد من 68 إلى 85 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أين أكد بصريح نص العبارة على تطبيق أحكام المواد 429، 431⁽¹⁾، 432 و435 من قانون العقوبات في المواد 70، 83، 84، 86 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على التوالي مع تطابق أحكام المادة 430 قانون العقوبات مع المادة 69 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مع فرض عقوبات السجن المؤبد وفقا للمادة 83 فقرة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على المحترف المخالف الذي يتسبب ي وفاة شخص أو عدة أشخاص.⁽²⁾

2- تطبيق غرامة الصلح على المحترف الإلكتروني:

حدد المشرع الجزائري مبلغ غرامة الصلح بحسب نوع واقعة المخالفة إذ تتراوح بين 50.000 دج إلى 300.000 دج أو فرض نسبة 10% من ثمن بيع المنتج في حالة رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع.⁽³⁾

يلتزم المتحرف المخالف بدفع مبلغ المخالفة كاملا لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالفة أو مكان المخالفة في أجل لا يتعدى 30 يوما وبذلك تنقضي الدعوى العمومية ولا يتم متابعة المحترف المخالف.⁽⁴⁾

(1) - المواد 429، 430، 431، 432، 435، من قانون العقوبات.

(2) - المواد 68، 85، 70، 83، 84، 86، 69 قانون متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(3) - ربيع زهية، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2017، ص 336.

(4) - المواد 92، 93 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثالثا: الحماية الجزائية من خلال قانون العلامات التجارية

قد يمثل الإشهار الكاذب أو المضلل اعتداء على علامة تجارية مملوكة للغير أو مخالفة للقواعد التي وضعها القانون بشأن العلامات التجارية⁽¹⁾، لذا يعد في الواقع حماية العلامة التجارية حماية للمستهلك من الكاذب أو المضلل.

وقد أولى الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات أهمية خاصة لهذا الموضوع من خلال التنصيص على جرائم قد تعد لها علاقة بالإشهار الكاذب أو المضلل، إضافة إلى الإجراءات التحفظية التي يمكن اتخاذها متى ارتكبت تلك الجرائم.

1- الحماية الجزائية.

تضمن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات الحماية للعلامة التجارية من المواد 26 إلى 33⁽²⁾ منه، والقاعدة في مثل هذه الجرائم إن العلامة المشمولة بالحماية الجزائية هي فقط العلامة المسجلة وفقا لأحكام القانون، وفي الجرائم المتعلقة بالعلامات التجارية ما يلي:

أ- **جريمة تقليد العلامة التجارية:** يعرف التقليد بأنه اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما إما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك.⁽³⁾

وقد عرفها المشرع الجزائري بموجب المادة 21 من الأمر 06-03 بأنه: "تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"، ويأخذ السلوك المادي للتقليد عدة طرق نذكر منها:

(1) - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 405.

(2) - المواد من 26 إلى 33 من الأمر 06/03.

(3) - سيوب بومدين مجلة الحجة، معالجة دورية تصدر عن منظمة المحامين لناحية تلمسان، ع01، جويلية 2007، ص

الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التصيلي

1- **المحاكاة الإسمية:** فيختار المقلد كاسم موضوع للعلامة التجارية نفس اسم العلامة الأصلية مع تغيير بعض الحروف بالإضافة أو حذف أو إعادة ترتيب دون أن يتغير نطق الكلمة مما يؤدي إلى وجود التباس بين العلامتين.⁽¹⁾

2- **المحاكاة البصرية:** وفيها يقوم المقلد بتقديم علامة معتمد على نفس التركيبة والبناء من الأشكال والألوان والرموز الداخلي الذي تمتاز به العلامة الأصلية.

3- **المحاكاة الذهنية:** ويتوجه التقليد إلى ذهن المستهلك من أجل خلق تقارب ذهني بين العلامتين بالاعتماد على مرادفات أو متناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة الأصلية، وعلى العموم فإن تقدير التقليد يكون بالنظر إلى التشابه الإجمالي أكثر من الفروق الجزئية الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تبيينها.

ب- **جريمة استعمال علامة مقلدة أو مزورة:** وتكون الجريمة قائمة عندما يقوم الشخص باستعمال علامة تجارة يعلم أنها مقلدة أو مزورة.

ج- **جريمة اغتصاب علامة مملوكة للغير:** وتكون الجريمة قائمة عندما توضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة عن صاحب تلك العلامة الأصلية.⁽²⁾

2- **تقدير الحماية الجزائية المقررة وفقا لقانون العلامات التجارية.**

إذا ما كان الإشهار يشكل علامة وتحققت شروط تطبيق قانون العلامات التجارية على الإشهار فإن قواعد ذلك القانون قد تضيفي الحماية الجزائية إذا ما كان الإشهار كاذبا أو مضللا. غير أن تلك الحماية الجزائية ناقصة وغير قادرة على حماية كاملة للمستهلك، ذلك أنه من النادر من جهة أن يكون الإشهار تقليدا لعلامة تجارية مسجلة بفعل ما يتسم به سوق الإشهار من ابتكارات وتخصص وكالات الإشهار.

(1) - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 405.

(2) - المرجع نفسه، ص ص 405-406.

ومن جهة أخرى أن تلك الحماية المقررة تبقى أفقية أي في علاقة المحترفين ببعضهم أي أن المتضرر من الاعتداء على براءة اختراعه هو محترف آخر، وعلى هذا فإن الحماية الجزائية المقررة وفق قانون العلامات التجارية لا يحمي المستهلك في حد ذاته.⁽¹⁾

الفرع الثاني: الحماية من الإشهار الإلكتروني المضلل طبقا لقانون حماية الملكية الصناعية وقانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

أولا: الحماية الجزائية وفقا لقانون حماية الملكية الصناعية.

قد يمثل الإشهار الكاذب أو المضلل اعتداء على حق من حقوق الملكية الصناعية مما يمكن تحقيق الحماية الجزائية من خلال النصوص القانونية المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية.

أ- الحماية الجزائية وفقا لقانون براءات الاختراع:

وتقوم جريمة التقليد كاعتداء على براءة الاختراع على ثلاثة أركان، ركن شرعي ومادي ومعنوي، فأما الركن الشرعي فيعد بمثابة النص القانوني المجرم، وفي هذا الإطار فقد نص المشرع الجزائري على جنحة التقليد كجزاء للاعتداء على براءة الاختراع وذلك في المواد 56 و61 و62 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع⁽²⁾، أما الركن المادي فيتمثل في سلوك المجرم، والتقليد هو تغيير الحقيقة باصطناع شيء كاذب أو الادعاء بأنه شيء حقيقي.⁽³⁾

ب- الحماية الجزائية من خلال قانون الرسوم والنماذج الصناعية:

قد تمثل الإشهارات الكاذبة أو المضللة كما أسلفنا الذكر جريمة تقليد للرسم أو النموذج الصناعي، وكل جريمة فإن جريمة تقليد الرسم أو النموذج الصناعي تقوم على ثلاثة أركان، الركن الشرعي المتمثل في نص التجريم، وفي هذا الإطار تقضي المادة 23 من الأمر 66-

(1) - محمد بوراس، المرجع سابق، ص 408.

(2) - محمد بوراس، المرجع نفسه، ص 402.

(3) - عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، جزء 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة 6، سنة 2006، ص 141.

86 المؤرخ في 28-04-1966 والمتعلق بالرسوم والنماذج بتجريم جنحة تقليد الرسم أو النموذج.

