



جامعة العربي التبسي - تبسة - الجزائر

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر

تخصص قانون جنائي

بعنوان

الحماية الجزائرية للمستهلك من الإشهار التضليلي

إشراف الأستاذ الدكتور:
دلول الطاهر

إعداد الطالبة:
بوغرارة فريدة

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة في البحث
خالدي خديجة	أستاذ محاضر ب-	رئيسا
الطاهر دلول	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
بوساحية السايح	أستاذ محاضر ب-	ممتحنا

السنة الجامعية 2017/2018

الكلية لا تتحمل أي مسؤولية على ما
يرد في هذه المذكرة من آراء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمِنَ النَّاسِ وَالِدَوَّابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ
أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ
الْعُلَمَاءُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ (28)

سورة فاطر

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا
عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (32)

سورة البقرة

شكراً واحترافاً

أحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ، أقف له وقفت إجلال وإكبار على ما أمده لي من صبر وقوة و عزيمة خلال مشواري الدراسي ، وتوفيقي في إتمام هذا العمل ، وما توفيقي إلا بالله العلي العظيم .

أوجه شكري الجزيل للأستاذ الدكتور دلول الطاهر على كل التوجيهات و النصائح و المعلومات القيمة التي ثمنت هذا العمل و ساهمت في إجاره

الشكر لكل أعضاء لجنة المناقشة

وأخيرا لكل من ساعدني في انجاز هذا العمل.

إلى من عاشرا مع

الهي لا يطيب الليل إلا بشركه... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب
اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب أجنحتك إلا برؤيتك، الله جل جلاله.
إلى من بلغ الرسالت... وأدى الأمانت،... إلى نبي الرحمت
محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلفه الله بالطيبت و الوقار... إلى من علمني العطاء دون انتظار... إلى من أحمل
اسمه بكل افتخار... أرجو من الله أن يمد عمرك، و تبقى كلماتك نجوم اهتدي بها
اليوم و في الغد و إلى الأبد

أبي العزيز

إلى ملاكي في أكياة... إلى بسمت أكياة وسر الوجود،... إلى من كان دعاءها سر نجاحي
... إلى أعلى أكبايب... أطل الله في عمرها

أمي أكبيبت

إلى فلذات كبدي... أبنائي الأعزاء حفظهم ربي... فاطمة الزهراء، إبراهيم، سيف.
إلى رفيق دربي والذ أبنائي... زوجي الكريم زهير
إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء كل باسمه... رعاهم ربي وأدامهم بالصحت والعافيت.
إلى أبناء وبنات إخوتي وأخواتي حفظهم الله.

إلى من تميرن بالوفاء والعطاء وأجود... صديقتي العزيزتين، خديجة وصوريت
إلى من نور سيرة العلم والنجاح أسانذتي في كل أطوار الدراسة.
إلى كل طالب علم في كل مكان.

مقدمة

مقدمة

إن الحياة الاقتصادية والاجتماعية في زمننا الحالي تشهد تسابق كبيراً من أجل إرضاء رغبات المستهلك، وذلك في مجال الخدمات و السلع سواء كانت على مستوى الأسواق الوطنية أو الدولية، فالمستهلك يعتبر فريسة سهلة للتضليل والخداع في عصر تميزه التقنية المتطورة المستعملة في الاشهارات والإعلانات بأي وسيلة كانت خاصة إذا كانت مضللة وخادعة لذا أصبح موضوع حماية المستهلك يفرض نفسه في جميع المجالات.

فقد أصبح الإشهار إحدى سمات العصر، وقد ظهر هذا الأسلوب بشكل واضح بظهور المجتمع الصناعي واقتصاد السوق الذي صاحبه انفتاح إعلامي هائل، فإذا كانت السوق في المفهوم الاقتصادي لقاء العرض و الطلب فان الإشهارات التجارية توسع دائرة هذه السوق.

و لقد أصبحت القوانين الاقتصادية المعاصرة تهدف وبشكل واضح إلى حماية المستهلك ويعد القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من أهمها، حيث ورد في مادته الثالثة التي جاء فيها " كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية شخص آخر أو حيوان متكفل به" بما قد يوحي بأن المستهلك الذي يستحق الحماية المقررة في قانون حماية المستهلك ليس نفسه الذي يستحق الحماية في قانون الممارسات التجارية لا سيما وأن قانون حماية المستهلك يكون في مواجهة المتدخل أو المهني (المحترف)، وكذلك قانون 06-10 المؤرخ في 05- أوت 2010 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للقانون 02-04.

فالإشهار يعتبر وسيلة ناجحة لجذب اكبر عدد ممكن من المستهلكين، ولذلك شدد القانون في أحكامه حماية للمستهلك الذي قد يكون ضحية تضليل وكذب إشهاري، غير أنه ينبغي التأكيد على أن إطلاق حرية الأعوان الاقتصاديين في مجال الإشهار سيؤدي

بالضرورة إلى المساس بحقوق المستهلك سيما الحق في الإعلام الصادق والنزيه الذي يعد هدفا تسعى إليه قوانين حماية المستهلك، ولأجل ذلك الغرض منعت القوانين المذكورة كل إشهار من شأنه أن يزرع لبسا أو غموضا أو انتهاك لحقوق المستهلك لهذا أصبحت ما تسمى الإشهارات التضليلية والكاذبة محل حظر قانوني لنتائجها السلبية على المستهلكين. وحق المستهلك في حمايته من الإشهار التضليلي باعتباره موضوع الدراسة يخول للمستهلك التعرف على المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يرغب بشرائها، بحيث تعينه تلك المعلومات على تحديد اختياراته حتى لا يقع في التضليل.

والمشرع الجزائري على غرار باقي التشريعات نجده قد ضمن حق المستهلك في الحماية ونص على ذلك التشريع الدستوري، كما أقر له الحماية الجزائية من أي سلوك من شأنه أن يمس به ويشكل جريمة.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية موضوع الدراسة فيما يلي:

- إن موضوع الحماية الجزائية للمستهلك تستمد أهميتها بالأساس من المكانة التي يحتلها الفرد في الدولة، والذي يتعرض للكثير من هذه الجرائم في حياته اليومية و التي تتعلق بأسمى حقوقه الإنسانية وهي سلامة الجسم و النفس و المحافظة عليهما، وبذلك تزداد حاجة المستهلك إلى تشريع جنائي يحميه من هذا التهديد.
- وتبرز أهمية الموضوع أيضا في انه موضوع المجتمع بأسره باعتبارنا جميعا مستهلكون فالاشهارات و الإعلانات التجارية حاليا أصبحت المتحدث الرسمي عن نشاط الشركات و الأفراد لذلك يجب أن يكون مصدر هذه الإعلانات موثوقا وصادقا و ليس مضللا و كاذبا هدفه إلا التأثير على المستهلك و سلب ماله.