ثانيا: الحماية الجزائية من خلال قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

يعد الإشهار من قبيل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، لذا يمكن أن يطبق بشأنه الحماية الجزائية الخاصة بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، وهكذا فقد أقر المشرع جريمة تقليد المصنف المحمي والتي قد تصلح لتكون أساسا قانونيا لحماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة أو المضللة.⁽¹⁾

أ- جريمة التقليد وفقا لقانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة:

تقوم جريمة التقليد في قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة على ثلاثة أركان:

الركن الشرعي: وفي هذا الإطار تقضي المادة 151 من الأمر 03-05 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة بتجريم التقليد.

الركن المادي: فقد بينت المادة 151 من الأمر 03-05 السالف الذكر ما يعد سلوكا مشكلا للركن المادي لجريمة التقليد:

الكشف الغير مشروع للمصنف أو المساس بسلامة مصنف.

استنساخ مصنف أو أداء بأي أسلوب من الأساليب في شكل نسخ مقلدة.

استيراد أو تصدير نسخ مقلدة بمصنف أو أداء.

بيع نسخ مقلدة مصنف أو أداء.

تأجير أو وضع رهن التداول لنسخ أو أداء مقلد.⁽²⁾

غير أن نص المادة 152 من نفس الأمر تكون لها صلة مباشرة بالإشهارات الكاذبة أو المضللة، إذ جعلت مرتكبا لجنحة التقليد كل من يبلغ المصنف أو الأداء عن طريق التمثيل

(1) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 408.

(2) - المادة 151 من الأمر 03-05 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التضييقي

أو لأداء علني أو البث السمعي البصري أو التوزيع بواسطة الكابل أو بأي وسيلة نقل أخرى للإشارات تحمل أصوتا أو صورا بأي منظومة معالجة معلوماتية، كما يعد مرتكبا لجنحة التقليد كل من يشارك بعمله أو بالوسائل التي يحوزها للمساس بحقوق المؤلف أو أي مالك للحقوق المجاورة.⁽¹⁾

الركن المعنوي: إن جريمة التقليد في قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة جريمة عمدية تتطلب القصد الجنائي بعنصرية الإرادة والعلم، أما عن العقوبة المقررة لجنحة التقليد فهي الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات، وبغرامة مالية من 5000 دج إلى مليون، وتضاعف تلك العقوبات في حالة العود، ورغم أن المشرع الجزائري قد تبنى عقوبة الشخص المعنوي في المنظومة الجزائرية في الجزائر، إلا أن المشرع الجزائري في الأمر 03-05 لم ينص على عقوبة خاصة بالشخص المعنوي رغم احتمال ارتكاب جنحة التقليد بالغلق لمدة لا تتعدى ستة أشهر أو بالغلق النهائي للمؤسسة التي يشتغل فيها المقلد أو شريكه.⁽²⁾

وقد صدرت العديد من القرارات القضائية في فرنسا قضت كلها بتوفير حماية جزائية للإشهار على أساس قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، فقد قضت محكمة الاستئناف بباريس بإدانة شركة بجرم تقليد مصنف محمي قامت بالإشهار من خلال رسم شخصية معينة على قوارير ماء معدني تنتجه، فرفعت شركة أخرى دعوى قضائية مدعية أن رسم الشخصية خاص بها وتستعمله في منتجاتها الخاصة.⁽³⁾

وفي قضية أخرى قضت محكمة النقض بإدانة تاجر ذهب قام بإشهار خاص بمنتجاته فاستعملت وكالة الإشهار فيلم إشهاري احتوى في مضمونه على امرأة مرصعة بالذهب وقد

(1) - المادة 152 من الأمر 03-05.

(2) - المادة 154 من الأمر 03-05.

(3) - Régis Fabre et Marie-pierre Bonnet Des plan et autres, **droit de la publicité et de la promotion des ventes**, 03^{eme} éd Dalloz, Paris, France, 2006, p 120-121.

الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التصيلي

كانت تلبس حذاء مرصع بالذهب، فادعت شركة تنتج الأحذية بأن الفيلم الإشهاري استعمل أحذية ينتجها والتي كانت هي الأخرى محل فيل إشهاري آخر.⁽¹⁾

ب- تقدير الحماية الجزائية من الإشهار الكاذب أو المضلل وفقا للقانون المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة:

إذا ما كان الإشهار يشكل إبداعا فكريا وتحققت شروط تطبيق قانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة عليه فإن قواعد ذلك القانون قد تضيي الحماية الجزائية إذا ما كان الإشهار كاذبا أو مضللا، غير أن تلك الحماية الجزائية تبقى ناقصة وغير قادرة على حماية كاملة للمستهلك، ذلك وأنه وبفعل ما يتسم به سوق الإشهار من ابتكارات وتخصص وكالات الإشهار فإنه من النادر أن يكون الإشهار تقليدا فقط لإبداع فكري.

ومن جهة أخرى أن تلك الحماية المقررة تبقى أفقية أي في علاقة المحترفين ببعضهم أي أن المتضرر من الاعتداء على براءة اختراعه هو محترف آخر، وعلى هذا فإن الحماية الجزائية المقررة وفق قانون براءة الاختراع لا تحمي المستهلك في حد ذاته.⁽²⁾

أما الركن المادي للجريمة فيتمثل في كل مساس بحق صاحب الرسم أو النموذج، ومن ثمة يعد سلوكا مشكلا لجريمة التقليد.⁽³⁾

(1)– Régis Fabre et Marie-pierre Bonnet Des plan et autres, Op cite, p121.

(2)– بوراس محمد، المرجع سابق، ص 410.

(3)– قاسمي بلقاسم، الإشهار والملكية الصناعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، سنة 2007-2008، ص 145.

المبحث الثاني: الأحكام الإجرائية القضائية.

خول المشرع الجزائري للإدارة المكلفة بالرقابة قصد حماية المستهلك الذي يعد طرفاً ضعيفاً، مجموعة من الوسائل القانونية من أجل الكشف عن جريمة الإشهار الكاذب والمضلل، وعند إثبات هذه الأخيرة تطبق على المتدخل عقوبات مقررة بموجب القانون.

وسنتطرق في هذا المبحث إلى إجراءات المعاينة (مطلب أول) وكذلك إجراءات المتابعة (مطلب ثاني) ومن ثم الجهات القضائية المختصة (مطلب ثالث).

المطلب الأول: إجراءات المعاينة

والمقصود بالمعاينة هو المشاهدة وإثبات الحالة القائمة في المكان الذي وقعت فيه المخالفة، وكذلك معاينة الأشياء التي لها علاقة بالمخالفة، وكذلك من أجل كشف الحقيقة وإثبات حالة مرتكبي الجريمة.

الفرع الأول: مهمة الحجز.

أولاً: أنواع الحجز.

حسب المادة 40 من القانون 04-02 فإن الحجز قد يكون عينياً أو اعتبارياً.

1- **الحجز العيني:** لقد عرفت المادة 40 من القانون 04-02 الحجز العيني على أنه: "...كل حجز مادي للسلع..." وبالتالي فإنه في هذا النوع يتم حجز السلع عن جريمة بذاتها من قبل الموظفين المكلفين بالتحقيق في جريمة الإعلان الغير مشروع للسلع، فهنا يحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس البيع المطبق من طرف صاحب المخالفة أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق.⁽¹⁾

2- **الحجز الاعتباري:** عرفت المادة 40 من القانون 04-02 الحجز الاعتباري على أنه: "...كل حجز يتعلق بسلع مرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما..." ولذا فهو جرد وصفي وكمي

(1) - فاتح كمال، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر والغش في البضائع، طالب باحث بوحدة قانون الاستهلاك والمنافسة، كلية الحقوق، فاس، المغرب، دون سنة نشر، ص 05.

لهوية السلع وقيمتها الحقيقية، ويعتمد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي تطبقه المؤسسة المخالفة.⁽¹⁾

ثانيا: كيفية تنفيذ الحجز.

يعد القيام بحجز المواد المحجوزة ويثبت ذلك في محضر جرد، يتم تسميعها بالشمع الأحمر من طرف المكلف بالمعاينة والتحقيق في جريمة الإعلان المضلل المرتكبة، وهنا إذا كان حجرا عينيا، وتوضع المواد المحجوزة إما تحت الحراسة المخالفة إذا كانت هذه الخيرة تمتلك مكانا للتخزين، أما في الحالة العكسية فإن حراستها تخول لإدارة أملاك الدولة، ليكون حارس الحجز مسؤولا عن هذه المواد إلى غاية صدور حكم أو قرار قضائي بشأنها، وفي هذه الحالة فإن الإدارة تتكفل بتخزينها في أي مكان تختاره على أن تتحمل المؤسسة المخالفة تكاليف التخزين.⁽²⁾

غير أنه يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بشأن المواد المحجوزة إحدى القرارات التالية:

إما أن يقرر البيع الفوري لمواد المحجوزة بسبب الإعلان المضلل عنها والذي يتم من طرف محافظ البيع بالمزايدة، أو أنه يقرر تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني.

أخيرا له أن يتخذ قرار بإتلاف المحجوزات على أن تتم هذه العملية من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت رقابتها.

ومثل هذه القرارات لا يمكن للوالي المختص إقليميا اتخاذها إلا في الحالات التالية:

إذا كانت المواد المحجوزة سريعة التلف، بحيث لا يمكن الاحتفاظ بها لمدة طويلة.

(1) - علي بولحية بن خميس، **جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك**، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جزء 39، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، سنة 2000، ص 60.

(2) - أنظر المادة 41 من **القانون 04-02** المطبق على الممارسات التجارية.

إذا كانت وضعية السوق تقتضي اتخاذ إحدى القرارات سالفة الذكر، ومثاله أن يكون هناك نقص في السلع محل الحجز، مما ينتج عنه زيادة في الطلب مقارنة بالعرض، الأمر الذي يترتب عليه اختلال الميزان التجاري نتيجة لارتفاع أسعار السلع.

فإذا قرر الوالي بيع السلع المحجوزة فعن المبلغ الناتج عن البيع يتم إيداعه لدى أمين الخزانة الولائية في انتظار صدور قرار العدالة.⁽¹⁾

ثالثا: محل الحجز.

فضلا على حجز السلع محل جريمة الإعلان المضلل، فقد منح القانون للموظفين المكلفين بالمعاينة والتحقيق في هذه الجريمة المرتكبة بموجب المادة 39 من القانون 02-04 صلاحية حجز العتاد والتجهيزات المستعملة في ارتكاب جريمة الإعلان المضلل، إلا أن هؤلاء الموظفين وأثناء قيامهم بعملية حجز العتاد والتجهيزات قد يصادفهم عائق أن هذا العتاد ليس ملك المؤسسة المخالفة بل هو ملك الغير، وفي هذه الحالة فإن الحجز لا يمتد على العتاد والتجهيزات، شريطة أن يكون هذا الغير حسن النية.⁽²⁾

رابعا: المكلفون بالحجز.

تنص المادة 51 من القانون 02-04 على أنه: "يمكن للموظفين المذكورين في المادة 47 أعلاه القيام بحجز البضائع طبقا للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون"⁽³⁾، وفقا لهذه المادة أسند القانون إلى الموظفين المكلفين بالمعاينة والتحقيق بجريمة الإشهار المضلل المشار إليهم في مضمون المادة 49 من القانون 02-04 مهمة ثانية تتمثل في حجز السلع محل جريمة الإشهار المضلل.⁽⁴⁾

(1) - أنظر المادة 43 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية.

(2) - المادة 39 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية.

(3) - المادة 51 من القانون 02-04.

(4) - المادة 49 من القانون 02-04.

والحجز كإجراء قانوني يعني رفع يد المؤسسة المخالفة عن السلع محل البيع وحرمانها إلى غاية صدور حكم قضائي بشأنها.⁽¹⁾

الفرع الثاني: مهمة تحرير محضر المخالفات.

بعد التأكد من وجود خرق لقواعد الموظفين تثبت جريمة الإشهار المضلل في محضر يقوم بتحريره الموظفون المؤهلون بالمعاينة والتحقيق ويحرر في ظرف 08 أيام من تاريخ نهاية التحقيق وتبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً.⁽²⁾

ينبغي أن يشار في المحضر أيضاً أن مرتكب جريمة الإشهار المضلل تم إعلامه بمكان وتاريخ تحرير المحضر، وتم إبلاغه بضرورة الحضور فإذا حضر هذه الأخيرة أثناء تحرير المحضر وقع عليه، أما في حالة غيابه أو رفضه للتوقيع فإن هذا يثبت في المحضر، ولهذا يكون القانون قد ضمن للمؤسسة المخالفة حق الاطلاع على ما تضمنه المحضر حتى يكون بوسعها الطعن فيه أو الدفاع عن نفسها.⁽³⁾

ويحدد شكل المحضر عن طريق، بحيث تثبت المخالفة الماسة بنزاهة الممارسات التجارية والمتمثلة في الإشهار المضلل في محاضر، ويجب أن يبين دون شطب أو قيد في الهوامش، تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة، والمعاينة المسجلة، طبقاً لما ورد في نص المادة 56 من نفس القانون، كما اشترط المشرع الجزائري أن يبين في المحاضر ما يلي:

هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات.

توقيعهم حتى طائلة البطلان.⁽⁴⁾

(1) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، جرائم ضد الأشخاص وضد الأموال، جزء 1، طبعة 1، دار هومة، الجزائر، سنة 2007، ص 253.

(2) - أنظر المواد 55 و57 من القانون 04-02 الخاص بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(3) - عبد الله وهابية، شرح قانون الإجراءات الجزائية مدعماً بالتعديلات الجديدة والاجتهادات القضائية للمحكمة العليا، محاضرات بكلية الحقوق، جامعة الجزائر، سنة 2006، ص 231.

(4) - المادة 57 الفقرة الثانية من القانون 04-02.

هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات، وعناوينهم ونشاطهم، وتوقيعهم وتصنيف الممارسات التجارية غير النزيهة على أنها إشهار مضلل، واقتراح العقوبة المقررة لذلك، وأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها ومن ثم إبلاغه ضرورة الحضور أثناء التحقيق (طبقاً لنص المادة 57 الفقرة الثالثة).⁽¹⁾

بالإضافة إلى بيان الحجز وأن ترفق بالمحاضر وثائق جرد المنتوجات المحجوزة، وبيان أن المحضر قد حرر في غياب المعني أو في حالة حضوره ورفضه التوقيع أو معارضته غرامة المصالح المقترحة، وحتى تستوفي المحاضر حجيتها القانونية أوجب المشرع الجزائري أن تحرر في ظرف 08 أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق⁽²⁾، وأن تسجل في سجل مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه حسب الأشكال القانونية.⁽³⁾

المطلب الثاني: إجراءات المتابعة.