دوافع اختيار الموضوع:

- الدوافع الشخصية: تتمثل في كون الموضوع حيوي يمس جميع مستهلكي العالم وأيضا الانتشار الكبير للكذب و الخداع والتضليل في الحياة الاستهلاكية، ومن خلالها كثرة الجرائم الماسة بالمستهلك.

- الدوافع الموضوعية: تم اختيار دراسة هذا الموضوع بسبب:

- ارتفاع نسبة قضايا جريمة الإشهارات المضللة و الخادعة في العالم وهذا راجع لما نشهده يوميا من اكتشاف للسلع المغشوشة على مستوى الإنتاج أو على مستوى التسويق.
- وكذلك لما كانت حماية المستهلك في شقها الجزائي متنوعة ومتعددة الجوانب ، فقد كانت رغبة جامحة للخوض في غمارها لكن ليس في كل جوانبها ، لأن ذلك لن تسع له دراسات عدة بل بالتركيز على الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار التضليلي نظرا لما له من أهمية.

إشكالية الدراسة:

ما مدى فعالية التشريع في تحقيق الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار

التضليلي؟

إن الإجابة على هذه الإشكالية سواء في شقها النظري أو العملي ليس بالأمر الهين لذلك ارتأينا أن نتطرق إلى أهم جوانب هذا الميدان ، واقتصرنا على الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار التضليلي .

- المنهج المتبع:

ولمعالجة إشكالية الدراسة اتبعت المنهج الوصفي وذلك لمعرفة ما قيل في هذا الموضوع، كما اتبعت المنهج التحليلي من اجل جمع المعلومات وتحليل المواد و النصوص القانونية و المراسيم والقرارات التي اقرها المشرع في موضوع البحث.

وقد قمنا بتقسيم هذه المذكرة إلى فصلين : الفصل الأول معنون بـ : الأحكام الموضوعية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي، الذي قسم بدوره إلى مبحثين رئيسيين ، المبحث الأول أتطرق فيه إلى ماهية الإشهار التضليلي ، وفق مطلبين ، الأول مفهوم الإشهار التضليلي والمطلب الثاني المتضرر من الإشهار التضليلي، والمبحث الثاني تطرقت فيه إلى أركان جريمة الإشهار التضليلي ، الذي رصدنا له ثلاث مطالب ، الأول الركن الشرعي ، والمطلب الثاني الركن المادي والمطلب الثالث الركن المعنوي.

أما الفصل الثاني فخصصناه إلى الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي وهو الآخر قسم إلى مبحثين ، المبحث الأول حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الذي يتفرع إلى مطلبين ، الأول ضوابط حماية المستهلك من الإشهار التضليلي والمطلب الثاني الجهات المكلفة بإثبات الجريمة ، وبالنسبة للمبحث الثاني فكان بعنوان المسؤولية الجنائية والجزاءات المترتبة عنها ، وفيه مطلبين الأول المسؤولية الجنائية للأشخاص في مجال حماية المستهلك من الإشهار التضليلي ، والمطلب الثاني الجزاءات المترتبة على الإشهار التضليلي.

الفصل الأول

الأحكام الموضوعية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي

الفصل الأول : الأحكام الموضوعية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي

إن المشرع الجنائي دائما يسعى إلى حماية المصالح الحيوية للمجتمع والفرد ومن ذلك مصالح جمهور المستهلكين حيث نجد بعض المصالح محمية بنصوص وردت في قانون العقوبات أما غالبيتها فإنها محمية بواسطة قوانين خاصة هي في أصلها قوانين اقتصادية تضع هذه الأخيرة أحكاما خاصة للتجريم والمسؤولية في حالة الإضرار بمصالح المستهلك وتقر جزاءات لها ، ومن أهم هذه القوانين في التشريع الجزائري نجد القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم للقانون 02-89 ، وكذا القانون 06-10 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للقانون 02-04، وغيرها من المراسيم والقرارات التي تنظم موضوع المستهلك وتحمي مصالحه بصفة عامة ، ومنها حمايته من الإشهار التضليلي موضوع دراستنا ، حيث نعرض خلال الفصل الأول ضمن مبحثين المبحث الأول ماهية الإشهار التضليلي، والمبحث الثاني يتضمن أركان جريمة الإشهار التضليلي.

المبحث الأول : ماهية الإشهار التضليلي و المستهلك

أصبح الإعلان يشكل إحدى سمات هذا العصر وقد رافق الإشهار أو الإعلان ظهور المجتمع الصناعي واقتصاد السوق بما أدى إليه من رخم في المعلومات ، ومساهمة في تدفقها وانتشارها لذلك لم يكن ممكنا تصور قيام مجتمع اقتصادي متطور في غيبة الإشهار أو الإعلان¹. ومن ثم نقسم المبحث إلى مطلبين ، نتناول في الأول مفهوم الإشهار التضليلي ، وفي الثاني المتضرر من الإشهار التضليلي .

المطلب الأول : مفهوم الإشهار التضليلي

يعتبر الإعلان التجاري أهم مصدر للمعلومات ، وذلك أنه شكل من أشكال الدعاية وهو أيضا أداة للتعريف بالمنتجات والخدمات ومدى قدرتها على الوفاء بحاجات المستهلك الا أن المعلن قد يلجأ إلى أساليب الغش والخداع والكذب لتضليل المستهلك الأمر الذي يجعل من حماية المستهلك من هذه الإعلانات تحتل أهمية قصوى². ونظرا لما يسببه الغش بأنواعه المختلفة من أضرار كبيرة على كل من المستهلك والمنتج و الاقتصاد الوطني من خلال إضراره بالمستهلك وهدره للموارد وأثاره الضارة على صحة و حياة المستهلكين والإضرار بالنشاط الاقتصادي وإضعاف ثقة المستهلكين بالسلع و الخدمات ، وكان موضوع حماية المستهلك ومكافحة الجرائم الاقتصادية ومنها الغش والاحتكار و الإعلانات المضللة من الموضوعات التي بحثتها العديد من المؤتمرات الدولية ، كما هو الشأن بالنسبة للمؤتمر السادس بروما عام 1959 في لوكسمبورغ . وكذلك المؤتمر الأول للقانون الاقتصادي في الأرجنتين الذي

1- محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة في القانون الفرنسي) ، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 130.

2. طحطاح علال ، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ، فرع القانون الخاص كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2013/ 2014 ، ص 166 و 167 .

ناقش موضوع حماية المستهلك من مثل تلك الممارسات ، وغير ذلك من المؤتمرات الدولية ، وسيرا على هذا المنهج منع قانون الممارسات كل إعلان تضليلي واعتبر إخلالا بمبدأ النزاهة كل من يقوم بذلك¹ ، وسنتعرض لتعريف الإشهار التضليلي ثم محله ، فخصائصه.

الفرع الأول : تعريف الإشهار التضليلي

يعرف الإشهار أو الإعلان المضلل بأنه الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي إلى ذلك ، هذا وأن الإعلان المذكور قد لا يتضمن بيانات كاذبة ولكنه يصاغ بعبارات تؤدي إلى خداع المتلقي².

فالتضليل هو ما يخالف الحقيقة ويمس بمبادئ شرف التعامل و النزاهة والأمانة في إطار المنافسة بقصد تضليل العملاء أو الاستحواذ عليهم ، والتضليل قد ينصب على هوية وطنية أو تركيبة أو مصدر أو كميات أو صفات أو كيفية أو أسباب استعمال المنتج أو الخدمة . كما يتحقق التضليل في الأسعار عن طريق إشهار سعر مطابق للسعر الحقيقي المعروف أمام المستهلك³.

يعرفه البعض الآخر بأنه : يحصل بأية وسيلة كانت متناولا سلعة أو خدمة متضمنا عرضا أو بيانا أو ادعاء كاذبا أو مصاغ بعبارات من شأنها أن تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع أو تضليل المستهلك .

ويعرف الفقه الإشهار بأنه " كل بلاغ صادر عن محترف موجه إلى العامة بهدف تشجيع طلبات الشراء " .

1- طحطاح علال ، المرجع السابق، ص 167.

2- بتول صراوة عبادي ، التضليل الإعلاني التجاري و أثره على المستهلك دراسة قانونية ، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ، لبنان ، دون سنة النشر ، ص 70 .

3- بن قري سفيان ، (مداخلة في أعمال الملتقى الوطني ، المنافسة وحماية المستهلك) ، بجاية ، بقاعة المحاضرات

أبو دار أيام 17 و 18 نوفمبر 2009 ، ص 30.

أما في القانون الجزائري فالمادة 28 من القانون 10-06 المعدل و المتمم لقانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أشارت إلى التضليل والالتباس الذي قد يحدثه الإشهار، كما أشارت في فقرتها الأخيرة إلى الكذب الذي يتعمده المعلن عن كمية السلع والخدمات التي يحوزها والتي تكون أقل مما هو معلن عليه في الإشهار بالإضافة إلى أن نفس الفقرة لم تحصر التلاعب في الكمية والوفرة في مفهوم الكذب بل حتى التضليل قد يطال هذا العنصر، كما أكدت على ذلك الفقرة 02 من المادة، وأضافت الفقرة الأخيرة فكرة التضليل بالاعتماد على ضخامة الإشهار فإذا كان مبالغاً فيه فقد يؤدي إلى تصور أن المعلن يحوز على كميات أوفر مما يعرضه في إشهاره.¹

ونجد إشارة إلى منع الإشهار التضليلي في المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.² كما نص المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم على منع الإشهار المضلل للمستهلك.³ فمشتريات المستهلك تتحدد على أساس حاجاته حيث يساعده الإشهار أو الإعلان على اتخاذ قراراته فباقتناء منتج معين أو خدمة معينة. ولكن قد يتعدى الإعلان أو الإشهار هذه الحدود لتعمد تضليل المستهلك عن طريق الجمل والكلمات والشهادات الكاذبة أو بالمغالطات في إظهار الاختلافات بين المنتجات ويركز الاهتمام على

1- المادة 28 من القانون 10-06 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق ل 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010. "...يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي...."

2- المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

3- المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المعدل والمتمم.

الشكل دون المضمن ، وغالبا ما يعتمد الإشهار على إثارة دوافع الرغبة دون ذكر سبب تمييز العلامة أو المنتج المعلن عنه عن المنتجات الأخرى البديلة .¹ وعلى هذا ينبغي اعتبار الإشهار تضليلي كل إشهار يتم بأية وسيلة كانت ويتناول سلع أو خدمات ، ويتضمن عرضا أو بيانا أو ادعاء كاذبا أو مصاغ بعبارات من شأنها ان تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع أو تضليل المستهلك أو التدليس عليه في أحد الأمور المتعلقة بالسلعة أو الخدمة .والتضليل في الإعلان قد يقع على عنصر أو أكثر من عناصر المنتج أو الخدمة محل الإعلان ، بحيث يكون من شأن التضليل دفع الجمهور الإقبال على منتجات ما كان ليقبل عليها أصلا أو كان يمكن أن يقبل عليها لكن وفقا لشروط مختلفة .²

الفرع الثاني : محل التضليل

لتقدير محل الإشهار التضليلي أظهر الفقه معيارين ،معيار ذاتي ومعيار موضوعي بحيث يقاس التضليل الذي يتعرض له المتلقي عند الأخذ بالمعيار الذاتي بطريقة ذاتية يأخذ فيها بشخصية المتلقي ، ويقاس هذا التضليل بطريقة مجردة عند الأخذ بمعيار موضوعي لأنه في المعيار الذاتي ينظر إلى شخصية المتلقي وليس إلى التضليل في حد ذاته ويتم تحديد التضليل من خلال شخص المتلقي ، وقد يكون دون ذلك .وبناء عليه يكون الإشهار مضللا في الحالة الأولى إذا خدع الإشهار الكاذب أو المضلل الشخص شديد الفطنة ، ويعتبر كذلك في الحالة الثانية إذا كانت درجة الذكاء واليقظة قليلة ،وقد يكون المتلقي إنسانا عاديا أي مستهلك متوسط، ولا يعد الإشهار مضللا الا إذا كان يقع فيه عامة الناس .³

1- علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، دار الهدى ، عين مليلة -الجزائر ، دون سنة النشر ، ص 54.

2- غسان رياح ، قانون حماية المستهلك الجديد ، منشورات زين الحقوقية ، الطبعة الأولى ، بيروت،2006، ص 114
3-محمد بودالي ، المرجع السابق، ص194.

- إن هذا المعيار يعاب عليه عدم انضباطه لأنه يتطلب البحث في شخصية المتلقي وكشف درجة اليقظة والذكاء لديه وهو أمر خفي يصعب على القاضي التأكد منه بدقة لأنه يختلف من شخص إلى آخر.¹

أما بالنسبة للمعيار الموضوعي فيجسد المتلقي من ظروفه الشخصية ، حيث يأخذ بالمستهلك المتوسط الذي يمثل جمهور الناس فلا هو خارق الذكاء ولا شديد اليقظة ، ولا هو المستهلك الضعيف محدود الفطنة الذي يحتاج إلى حماية خاصة . وفي هذا المعيار المجرد يعفى القاضي من البحث عن ما هو كامن في النفس ، وهو معيار لا يختلف في تطبيقه من شخص إلى آخر .فالتضليل أو الخداع واحد بالنسبة إلى جميع الناس يستوي في ذلك أن يكون ضحية الإشهار المضلل شخصا ذكيا أو شخصا ساذجا ،وأغلبية أحكام القضاء تتبنى هذا المعيار المجرد الذي بموجبه لا يقوم التضليل في الإشهار الا إذا كان من شأنه تضليل المستهلك العادي لذا يضع القاضي نفسه مكان المستهلك المتوسط عند تحديد الطبيعة المضللة للإشهار ، وفي الواقع فان هذا المعيار هو الأفضل في التطبيق.²