قبل اللجوء للطريق القضائي وجب على المستهلك أولاً استيفاء واستيفاء الطريق الودي وهو ما سنتطرق له من خلال هذا المطلب والمتمثل تفصيله في فرعين، الطريق الودي "المصالحة" (الفرع الأول) ثم الطريق القضائي والمتمثل في تحريك الدعوى والتحقيق فيها وأخيراً النطق بالحكم والطعن فيه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الطريق الودي "المصالحة"

فالتطريق الودي أو المصالحة وهو طريق استثنائي يخضع لشروط مقيدة محددة في القانون، وذلك اعتباراً لما يترتب عليه من آثار على الدعوى العمومية.⁽⁴⁾

غير أن المشرع الجزائري لم ينص على تعريف المصالحة، وإنما اكتفى بالنص عليها صراحة في المادة 60 من القانون 04-02 المعدل والمتمم والمادة السادسة من القانون

(1) - المادة 57 الفقرة الثالثة من القانون 04-02.

(2) - المادة 57 الفقرة الأولى من القانون 04-02.

(3) - المادة 59 من القانون 04-02.

(4) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، جزء 2، دار هومة، الجزائر، طبعة 19، سنة 2013، ص 307.

الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم السالفان الذكر، بينما اصطلح عليها بمصطلح الصلح في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 459 من القانون المدني على أنه: "عقد ينهي به الطرفان نزاعاً قائماً أو يتوقيان به نزاعاً محتملاً، وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عنه حقه".

وقد عرف الدكتور أحسن بوسقيعة المصالحة على أنها تسوية النزاع بطريقة ودية⁽¹⁾

شروط المصالحة:

أولاً: الشروط الموضوعية.

المصالحة طبقاً للقانون 04-02 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يخضع لجملة من الشروط التالية:

يمكن للمدير الولائي المكلف أن يقبل الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج) استناداً إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين، وفي حالة إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق المليون دينار (1.000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج) يمكن للوزير المكلف بالتجارة أن يقبل بالمصالحة استناداً إلى المحضر المعد من طرف الموظفين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالإدارة.

عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج) فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعة القضائية.

بالنسبة للإدارة فإن المصالحة ليست حقاً لمرتكب المخالفة وإنما هي مكنة جعلها المشرع الجزائري في متناول الوزير المكلف بالتجارة أو المدير الولائي المكلف بالإدارة، فلهما حق

(1) - أحسن بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص، دار هومة، الجزائر، سنة

اللجوء إليها أو تركها حسب المادة 60 في فقرتيها 02 و03 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.⁽¹⁾

ثانيا: الشروط الإجرائية للمصالحة.

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ينبغي توافر الشروط الإجرائية التي تتلخص في اقتراح المصالحة على مرتكب المخالفة جواب مرتكب المخالفة وقرار السلطة المختصة في إجراء المصالحة.

أ- اقتراح المصالحة: بالرجوع إلى نص المادة 61 من القانون 04-02 فإن اقتراح المصالحة تقوم به الإدارة المختصة بواسطة الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحاضر، حيث يقترحون على مرتكب المخالفة غرامة صلح في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها، ولا يجوز لهم النزول عن الحد الأدنى المقرر للعقوبة، أو تجاوز الحد الأقصى لها، كما أن الإدارة غير ملزمة باقتراح المصالحة وهذا يظهر من خلال استقراء المادة 60 من نفس القانون، وهنا نميز بين فرضيتين:

الفرضية الأولى: عدم اقتراح المصالحة من طرف الأعوان المؤهلين على العون الاقتصادي المخالف، ففي هذه الحالة يجوز للعون الاقتصادي عدم تقديم طلب للمدير الولائي المكلف بالتجارة.

الفرضية الثانية: رفض المدير الولائي المكلف بالتجارة يمكن للعون الاقتصادي المخالف تقديم تظلم للجهة القضائية العليا (وزير التجارة).⁽²⁾

وفي حالة اقتراح المصالحة يكون للمخالف إما رفض المصالحة وفي هذه الحالة تحال المحاضر على وكيل الجمهورية المختص إقليميا لمباشرة الدعوى الجزائية ضد المحترف المخالف، أما بالنسبة لقبول المصالحة نميز بين حالتين:⁽³⁾

(1) - المادة 60 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(2) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، مرجع سابق، ص 250.

(3) - أحسن بوسقيعة، المرجع نفسه، ص 251.

الحالة الأولى: قبول المصالحة ودفع غرامة قيمتها خلال 45 يوما ابتداء من يوم الموافقة.

الحالة الثانية: قبول المصالحة مع التحفظ على مبلغ الغرامة المقترح، حيث أجازت المادة 61 من نفس القانون للمحترفين المخالفين المعارضة في قيمة غرامة الصلح التي يقترحها الأوان المحررين لمحضر المصالحة أما المدير الولائي المكلف بالتجارة في أجل 08 أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحاضر لصاحب المخالفة.

وفي هذه الحالة خول القانون للمدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل قيمة غرامة المصالحة المقترحة ولكن بشرط أن تكون في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها في القانون 04-02، أو الإبقاء عليها، وهذا الأمر جوازي وليس وجوبي للمدير الولائي المكلف بالتجارة.⁽¹⁾

ب- **قرار السلطة المختصة:** في حالة صدور قرار الموافقة على المصالحة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة يستفيد المحترف المخالف من تخفيض قدره 20% من مبلغ الغرامة المطبق، حيث أن الأعوان يقومون باقتراح قيمة غرامة المصالحة المطبقة على الجريمة المرتكبة والتي تكون تستما شيء مع حدود العقوبة المالية المقررة للجريمة في القانون 04-02 السالف الذكر، وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل 45 يوم ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال الملف إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية.⁽²⁾

ثالثا: آثار المصالحة.

ينتج عن المصالحة أثرين، الأثر الأول والأساسي يتمثل في انقضاء الدعوى العمومية والثاني أثر التثبيت.

أ- **انقضاء الدعوى العمومية:** نصت المادة 09 مكرر من الأمر 90-22 المعدل والمتمم بأمر رقم 03-01 صراحة على انقضاء الدعوى العمومية بالمصالحة، سواء تمت المصالحة

(1) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، مرجع سابق، ص 251.

(2) - أحسن بوسقيعة، المرجع نفسه. ص 251.

قبل المتابعة القضائية أو حتى بعد صدور حكم قضائي ما لم يحز على قوة الشيء المقضي به.