إن الإشهار الذي لا يذكر بيانات كاذبة ولكنه يصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع الجمهور يعتبر إشهارا مضللا والمثال عن ذلك أن يذكر في الإشهار أن السجاد الشرقي المعروض للبيع في فرنسا قادم من مركز الجمارك ، لكن السجاد مستورد من إيران ، الا انه ذكر عبارة أن هذا السجاد قادم من مركز الجمارك هذا يثير في ذهن المتلقي العادي إن ثمن المبيع رخيص نسبيا بحكم خضوعه لنوع من المصادرة أو البيع في المزاد من جانب مصلحة الجمارك، وهذا غير صحيح . فالإعلانات صارت تحيط بالمرء في حياته العادية من كل جانب وصوب وتتبعه أينما ذهب التلفزيون بالدرجة الأولى سواء كان البث ارضيا أو فضائيا حتى أن دقيقة الإعلان فيه بحسب المناسبة تصل على بعض القنوات المشهورة إلى عشرين وتتبعه أينما حل ألف دولار.³

1- موفق حماد عيد ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية ، دراسة مقارنة ، مكتبة السنهوري ، منشورات الزين الحقوقية، 2006 ص 61 و 62

2- يمينه بليمان، (الإشهار الكاذب و المضلل)، مجلة الحقوق والعلوم السياسية بكلية الحقوق ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، المجلد ب ، العدد 32 ، ديسمبر 2009 ، ص 294 و 295

3- غسان رباح، المرجع السابق ، ص 30.

كذلك عبر الإذاعات ولا سيما في القنوات الصباحية والمسائية أو الجرائد والمجلات إلى جانب تغطية مساحات واسعة وكبيرة لواجهات المباني وأعمدة الإنارة وعلى جنيات وسائل النقل العام والخاص إلى المنشورات الإعلامية المرسلة مع الصحف أو الموضوعة في علب البريد ، كذلك أغلفة الكتب ومعلبات المواد الغذائية حتى أن البعض يعتبر أن الإعلانات صارت واقعا يتعايش معه الإنسان رغم محاولة رفضه وأصبح يمثل قوة ضاغطة تتحكم بإرادته في حال قرار شراء سلعة أو طلب خدمة ، وفي بعض الأحيان يجري الأمر بطريقة لا شعورية لاسيما إذا كان صاحب الحاجة مستعجلا للحصول عليها . حيث أن المشروعات الصناعية و الموردين والتجار يلجئون إلى الدعاية المضللة و الكاذبة في بعض الأحيان وهؤلاء المضللون لا يعينهم سوى أقصى حد من الأرباح على حساب من يخدعوا بهذه الدعاية.¹

الفرع الثالث: خصائص الإشهار التضليلي

يضم الإعلان عدة خصائص وهي :

- (1) **الإعلان نشاط غير شخصي** : ليس هناك ضرورة في الإعلان إلى وجود اتصال مباشر بين المعلن والمعلن إليه ، باعتبار أن الإعلان شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي يجري عن طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر وبواسطة جهة معلومة ومحددة .
- (2) **الإعلان وسيلة اتصال مزدوجة** : فهو وسيلة إيصال المعلومات للأفراد من جهة، كما أنه وسيلة إلى معرفة ردود أفعال المستهلكين من جهة ثانية .
- (3) **تعدد أغراض الإعلان وأهدافه** : فهو يهدف إلى توفير المعلومات للمستهلك وتأثيرها عليه على نحو غير مباشر وإقناعه وتحفيزه ، ويهدف أيضا إلى ترويج المؤسسة وليس للسلعة.²

1- غسان رباح، المرجع السابق ، ص 31.

2- طحطاح علال ، المرجع السابق ، ص166

والأصل في الإعلان أنه عمل مشروع إلا أنه يرتبط بأفعال وأوضاع تهدف إلى غايات تجعله غير مشروع ومنافيا لمبادئ المنافسة الحرة والنزاهة ، وهو بهذا يشكل دعاية كاذبة أو إشهار مضلل والدعاية الكاذبة هي كل دعاية تؤدي إلى إيقاع الأشخاص الذين توجه إليهم في غلط.¹

وقد حددت المادة 28 من قانون الممارسات التجارية الحالات التي يكون فيها الإشهار تضليلي و بالتالي غير مشروع بنصها على "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهارا غير شرعي و ممنوعا كل إشهار تضليلي ، لاسيما إذا كان :

1. يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو وفرته أو مميزاته .

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

3. يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.²

وهناك من يحاول التمييز بين الإعلان الكاذب والإعلان المضلل على أساس أن الإعلان الكاذب هو الذي يتضمن البيانات الكاذبة كليا أو جزئيا ، بينما الإعلان المضلل لا يتضمن بيانات كاذبة ولكن يصاغ بطريقة تؤدي إلى خداع المتلقي .

1- طحطاح علل ، المرجع السابق 167

2- القانون رقم 10-06 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق ل 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

كذلك لا فرق بينهما وذلك لأن العبرة ليست بمضمون الإعلان وإنما بالأثر الذي يترتب على المتلقي وهو تضليله ،سواء كان الإعلان متضمن غير الحقيقة أو متضمن الحقيقة ولكن بصياغة سيئة فإنه في النهاية سيؤدي إلى تضليل المتلقي وعليه يكون مضللا في كلتا الحالتين.¹

حيث نصت المادة 15 من القانون رقم 06-13 في الفقرة 2 منها " تهدف الإشهارات القانونية الإلزامية بالنسبة للأشخاص الطبيعيين التجار إلى إعلام الغير بحالة وأهلية التاجر وبعنوان المؤسسة للاستغلال الفعلي لتجارته ، وبملكية المحل التجاري ، وكذا بتأجير و تسيير وبيع المحل التجاري.²

كما يسعى كل الأعوان الاقتصاديين لترويج منتجاتهم وفي سبيل ذلك يستعملون وسائل عدة أهمها الإشهار ، والذي يقصد به بأنه النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور بقصد تحقيق أهداف تجارية ، أو أنه مجموعة الوسائل المستخدمة وذلك للتعريف بمشروع صناعي أو تجاري لتسويق وترويج منتج معين ، وهو كل ما ينشره التاجر وغيره من المسوقين في الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون أو نشرات خاصة تعلق الجدران أو توزع ويعلن فيها ما يراد الترويج له ، ولفظة الإعلان (الإشهار) لا تعبر في عمومها على الهدف المقصود المتمثل في حماية المستهلك وخداعه والتأثير في عقيدته الشرائية .

كما أن هذا التضليل من شأنه من جهة أخرى المساس بمصالح المستهلك المشروعة لاسيما إذا ما تعلق الأمر بتعريف المنتج أو الخدمة أو مميزاته مما يوقعه في غش وتدليس ، وكذلك الأمر بالنسبة لارتفاع الأسعار بسبب إدعاء العون الإقتصادي ندره المنتج أو الخدمة.³

1- طحطاح علل ، المرجع السابق ، ص 169.