إذا حصلت المصالحة قبل إحالة الملف إلى النيابة العامة يحتفظ الملف على مستوى الإدارة المعنية.⁽¹⁾

إذا حصلت المصالحة بعد إخطار النيابة العامة يختلف الأمر حسب المرحلة التي وصلت إليها الإجراءات، فإذا كانت القضية على مستوى النيابة ولم يتخذ بشأنها أي إجراء تتوقف الدعوى العمومية بانعقاد المصالحة فيحفظ على مستوى النيابة، أما إذا كانت النيابة قد تصرفت في الملف فتحركت الدعوى العمومية إما برفع القضية إلى التحقيق وإما لإحالتها إلى المحكمة، ففي هذه الحالة يتحول اختصاص اتخاذ التدابير إلى هاتين الجهتين.⁽²⁾

لكن الإشكالية تثار بعد إحالة الملف إلى المحكمة المختصة هل تستطيع أن تجري المصالحة على مستوى المحكمة؟، هنا يصبح وكيل الجمهورية المختص وليست مديرية التجارية، فعلى هذا الأساس لا بد أن تتم قبل إحالة الملف إلى المحكمة إلى أن رأي آخر يرى إمكانية إجراء المصالحة شرط دفع الغرامة فعليا، وهنا لا تنقضي الدعوى العمومية لكن يستفاد من إثبات البراءة.⁽³⁾

ب- أثر تثبيت: تؤدي المصالحة الجزائية إلى تثبيت الحقوق سواء تلك التي اعترف بها المخالفة الإدارة أو تلك التي اعترفت الإدارة له، والمشرع لم يحدد مقابل الصلح مما يخص جرائم مخالفة قواعد ممارسة التجارة أو أحوال بهذا الخصوص إلى التنظيم تاركا القضية للإدارة تحده.

(1) - القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(2) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، طبعة 7، دار هومة، الجزائر، سنة 2007، ص 206.

(3) - بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، بلمادي عمر، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02، سطيف، ص 264.

الفرع الثاني: المتابعات القضائية.

أولاً: تحريك الدعوى العمومية.

1- النيابة العامة:

إن النيابة العامة هي المختصة بتحريك الدعوى العمومية واستعمالها بوصفها سلطة للاتهام، وهي في ذلك تمثل المجتمع في ممارسة حقه في الكشف عن مرتكب الجريمة وعقابها، لكن القانون يفيد سلطة النيابة في تحريك الدعوى العمومية عن بعض الأحوال فيستلزم صدور شكوى أو إذن أو طلب وكيل الجمهورية عندما يتلقى المحاضر وشكوى المرسلة من طرف الأعوان ذوي الصفة الضبطية أو المخول إليهم من طرف المدير الولائي للتجارة، وبعد فحصها قد يترأ له أنه لا مجال للسير في الدعوى فيأمر بحفظها في مقرر يكون قابلاً دائماً للمراجعة ويعلم به الشاكي في أقرب الآجال أو مباشرة الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي يقع فيها عمله.⁽¹⁾

فاختصاص قاضي التحقيق يكون بناء على طلب من وكيل الجمهورية أو عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المواد 67 و73 من قانون الإجراءات الجزائية، أما في حالة التلبس فيباشر قاضي التحقيق السلطة المخولة له بموجب المادة 57 من القانون المذكور آنفاً.⁽²⁾

2- مهام قاضي التحقيق:

تنص المادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية على أن التحقيق وجوبي في مواد الجنايات، أما في مواد الجنح يكون اختيارياً كما يجوز إجراءه في المواد المخالفة إذ طلبه وكيل الجمهورية.⁽³⁾

(1) - أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، جزء 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص ص 27-28.

(2) - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص ص 265-266.

(3) - المادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية.

الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التصيلي

والتحقيق هو نشاط إجرائي تباشره سلطة قضائية مختصة بالتحقيق حيث تنص المادة 03/38 من قانون الإجراءات الجزائية على أنه: "يختص بالتحقيق في الحادث بناء على طلب من وكيل الجمهورية أو شكوى مصحوبة بادعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادتين 67 و73".⁽¹⁾

أ- **الطلب الافتتاحي للإجراء التحقيق:** هو الطلب الذي بمقتضاه يلتمس وكيل الجمهورية من قاضي التحقيق القيام بإجراء التحقيق في قضية ما (المادتين 67، 38 من قانون الإجراءات الجزائية) مثل: الإضرار بصحة المستهلك جراء فساد المواد الغذائية والقاعدة أن النيابة العامة تختص بمباشرة التحقيق الابتدائي في المواد الجرح والجنايات طبقاً لأحكام المقررة لقاضي التحقيق، وتعد النيابة العامة هي الجهة الأصلية صاحبة الاختصاص الأصلي في التحقيق الابتدائي.⁽²⁾

ب- **تلقي شكوى مصحوبة بادعاء مدني:** طبقاً لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية يجوز لكل شخص يدعي مدنياً (مستهلك) بأن يتقدم بشكوى أمام قاضي التحقيق المختص.⁽³⁾

وبعد التأكيد من دفع مبلغ الكفالة يقوم قاضي التحقيق بعرض الشكوى على وكيل الجمهورية في آجال 05 أيام وذلك لإبداء رأيه، ويجب على وكيل الجمهورية أن يبدي طلباته في آجل 05 أيام من يوم التبليغ وهذا ما نصت عليه المادة 73 من قانون الإجراءات الجزائية.⁽⁴⁾

(1) - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 267.

(2) - أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية "دراسة مقارنة"، طبعة 1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، ص 404.

(3) - المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية.

(4) - المادة 73 من قانون الإجراءات الجزائية.

3- المستهلك (الطرف المضرور):

طبقا لنص المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية أنه يجوز للطرف المضرور أن يحرك الدعوى العمومية ويسمى المدعي المدني بسبب ما لحق به من ضرر، وفي الأوضاع والحكام التي يحددها قانون الإجراءات الجزائية، وفي مثل هذه الحالات يجوز للنيابة العامة تحريك الدعوى العمومية دون قيد فيما عدى الحالات التي يستثنىها القانون، فإذا كان الحق في الدعوى المدني يتعلق بحق خاص في تعويض الضرر فتتص المادة 01-02 من قانون الإجراءات الجزائية: "يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة بكل من أصابهم شخصا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة"، فإن الدعوى العمومية تتعلق بحق العام وهو المطالب بتطبيق القانون تطبيقا صحيحا بالوصول إلى تقرير مدى حق الدولة في العقاب فإن القانون يسمح للمضرور بالجريمة أيضا بتحريك الدعوى العمومية بالادعاء مدنيا أمام القضاء الجنائي يطالب إياه الحكم له بالتعويض عن الأضرار التي لحقت من الجريمة.(1)

4- جمعيات حماية المستهلك:

لقد تطرقنا سابقا لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم ودورها في إرشاد وتمثيل المستهلكين، إلا أن المشرع الجزائري أتاح لها أيضا الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء، فقد أجاز كل من المشرع الجزائري والمصري لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعوى أما محكمة مختصة حتى وإن لم يلحق ضررا بالمستهلك على أساس الخطأ الجنائي.(2)

(1) - عبد الله وهابيه، المرجع السابق، ص ص 93-94.

(2) - ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام "دراسة مقارنة" بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2008-2009، ص 232.

ثانيا: المحاكمة والطعن في الحكم الصادر.

يختص في الفصل في الجرائم المتعلقة بالإعلان التجاري قسم الجرح على مستوى المحكمة التي تقع بدائرة اختصاص محل وقوع الجريمة أو محل إقامة أحد المتهمين أو حال القبض عليهم طبقا لنص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية.(1)

1- الحكم في الدعوى العمومية:

الحكم هو أهم الإجراءات التي يتخذها القضاء في الدعوى الجنائية فهو الغاية التي تسعى إليها النيابة العامة عند إقامتها على متهم بعين وهو الذي يحدد سلطة الدولة في العقاب وكذلك هو غاية وهدف المتهم لأنه يريد من خلاله أن يثبت براءته مما إتهمته به النيابة أو على الأقل للحصول على أخف عقوبة ممكنة إذا تقررت إدانته.(2)

حيث جاء نص المادة 309 من قانون الإجراءات الجزائية أنه يتم النطق بالحكم سواء بالإدانة أو بالبراءة في جلسة علنية، وبحضور المتهم وجاءت الفقرة الثالثة في المادة 310 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري على أن الرئيس يتلو في الجلسة مواد القانون التي طبقت. ويشترط القانون أن يكون الحكم في الدعوى الجزائية يتضمن عدة بيانات نصت عليها المادة 314 من قانون الإجراءات الجزائية وتوجها فيما يلي:

بيان الجهة القضائية التي أصدرت الحكم.