2- القانون رقم 06-13 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المؤرخ في 2004 ، الجريدة الرسمية، العدد 41 السنة 2004 .

3- طحطاح علل ، المرجع السابق، ص 169.

- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس ببائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطاته، وفي هذا أيضا مساس بباقي البائعين من جهة لأن ذلك يشكل صورة من صور المنافسة غير المشروعة، كما يشكل تدليسا لمقتني ذلك المنتج أو الخدمة من الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين على السواء من جهة أخرى و هو بذلك مساس بلا شك بالالتزام بالنزاهة .

- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار و هذا يشكل نوع من الكذب غير المشروع ويدل على سوء النية، كما قد يهدف هذا الوضع إلى المساس بالمنافسة لاسيما فيما يتعلق بالأسعار فالتضليلي يمس بقواعد المنافسة ويمس بمصالح المستهلك المشروعة.¹

المطلب الثاني : المتضرر من الإشهار التضليلي.

إن التحديات الراهنة التي تفرضها ظاهرة العولمة أفرزت أثارا في أغلبها هي سلبية على المستهلك، خصوصا في وطننا العربي، مما نتج عنها تهديدا لسلامته وصحته، وكذا مصالحه المادية؛ الأمر الذي يقودنا إلى تشخيص كل ما يتعرض له المستهلك، والبحث في الآليات التي تكفل له حق الحماية، والأطراف المسؤولة عن حمايته.²

1- السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دراسة مقارنة ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ، بيروت ، 2003 ، ص 107.

2- الداوي الشيخ، (تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع و الغش التسويقي ، حالة الجزائر)، أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر، ص03.

الفرع الأول: تعريف المستهلك

يمكن القول وانه كل من يحترف الشراء في أعماله المعتادة كالتاجر، المنتج، الصانع، الوسيط. لكن هذا غير كاف لفهم معنى المستهلك. حقيقة فان المحترفين يكونوا على اطلاع واسع وتنظيم في مناقشة البائع أحسن من الأفراد العاديين ولكن يثور الأشكال عندما يتعامل المحترفين خارج اختصاصهم وكذلك بالنسبة للأشخاص المعنوية كالجمعيات عند تشبيهها بالمستهلكين.

الواقع فان المستهلك المستحق للحماية وهو الشخص الطبيعي المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة الاستهلاك الشخصي أو العائلي، أو المستفيدين من الخدمات المعروضة للاستهلاك ومن حق المستهلك إن يبحث على الأحسن، ولكن الاستهلاك يتطلب أن يكون بطريقة عقلانية.¹

ولم نعرثر على تعريف فقهي للمستهلك مما جعلنا نعتمد في ذلك على النصوص القانونية وأهمها القانون الجزائري الذي عرف المستهلك في المادة الثالثة من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن "المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"²

يتضح من هذا التعريف أن القانون لم يفرض شكلاً معيناً لقيام العلاقة الاستهلاكية بل جعلها تنشأ بمجرد اقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة للاستهلاك من طرف المستهلك.

1- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 15

2- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، سنة 2009.

وبذلك يكون المشرع الجزائري وفر الوسائل والإمكانيات المادية لضمان حد معين من الحماية للمستهلك من تعسف المنتج أو الصانع أو العارض للسلعة، وقد عمل على كفالة احترام هذه القواعد عن طريق فرض نظام للتفتيش والرقابة على المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك للتحقق من مطابقتها للمواصفات والمقاييس المقررة قانونا كما فرض الجزاء الجنائي الذي يترتب عن مخالفتها¹.

وقد عرف المستهلك النهائي انه الذي يقتني أو يستعمل سلعة أو خدمة لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فهو بذلك يشبع حاجة غير تجارية². أما المحترف فانه على الرغم من شرائه للمنتوجات والخدمات فانه بغرض تصنيعها أو استعمالها في إنتاج سلع أخرى في إطار مشروع تجاري أو صناعي وتسويقها بقصد الربح.

- وتتوقف التفرقة بينهما على الاستهلاك أو الاستعمال النهائي للسلعة (المنتوج) وبالشكل الذي اقتنيت أو اشتريت به المنتوجات أو الخدمات ومن الممكن أن تكون السلعة الواحدة تستخدم أحيانا لغرض استهلاكي وفي أحيان أخرى لغرض صناعي أو تجاري مثل الفواكه والخضر والمواد الغذائية الجاهزة إذا اشتريت بواسطة المستهلك النهائي أو إذا اشتريت بواسطة محترف للمواد الغذائية ويتعرف على ذلك عن طريق تسويقها³.

الفرع الثاني: أبعاد حماية المستهلك

يتمثل مفهوم حماية المستهلك في أنه: "عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الخضوع لظروف معينة".

1- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص16.

2- صالح السنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، دار الجامعات المصرية، ص 183.

3- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص16.

إذا نستنتج من هذا التعريف أن هذا المفهوم يجسد عملية تفعيل حماية المستهلك مما يقدم له من سلع وخدمات قد تلحق به أضراراً صحية، أو اقتصادية، أو اجتماعية سواء أكان على علم بهذا الضرر أو لم يكن مدركاً له، ويرتبط بمفهوم حماية المستهلك مفهوم (آخر هو حركة المستهلكين، والتي يعرفها Kotler على أنها: " حركة اجتماعية تعمل) على زيادة وتدعيم حقوق المشتريين في علاقاتهم بالبائعين".¹

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الحماية لا يتضمن الفرد فقط بل يشمل في الوقت نفسه المجتمع، حيث أن حماية المستهلك في حد ذاته هي حماية للمجتمع وضماناً لحقوقه؛ وعليه تكون الحماية الوقائية للمستهلك أكثر فعالية من الحماية العلاجية بعد وقوع الضرر؛ وعادة للحماية بعدان.²

1- حماية المستهلك من نفسه.

وذلك نتيجة تعمله القيام باستهلاك أو استعمال منتج ما مع علمه التام بالأضرار الناجمة عن هذا الاستهلاك مثل الأضرار الصحية الناتجة عن التدخين، أو استهلاك بعض المنتجات الممنوعة قانوناً؛ كذلك حمايته من نفسه جراء جهله بالمنتجات، أو بكيفية استعمالها بالرغم من تضمينها البيانات على الغلاف، أو تهاونه في المطالبة بحقوقه عند إخلال المنتج أو الموزع بأي شرط من شروط عقد البيع، أو شرائه لبعض السلع غير المطابقة للمواصفات مع علمه بذلك بسبب انخفاض سعرها... الخ.

2- حمايته من أطراف أخرى.