بيان تاريخ النطق بالحكم.

ألقاب وأسماء الرئيس والقضاة المعنيين والمحلفين، وممثل النيابة العامة وكاتب الجلسة والمترجم عند وجوده.

هوية المتهم وموطنه ومحل إقامته...إلخ.

(1) - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 267.

(2) - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 437.

بيان وقائع الجريمة التي هي موضوع الاتهام، ذكر الأسئلة والأجوبة التي أعطيت وفقا للمادة 30 من الإجراءات الجزائية وما يليها.

بيان العقوبة المحكم بها ومواد القانون المطبقة... إلخ. (1)

2- الطعن في الحكم الصادر:

إن الدعم قد يصدر مشوبا ببعض الأخطاء الإجرائية أو الموضوعية أو يتبين بعد صدوره ما يجعله منافيا للواقع، والقانون الأمر الذي يتعين معه فتح باب الطعن في هذا الحكم، ويتبين في ذلك أن طرق الطعن تؤدي دورا إصلاحيا للحكم الجنائي يقصد ضمان الوصول للحقيقة وحسن تطبيق القانون وتحقيق أهدافه. (2)

المطلب الثالث: الجهة القضائية المختصة.

ما يجدر الإشارة إليه هو أن المشرع لم يسند الاختصاص إلى قضاء خاص ينظر في جرائم الاستهلاك، فخضع لقواعد الاختصاص العامة وعلى هذا الأساس سنتناول الاختصاص النوعي (الفرع الأول) ثم الاختصاص المحلي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الاختصاص النوعي.

الأصل أن المحاكم العادية هي صاحبة الاختصاص الأصلي في نظر كافة الدعاوى القضائية ومنها الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، وبما أننا أمام جريمة فإن الاختصاص النوعي سينعقد لا محالة إما بمحكمة المخالفات أو الجناح أو الجنايات حسب وصف الجريمة، حيث جاء في المادة 328 من قانون الإجراءات الجزائية أن المحكمة تختص بنظر الجناح والمخالفات، وتعد جناحا تلك الجرائم التي يعاقب عليها القانون بالحبس لمدة تزيد عن شهرين إلى خمسة سنوات أو غرامة أكثر من 2000 دج، وتعد مخالفة تلك الجرائم التي يعاقب عليها القانون بالحبس من شهرين فأقل من 2000 دج.

(1) - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع نفسه، ص 437.

(2) - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 444.

أما إذا كانت بصدد جناية فإن الاختصاص ينعقد بمحكمة الجنايات الموجودة بمقر المجلس وهو ما تنص عليه المادة 248 من قانون الإجراءات الجزائية، حيث جاء فيها: "تعتبر محكمة الجنايات الجهة القضائية المختصة بالفصل بالأفعال الموصوفة بجنايات..."⁽¹⁾ بل يجوز لمحكمة الجنايات أن تفصل في الجرح والمخالفات إذ كانت متعلقة بالجنايات المرفوعة أمامها، وعليه إذ لم تكن الأفعال محل الدعوى تشكل جريمة بمفهوم قانون العقوبات والقوانين المكملة له فلا ينعقد الاختصاص للمحاكم الجزائية ولا يبقى للطرف المتضرر سوى اللجوء إلى القضاء المدني للمطالبة بالتعويض.⁽²⁾

الفرع الثاني: الاختصاص المحلي.

إذ انعقد الاختصاص النوعي للمحكمة الجزائية فإنه يتعين على رافع الدعوى أن يراعي قواعد الاختصاص المحلي أو المكاني، ولهذا وضع قانون الإجراءات الجزائية في مادته 329 مجموعة من الخيارات أمام المتضرر.

أول هذه الخيارات أن يرفع دعوى لدى محكمة محل وقوع الجريمة، ويستند في تحديد مكان ارتكاب الجريمة إلى عناصر الركن المادي لها، وإذا تعددت أمكنة ارتكاب الجريمة فتكون من اختصاص كل محكمة وقع في دائرتها عنصر من عناصر الركن المادي المكون للجريمة وهو ما يطبقه القضاء الجزائري حيث ثبت الاختصاص لمحكمة تلمسان قسم الجرح باعتبارها محكمة وقوع جناحة عرض مادة اللحم غير صالح للاستهلاك.

وثاني الخيارات هو إقامة الدعوى أمام محكمة مكان إقامة أحد المتهمين بارتكاب الجريمة أي المكان الذي يقيم فيه المتهم المتدخل في دائرة اختصاص المحكمة، وليس السكن القانوني أو محل الإقامة المعتاد، ويستوي في ذلك أن تكون هذه الإقامة مستثمرة، وفي حالة تعدد المتهمين ينعقد الاختصاص بكل محكمة بها محل إقامة أحد المتهمين.⁽³⁾

(1) - عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في افلانون الجنائي وعلم الإجرام، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية الحقوق، تلمسان، سنة 2009-2010، ص 108.

(2) - عبد الحليم بوقرين، المرجع السابق، ص 109.

(3) - عبد الحليم بوقرين، المرجع نفسه، ص 110.

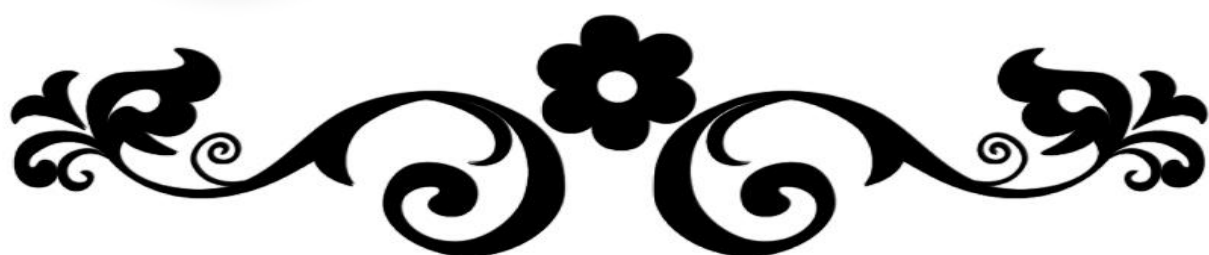
الفصل الثاني الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التصيلي

وأخيرا خيار أمام المتضرر هو محكمة مكان القبض على المتهم وذلك بغض النظر على سبب القبض أي أن العبرة بالإجراء ذاته فيستوي أن يتم القبض بالنسبة لنفس الجريمة، أو لأي سبب آخر، كما يكفي أن يتم القبض على أحد المتهمين بارتكاب الجريمة لينعقد الاختصاص للبقية.

تشير في الأخير أن مسألة الاختصاص المحلي من النظام العام يمكن إثارتها في أي مرحلة كانت عليها الدعوى ولو للأول مرة أمام المحكمة العليا، ويمكن للقاضي أن يحكم بها من تلقاء نفسه.⁽¹⁾

(1) - عبد الحليم بوقرين، المرجع السابق، ص 111.