حيث توجد عدة أطراف قد تؤدي عن قصد أو غير قصد الإضرار بمصالح المستهلك كمقدمي السلع أو الخدمات، حيث يلجئون إلى استعمال أساليب الغش والخداع في تركيب مكونات المنتجات المقدمة إلى المستهلك.³

1 - Kotler Ph, What consumers means for marketers, Harvard Business Review 1972 - 1

2 - زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1997، ص60.

3- الداوي الشيخ، المرجع السابق، ص6.

كما قد تتعدد هذه الأساليب إلى تضليله عن طريق إيهامه وإقناعه بأهمية السلع والخدمات المقدمة باستخدام عدة وسائل مثل الاتصال المضلل، أو الاتصال الشخصي، أو عدم تناسب الضمان الممنوح مع طبيعة استعمال المنتجات....الخ. كما تمتد هذه الحماية لتشمل الوقوف ضد ارتفاع أسعار السلع والخدمات المقدمة إلى المستهلك، بالإضافة إلى حمايته من معضلة الاحتكار وحجب السلع عنه بغية تخزينها وبيعها له بأسعار مرتفعة...الخ .

وتوجد عدة مجالات يتم من خلالها الإخلال بحماية المستهلك منها:

1- الإعلان: وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف أساليب الإغراء المكتوبة في الإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة التي تؤثر على أذواق المستهلكين؛ مثلما حدث في فترة التوجه البيعي للتسويق.

في هذا المجال نشرت المديرية العامة لصحة وحماية المستهلك التابعة للجنة الأوروبية دليلا يحوي عشرة توصيات، شددت في ثمانية منها على الخصوص على منع تغليب والقيام بالإشهار الكاذب: كان تتصل مؤسسة بمستهلك ما مدعية أنه تحصل على جائزة، ويتضح فيما بعد أن الغاية كانت فقط إقناعه بتقديم طلبيات، وأعتبر الدليل هذا نموذجا على الإشهار الكاذب.

كما مثلت القضايا ذات العلاقة بالإشهار الكاذب (12%) من إجمالي الشكاوى المرفوعة إلى المديرية المعنية (المديرية العامة للمستهلك والمنافسة و قمع الغش) بفرنسا سنة 2006، وشكلت بذلك النسبة الأعلى من إجمالي الشكاوى.¹

1- الداوي الشيخ ، المرجع السابق ،ص7.

- 2- **الضمان:** وهو الحق الذي يضمن للمستهلك أداء المنتج، ومستوى هذا الأداء بما يتناسب مع قيمته؛ ومن ثم فإن عدم منح هذا الضمان - وهو ما نراه في حالات كثيرة في الدول المتخلفة- أو عدم استيفائه للشروط الضرورية مثل المدة الكافية للتأكد من عدم ظهور ووجود عيوب، يعتبر وجه من أوجه الإخلال بحماية المستهلك، نظرا لأن مقدم المنتج في هذه الحالة قد تنصل من مسؤوليته تجاه السلعة المباعة أو الخدمة المقدمة.
- 3- **التبیین:** ونقصد بذلك أن المستهلك يعاني نتيجة لعدم معرفته أو جهله استعمال المنتج المقدم له نظرا لخلو هذا المنتج من وجود البيانات الدالة على كيفية استخدامه، أو بسبب عدم قدرة المستهلك على المعرفة أو الإلمام بكيفية الاستفادة من البيانات إن كانت موجودة؛ يضاف إلى ذلك مشكل الثقة في دقة ما يكتب على غلاف المنتج من بيانات.
- 4- **السعر:** وهو مشكلة يعاني منها المستهلك ذو الدخل المحدود، وقد استغلت الكثير من المؤسسات قوتها في الأسواق وفرضت أسعار لا تتلاءم مع القدرة الشرائية للمستهلك، وهو ما نلاحظه حاليا خاصة في الدول العربية، حيث هناك مغالاة كبيرة في رفع أسعار السلع والخدمات، تذرعا بالأزمة المالية العالمية؛ وينتج هذا الإخلال بحماية المستهلك عادة عندما تحتكر فئة معينة تسويق السلع والخدمات، الأمر الذي يتيح لها إمكانية فرض أسعار سوقية تفوق الإمكانيات المالية للمستهلك؛ كما تندرج طرق البيع بالتقسيط، أو التخفيضات الصورية أحيانا في خانة التحايل على الأسعار.¹
- 5- **التوزيع:** يتم الإخلال في هذه الحالة بحماية المستهلك من خلال توزيع المنتجات في أماكن بعيدة عن متناول المستهلك، مما يضطره إلى بذل جهد جسدي ونفسي لإشباع حاجته ورغبته؛ بالإضافة أيضا إلى عدم عرض المنتجات في الوقت المناسب، أو التمييز بين المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على الكميات والأصناف الموزعة.²

1- الداوي الشيخ ، المرجع السابق ،ص 7 و8.

2- زكي خليل المساعد، المرجع السابق،ص69.

- 6- التعبئة والتغليف:** يمكن أن نلاحظ الإخلال بمبدأ حماية المستهلك من خلال هذا العنصر باستخدام بعض المواد غير الملائمة صحياً في تغليف المنتجات وخاصة الغذائية منها، أو تستخدم عبوات غير ملائمة للتعبئة كتلك المصنوعة من مواد قابلة للصدأ أو استخدام عبوات غير نظيفة... الخ؛ كل ذلك يكون سبباً في الأضرار الناتجة عن ذلك الاستعمال، فبعض مواد العبوات قابلة للتفاعل مع مركبات المواد الغذائية، مما يترتب عنه وجود مواد سامة تضر بصحة المستهلك.
- 7- المقاييس والأوزان:** ونقصد بذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة للمنتجات، فالنقص في الأوزان وفي الأحجام والأطوال يسبب ضرراً للمستهلك خاصة عندما تكون الأسعار مرتفعة.
- 8- مواصفات المنتجات:** قد يعتمد بعض المنتجين إلى الإخلال بحماية المستهلك عن طريق مواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل... الخ، فعدم مطابقة مكونات المادة التي تحتويها العبوة نتيجة لإضافة مواد أخرى عليها يعتبر إخلالاً بحماية المستهلك، يضاف إلى ذلك الغش الذي يتعرض له المستهلك من خلال لجوء بعض المنتجين؛ ويدخل أيضاً في هذا الإطار تضليل المستهلك من خلال اللجوء إلى استعمال علامات تجارية وهمية مثلما هو الحال في بعض المنتجات الكهرومنزلية، والملابس،... الخ، حيث يجد المستهلك نفسه أمام علامات تجارية غير حقيقية لمنتجات معروفة في السوق.
- 9- التخزين:** يمكن أن ننف على حجم الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك في هذه الحالة من خلال التلف والتقادم الذي يعتري المواد بسبب أخطاء التخزين، فقد يحدث الضرر نتيجة لتخزين بعض المنتجات وتركها لفترات طويلة حيث تتجاوز فترة

صلاحيتها للاستعمال... الخ؛ حيث يترتب على ذلك وجود حالة عدم التوازن بين القيم والمنافع الاقتصادية التي يحصل المستهلك من المنتجات المتضررة وبين الغرض الذي اشترت من أجله.