نَامَةُ



وما يمكن الانتهاء إليه أنه من شأن الإشهار الإلكتروني التأثير على إدارة المستهلك وحملها على شراء المنتج محل العرض أو طلب الخدمة، فهو يفرض نفسه رغما عن إدارة المستهلك مقتحما عالمه دون الأخذ بعين الاعتبار لإرادته، وهذا يبذوا وكأنه اغتصاب لحرية وإرادة المستهلك، وعلى هذا الأساس فإن تجريم الإشهار الإلكتروني التضليلي هو حماية لإرادة المستهلك من جهة، وحماية للمحترف ومصالح من جهة أخرى.

إن الإشهار الإلكتروني التضليلي يلحق أضرارا ومخاطر تمس بطرفين المتعاقدين، وهذا ما دفع المشرع الجزائري إلى وضع مجموعة من القواعد والقوانين لردع هذه الجريمة.

لكن وعلى الرغم أن الإشهار الإلكتروني أصبح المصدر الأول للمعلومات حول السلع والخدمات إلا أنه لم يحظى بنص قانوني خاص به من قبل المشرع الجزائري.

لهذا بين المشرع الجزائري بعض الأحكام الإجرائية لتوفير الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني التضليلي وذلك من خلال تجريمه بموجب قانون التجارة الإلكترونية، والقانون 04-02، وقانون العقوبات الجزائرية، وهه القوانين تواجه الإشهار الإلكتروني في حد ذاته، بالإضافة إلى قوانين أخرى التي تجرمه بطريقة غير مباشرة.

أما عن الآليات القضائية المسخرة لتحقيق الحماية الكافية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني التضليلي فتتمثل في المصالحة أو المتابعة القضائية.

ونستخلص نتائج أهمها:

محدودية تعامل المشرع مع الإشهار الإلكتروني المضلل لاسيما بين تفرق وتشتت أحكامه بين مختلف القوانين.

أن مناط حماية المستهلك ينصرف إلى اعتصامه بشتى الجزاءات الإدارية والجزائية والمدنية من أجل الابتعاد عن الضرر قدر الإمكان.

أن ضابط الإشهار الإلكتروني المضلل يتحدد بمعيار الرجل العادي من حيث حدود مصداقيته واحترافيته.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نقدم بعض التوصيات فيما يلي:

على المشرع الجزائري مواكبة التطورات في الفضاء الرقمي وسن قوانين خاصة بالجرائم الإلكترونية.

سن قوانين مشددة العقوبات والجزاءات المقررة لمرتكب جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل.

ضرورة وضع سياسة خاصة بالإشهار الإلكتروني يلتزم بها المتعاقد دون الاعتماد فقط على المعايير التقليدية.

وضع أسس وقواعد من طرف المشرع خاصة بالمعاملات التجارية الإلكترونية مما تجعل من المحترف الإلكتروني والمستهلك ملزمين بالتقيد بها.

فائمة المصادر

والمراجع



1- المصادر:

1. قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو سنة 2018 بالتجارة بالإلكترونية.
2. الأمر رقم 10-95 المؤرخ في 25 فبراير 1995 المعدل والمتمم بالأمر رقم 13-18 المؤرخ في 11 يوليو 2018.
3. المرسوم رقم 201/88 المؤرخ في أكتوبر 1988 والمتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تحول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرّد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار التجارة.
4. المرسوم التنفيذي رقم 92/41 المؤرخ في 04-02-1992 والذي يحدد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وتكييفها وتسويقها في السوق الوطنية وكيفيات ذلك.
5. الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08-06-1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بالأمر رقم 02-16 المؤرخ في 19-06-2016.
6. الأمر رقم 05-03 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.
7. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23-06-2004 المعدل والمتمم في 28-07-2018، يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
8. المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
9. المرسوم التنفيذي رقم 05/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام.
10. القانون رقم 05-18 المؤرخ في 27 شعبان عام 1439هـ الموافق لـ 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

11. قانون 02-04 المؤرخ في 23-06-2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15-08-2010.
12. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
13. القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
14. الأمر 66-156 المؤرخ في 25 يونيو سنة 1996 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري المعدل والمتمم.

2- المراجع

1. إبراهيم بحتي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، سنة 2005.
2. ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، جزء 4، دون طبعة، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، سنة 1979.
3. أحسن بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المادة الجمركية بوجه خاص، دار هومة، الجزائر، سنة 2005.
4. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، جزء 2، دار هومة، الجزائر، طبعة 19، سنة 2013.
5. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، طبعة 7، دار هومة، الجزائر، سنة 2007.
6. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم ضد الأشخاص وضد الأموال، جزء 1، طبعة 1، دار هومة، الجزائر، سنة 2007.

7. أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، جزء 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
8. أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية "دراسة مقارنة"، طبعة 1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر.
9. بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة 2011.
10. برهان سمير، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، طبعة 1، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، سنة 2007.
11. بوراس محمد، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.
12. خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 1، سنة 2008.
13. خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.
14. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، دون سنة نشر.
15. خالد ممدوح، أمن الجريمة الإلكترونية، دون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، سنة 2008.
16. عبد الحفيظ بوقندورة، ضوابط تجريم الإشهار الكاذب في سوق الإعلانات التجارية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 24، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، جوان 2018.

17. عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون سنة نشر.
18. عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، جزء 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة 6، سنة 2006.
19. عبد الله شادلي فتوح، شرح قانون العقوبات "القسم العام"، دار المطبوعات الجامعية، مصر، سنة 1997.
20. علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2000.
21. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، سنة 2012.
22. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، سنة 2006.
23. لويس معلوف، المنجد في الإعلام، طبعة 31، دار المشرق، بيروت، لبنان، سنة 1991.
24. محمد أبو سمرة، الإعلام المهني، طبعة 1، دار الرأية للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2009.
25. محمد الحناشي، التسويق وإدارة المبيعات "مدخل تحليلي كمي"، دون طبعة، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، حلب، سوريا، سنة 1997.
26. محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية "دراسة مقارنة"، دار الفجر للنشر.
27. محمد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة نشر.

28. موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، طبعة 1، منشورات زين الحقوقية، العراق، دون سنة نشر.

29. موفق محمد عبده، حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي "دراسة مقارنة"، طبعة 1، دار المجدلاوي، عمان، الأردن، سنة 2002.

3- الرسائل الجامعية

1. ربيع زهية، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2017.

2. قاسمي بلقاسم، الإشهار والملكية الصناعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، سنة 2007-2008.

3. فاتح كمال، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر والغش في البضائع، طالب باحث بوحدة قانون الاستهلاك والمنافسة، كلية الحقوق، فاس، المغرب، دون سنة نشر.

4. علي بولحية بن خميس، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جزء 39، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، سنة 2000.

5. عبد الله وهابية، شرح قانون الإجراءات الجزائية مدعما بالتعديلات الجديدة والاجتهادات القضائية للمحكمة العليا، محاضرات بكلية الحقوق، جامعة الجزائر، سنة 2006.

6. بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، بلمادي عمر، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02، سطيف.

7. ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام "دراسة مقارنة" بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2008-2009.
8. عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي وعلم الإجرام، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية الحقوق، تلمسان، سنة 2009-2010.
9. سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة باتنة 01، سنة 2016-2017.
10. عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون داخلي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 12 جوان 2018.
11. بوزيد إيمان، ضمان حقوق المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون دولي وأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 16-03-2016.
12. عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ورقلة، كلية الحقوق، سنة 2016-2017.
13. مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسي، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2010-2011.
14. عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2009-2010.
15. علي حساني، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات "دراسة مقارنة"، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2011-2012.

16. الطيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته "دراسة مقارنة"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق، سنة 2009-2010.

17. خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، سنة 2000-2001.

4- المجالات والملتقيات:

1. أحمد سعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد 04، سنة 1995.

2. بلقاسم حامدي، الحماية الجزائرية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01.

3. بن قري سفيان، حدود مشروعية الإعلان التجاري، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك يومي 17 و18 نوفمبر 2009، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية.

4. بوخالفة عبد الكريم، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الإلكتروني، دون عدد، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

5. حمادي محمد رضا، حماية المستهلك من الإشهار المضلل للعلامات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 04، جامعة أحمد درارية، أدرار، سنة 2016.

6. سيوب بومدين مجلة الحجة، معالجة دورية تصدر عن منظمة المحامين لناحية تلمسان، ع01، جويلية 2007، ص 157.

7. صابر بايز، الحماية الوقائية للمستهك من الإعلانات التجارية الخادعة "دراسة قانونية مقارنة"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، عدد 01، سنة 2012.
8. صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، العدد 17، المجلد 5، جامعة زيان عاشور، الجلفة، سنة 2019.
9. طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت "دراسة مقارنة"، المجلة العربية الأمريكية، جامعة الحقوق، الجامعة العربية الأمريكية، العدد 63.
10. الطيب ولد عمر، الجزاء العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، مجلة دراسات قانونية صادرة عن مركز البحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد 06، سنة 2008.
11. علاوة همام وسارة عزوز، الحماية الجزائية للمستهك من الممارسات غير النزيهة، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، جامعة الحاج لخضر *باتنة 01*، سنة 2017.
12. عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهك في مرحلة قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الإعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، العدد 02، سنة 2012.
13. محمد بودالي، الحماية القانوني للمستهك من الإشهار الكاذب، مجلة العوم القانونية والإدارية، العدد 06، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سنة 2007.
14. محمد شرايرية، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 16 مارس 2017.
15. يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 32، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، سنة 2009.

1. Dimitri Noutcieff: droit commercial acte de commerce, commerçants fond de commerce instruments de paiement et de crédit, Sirey, 3 Ed, .
2. Régis Fabre et Marie-pierre Bonnet Des plan et autres, droit de la publicité et de la promotion des ventes, 03^{eme} éd Dalloz, Paris, France, 2006.

الفهرس



الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للإشهار الإلكتروني التضييلي	
03	المبحث الأول: مفهوم الإشهار بوجه عام.....
03	المطلب الأول: التعريف بالإشهار.....
03	الفرع الأول: تعريف الإشهار التقليدي.....
07	الفرع الثاني: الإشهار الحديث (الإلكتروني).....
10	المطلب الثاني: مفهوم الإشهار التضييلي.....
10	الفرع الأول: تعريف الإشهار التضييل.....
11	الفرع الثاني: تقدير الإشهار التضييلي.....
12	المطلب الثالث: مفهوم الإشهار الإلكتروني التضييلي.....
12	الفرع الأول: تعريف الإشهار الإلكتروني التضييلي.....
14	الفرع الثاني: شروط الإشهار الإلكتروني التضييلي.....
16	المبحث الثاني: المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني التضييلي وأركانه.....
16	المطلب الأول: أركان جريمة الإشهار الإلكتروني التضييلي.....
16	الفرع الأول: الركن الشرعي.....
18	الفرع الثاني: الركن المادي.....
20	الفرع الثالث: الركن المعنوي.....
21	المطلب الثاني: المسؤولية الجنائية للأشخاص.....
21	الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي.....
22	الفرع الثاني: المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي.....
23	المطلب الثالث: عقوبات الإشهار الإلكتروني التضييلي.....
23	الفرع الأول: الإشهار الإلكتروني في ظل الجرائم الواردة في قانون العقوبات الجزائية.....
27	الفرع الثاني: العقوبات الأصلية.....
28	الفرع الثالث: العقوبات التكميلية.....

الفصل الثاني: الأحكام الإجرائية للإشهار الإلكتروني التضييلي

32	المبحث الأول: القواعد التنظيمية للحماية من الإشهار الإلكتروني التضييلي..
32	المطلب الأول: حظر الإشهار الإلكتروني التضييلي طبقا للقواعد الخاصة.....
32	الفرع الأول: القواعد المطبقة لحماية المستهلك في ظل قانون التجارة الإلكتروني.....
32	الفرع الثاني: المكلفون بإجراءات التحري والإجراءات العقابية وفقا لقانون
34	الممارسات التجارية 04-02.....
37	الفرع الثالث: قوانين الإشهارات.....
38	المطلب الثاني: القواعد التي لا تواجه الإشهار الإلكتروني التضييلي في حد ذاته.
39	الفرع الأول: الحماية الجزائية من الإشهار الإلكتروني التضييلي وفقا لقانون.....
43	الفرع الثاني: الحماية من الإشهار الإلكتروني المضلل طبقا لقانون حماية الملكية الصناعية وقانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.....
47	المبحث الثاني: الأحكام الإجرائية القضائية.....
47	المطلب الأول: إجراءات المعاينة.....
47	الفرع الأول: مهمة الحجز.....
50	الفرع الثاني: مهمة تحرير محضر المخالفات.....
51	المطلب الثاني: إجراءات المتابعة.....
51	الفرع الأول: الطريق الودي "المصالحة".....
56	الفرع الثاني: المتابعات القضائية.....
60	المطلب الثالث: الجهة القضائية المختصة.....
60	الفرع الأول: الاختصاص النوعي.....
61	الفرع الثاني: الاختصاص المحلي.....

64 **خاتمة**

67 **قائمة المصادر والمراجع**

الفهرس

ملخص البحث:

رغم المزايا التي يوفرها الإشهار الإلكتروني إلا أن البيئة الإلكترونية مليئة بمخاطر فنية وأخرى قانونية تنعكس على العلاقة التي يتواجد فيها المتعاقد الإلكتروني. هذا ما يؤكد ضرورة وجود تنظيم قانوني يتلاءم مع خصوصيته. لذا يجب أن تكون الإشهارات الإلكترونية في إطار القانون وكل ما يخرج عن ذلك يعتبر غير مشروع أي إشهار تضليلي يهدف إلى خداع المستهلك وتضليل إرادته لبعثه على التعاقد. لذلك تصدى له المشرع الجزائري وفقا للقانون المنظم للممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك بدرجة أولى.

Résumé de la recherche :

Malgré les avantages procurés par la publicité électronique, l'environnement électronique est plein de risques techniques et juridiques qui se reflètent dans la relation dans laquelle le contractant électronique est présent. Cela confirme la nécessité d'une organisation juridique compatible avec sa vie privée. Par conséquent, les publicités électroniques doivent être dans le cadre de la loi et tout ce qui va au-delà est considéré illégal. Il est illégal de toute publicité trompeuse visant à tromper le consommateur et à induire en erreur sa volonté de lui faire parvenir un contrat. Le législateur algérien y a donc répondu conformément à la loi réglementant les pratiques commerciales et à la loi sur la protection des consommateurs en premier lieu.