10- النقل: يلعب النقل دورا هاما في إشباع الحاجات والرغبات، إلا أنه أحيانا يتسبب في حدوث أضرار صحية واقتصادية بالمستهلك عندما تستخدم مثلا وسيلة نقل غير ملائمة كأن تكون مخصصة لنقل مادة معينة ولكن توجه لنقل مادة أخرى غير ملائمة لنقلها، مثل تخصيص وسائل نقل لمنتجات غذائية كان قد استعملت في نقل مواد كيميائية قبل ذلك.

وينطبق الشيء نفسه على نقل المواد المجمدة في وسائل نقل لا تتوفر على شروط التبريد، فلا يخفى على أحد مدى حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك في هذه الحالة جراء استعمال هذه المواد بعد تجميدها للمرة الثانية مثلما هو الحال في حالة اللحوم على سبيل المثال. (1)

1- الداوي الشيخ ، المرجع السابق، ص13.

المبحث الثاني: أركان جريمة الإشهار التضليلي

إن جريمة الإعلان الكاذب والمضلل ليست كغيرها من الجرائم بالنسبة للأركان المكونة لها فقد يأخذ فيها بالركن المادي والمعنوي، وقد يكتفي فيها بالركن المادي فقط دون اشتراط الركن المعنوي لأنها ذات طبيعة خاصة تأخذ بالنتيجة التي يحققها الإعلام وتأثر على المتلقي ولا يهم بعد ذلك إذا كانت بقصد، وهذا ما اتجه إليه القضاء الفرنسي مؤخرا لصعوبة إثبات الركن المعنوي.¹

فجريمة الإشهار التضليلي بأنها: كل ادعاء أو زعم أو تأكيد أو إشارة أو عرض كاذب أو مضلل ذي طبيعة من شأنها إيقاع المستهلك في غلط حول حقيقة أو طبيعة أو جودة أو استعمال أو مصدر أو سعر السلعة أو الخدمة التي هي هدف الإعلان، ويلاحظ من هذا التعريف انه لقيام جريمة الإشهار التضليلي يجب أن يتوفر فيها ثلاثة أركان الركن الشرعي و المادي والمعنوي.²

المطلب الأول: الركن الشرعي

يقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا، ولا نسمي الجريمة جريمة دون نص شرعي، وقد نص المشرع الجزائري في قانون العقوبات في المادة الأولى منه على: " لا جريمة ولا عقوبة أو تدبير أمن بغير القانون"³

1- يمينه بليمان، (الإشهار الكاذب والمضلل)، المرجع السابق، ص 307، 308.

2- بتول صراة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، طبعة 1، منشورات الحلبي الحقوقية لبنان، سنة 2011، ص 216 و 217

3- المادة الأولى من القانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 يونيو 2016، المعدل المتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 المتضمن قانون العقوبات.

الفرع الأول : القوانين العامة

لم تعرف الجزائر تشريع خاص يعاقب على جريمة الإشهار المضلل، فقد عاقب المشرع الجزائري مرتكبي جريمة الإشهار الكاذب والمضلل وفقا لنص المادة 372 من ق.ع التي تقابلها المادة 313 من القانون الفرنسي، وهذا إذا ارتقى الكذب أو التضليل إلى استعمال وسيلة من وسائل التدليس التي نصت عليها المادة 372 ق.ع.ج والتي نصت عليها على سبيل الحصر وهي استعمال أسماء أو صفات كاذبة واستعمال مناورات احتيالية.¹ حيث تعد جريمة النصب من الجرائم المادية والتي يعيد فيها الجاني على أموال الغير بالطرق الاحتيالية، وهذه الجريمة عبارة عن جريمة مركبة تبدأ بالتدليس الذي يؤدي إلى وقوع المجني عليه في الغلط وينتهي بتسليم المال إلى الجاني كما أنها جريمة وقتية إذ أن تحققها لا يستغرق زمنا طويلا .

ويمكن تعريف المناورات الاحتيالية بأنها كذب مصحوب بمظاهر خارجية فلا تتحقق المناورة الاحتيالية بمجرد القول و الادعاء الكاذب ولو كان قائلها قد بالغ في توكيد صحتها إلى درجة التأثير على الضحية فاقل ما يتطلبه لقانون من كل شخص هو أن لا يندفع بمجرد الأقوال ولكن المناورات تتحقق إذا اصطحب الكذب بأعمال مادية أو مظاهر خارجية وتتمثل غاية استعمال الطرق الاحتيالية في:

- حددت المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري² على سبيل الحصر الأغراض الآتية:
- إيهام الناس بوجود مشاريع كاذبة
- إيهام الناس بوجود سلطة خيالية أو اعتماد مالي

1- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال والتزوير، جزء 2، طبعة 8، دار هومة

الجزائر، سنة 2008، ص3

2- المادة 372 من القانون رقم 16-02 المتضمن قانون العقوبات.

- إحداه الأمل في الفوز أو الخشية من وقوع حدث و واقعة وهمية. وأيضا تتم جريمة النصب والاحتيال بتحقيق هدفها وهي الاستيلاء على مال الغير ويجب أن يتجسد التسليم في الواقع في الاستيلاء على شيء ملموس مادي سواء كان مالا أو سندا.

كما أن قانون الاستهلاك الفرنسي وضح أن الخداع أو محاولة الخداع يجب أن يتحقق بأية وسيلة أو إجراء كان، وقع على إحدى خصائص المنتج أو الخدمة، بينما نصت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري¹ على أن كل من أن يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد، و أسقط المشرع عبارة أية وسيلة أو إجراء كان، و على ذلك يجوز أن يرتكب الخداع بواسطة الغير، كما يجوز أن ينجم عن استعمال وسائل تدليسية، بشرط أن تشكل هذه الوسائل خداعا حقيقيا و أن تقع على إحدى خصائص المنتج التي عدتها المادة 429 من نفس القانون، ففي جريمة الخداع تكون وسيلة الخداع مستهدفة لتضليل المتعاقد دون المساس بالبضاعة أو إدخال أي تغيير على مادتها² و لقد ذهب القضاء الفرنسي إلى أن الإشهار الكاذب أو الخادع في ذاته لا يعد بدءا في التنفيذ، فالإشهار سابق على العقد و من ثم لا تقوم معه جريمة الخداع أو الشروع فيه ما لم يتم العقد على إثر الإشهار وما يؤكد ذلك أنه لقيام جريمة الخداع أو الشروع فيها يلزم أن يكون هناك عقد أو شروع في التعاقد فالقانون لم يواجه الخداع في ذاته بل نتائجه، فالإشهار المبالغ فيه لا يعتبر خداعا ما دامت المبالغة تدخل في حدود المألوف في التجارة و لا تخدع الشخص

1- المادة 429 من القانون رقم 16-02 المتضمن قانون العقوبات، السابق الذكر التي تنص ".....كل من

يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب ، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

- سواء في نوعها أو مصدرها

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها"

2 - يمينة بليمان ، (الإشهار الكاذب والمضلل)، المرجع السابق ص 31.

المتوسط الذكاء ،مع كل ذلك فإن الأخذ بجريمة الخداع لا يوفر حماية كافية من الإشهار الكاذب، لأنه لم يقصد من سننها مواجهة هذا الأخير، إذ لا تطبق أحكامها إلا متى أعتبر الإشهار خادعا كما أنها لا تطبق إذا تعلق موضوع الإشهار بخدمات أو عقارات، و هي مواضيع يطالبها الإشهار كما أنها تستند وجود عقد مما يعني توجيه أفعال الخداع اتجاه شخص معين متعاقد، أما إذا اقتصر الأمر على الإشهار و لم يتبعه تعاقد فلا تقوم الجريمة.¹

الفرع الثاني : القوانين الخاصة

لم يكتفي المشرع بالنصوص العامة لحماية المستهلك من جريمة الإشهار الكاذب والمضلل بل لجا إلى نصوص خاصة من اجل توسيع الحماية في هذا المجال وهي نصوص وتشريعات عديدة منها: القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وكذا قانون 10-06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المعدل والمتمم للمرسوم 90-39² حيث نصت المادة الأولى منه على تعريف الإشهار. كما تبني المشرع الجزائري معظم المبادئ العامة الواردة في مدونة القواعد الدولية للممارسات المشروعة في مجال الإشهار و ذلك بموجب المرسومين التنفيذيين:

1- محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 197
2- المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 28 رجب عام 1422 الموافق 16 أكتوبر سنة 2001 ، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، الجريدة الرسمية رقم 61 ، سنة 2001

- رقم 101-91¹ تحت عنوان أخلاقية المهنة والمتمثل في القانون 10-06 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي من خلاله عرف لنا الإشهار وحدد لنا الحالات التي يكون فيها الإشهار كاذبا ومضللا والمشرع يشترط لاعتبار الإعلان "إشهار" أن تكون الرسالة التي يرمي إلى إيصالها تستهدف إخبار وإعلام الجمهور بخصائص أو مميزات سلعة أو خدمة تزويجا لها وبالتالي فإن استعمال المشرع لعبارة الإعلان فيه دلالة على صفة وخاصة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في الإشهار وهي العلنية و الجهر ومخاطبة الجمهور. من خلال المادة 28 من القانون 10-06 والتي تنص : " دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:
- 1- يتضمن تصريحات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاته .
 - 2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه .
 - 3- يتعلق بعرض معين لسلع أو الخدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان تلك الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار².

1- القانون رقم 101-91، المؤرخ في 20.04.1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزة ، إلى المؤسسة العمومية للتلفزة ،الجريدة الرسمية ، العدد 19

2- انظر المادة 28 من القانون 10-06، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،السابق ذكره.

من خلال البند الأول من المادة 28 فإنه يعتبر إشهار غير مشروع وممنوع كل إشهار "يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته "تستنتج أنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلا ، بل يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي مستقبلا إلى تضليل المستهلك لاعتباره غير مشروع ، ومن ثم فإن تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار ، وفي ذلك تكريسا لحماية المستهلك.¹

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 ، سواء تعلق الأمر بتعريف المنتج أو الخدمة أو بكميته أو بوفرته أو خصائصه لذا عادة ما يطلق على هذا النوع من الإشهار بالإشهار الخادع.²

ولقد واجه المشرع تضليل المستهلك في نصوص تشريعية أخرى منها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ، حيث نص المشرع في المادة 7 منه على الحالات التي يرفض فيها تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، وهي 9 حالات نذكر منها الحالتين 5 و6 التي تهمننا في هذا المقام:

إذا كانت العلامة تتضمن "رموزا تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمزا أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف الدولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك".³

1- عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2007، ص126.

2- دناقير إيمان، الحماية الجزائرية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، رسالة ماستر، كلية الحقوق ، جامعة ورقلة، 2013، ص12.

3- المادة 07 من قانون 06-03، المؤرخ في 19 يونيو 2003 ، المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية 44 سنة 2003

لأن وضع مثل هذه الرموز على المنتج أو الخدمة من شأنه تضليل المستهلك بأن يتوهم أن هذا المنتج أو الخدمة تم إنتاجها في الدولة المستخدمة لهذه المنتجات ، أو قد حظيت برقابة أو موافقة هيئات أو منظمات معينة إلا إذا حصل الترخيص الذي هو بمثابة دليل على مصداقية هذه الرموز إذا كانت العلامة تتضمن "رموزا يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها" فمن الواضح أن المشرع قد استهدف في هاتين الحالتين حماية المستهلك من أي تضليل قد يحدثه الرمز المشكل للعلامة بشأن تعريف أو خصائص المنتج أو الخدمة .

كما يعتبر إشهارا مضللا ذلك الذي تدعي فيه شركة معينة أنها تفرد بإنتاج سلعة معينة ذات مواصفات متميزة ثم يتبين أن ثمة منتجون آخرون لهم نفس القدرات ، وكذلك الإشهارات التي تستعمل النجوم والمشاهير أو الخبراء والمختصين ليقروا صحة ما ورد بها حول خصائص المنتج أو الخدمة محل الإشهار انطلاقا من تجربته الشخصية ثم يتبين خلاف ذلك .¹

1- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص13.

المطلب الثاني: الركن المادي

يتكون الركن المادي في هذه الجريمة كغيرها من الجرائم من ثلاثة عناصر: وهي النشاط الإجرامي ، والعلاقة السببية و النتيجة الإجرامية.¹

الفرع الأول: السلوك الإجرامي

السلوك الإجرامي بوجه عام هو السلوك الإيجابي أو السلبي الذي يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في التضليل أو الغلط ، وهذا النشاط يصدر من الجاني عن طريق فعل إيجابي يظهر في الرسالة الإشهارية بالسلعة بوجه مغاير لما هي عليه في الحقيقة مما يؤدي إلى تضليل المستهلك ، أو باتخاذ المعلن موقفا سلبيا يمتنع فيه عن ذكر بيانات عن سلعة أو خدمة محل الإشهار . و لا يشترط أن يكون قد وقع فعلا بل يجرم الإشهار حتى إذا كان يحمل بيانات من شأنها أن توقع المتلقي في الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر و المستقبل معا.

وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 10-06 المحدد للقواعد و الممارسات التجارية حيث بين لنا في هذه المادة في فقرتها 1 و 2 تجريم الإشهار التجاري عندما يكون مضلل سواء كان في الحاضر أو المستقبل مثال ((يمكن أن يؤدي إلى التضليل ، أن يؤدي إلى التباس)).²

لذا نستنتج أنه لقيام الركن المادي في الجريمة يجب أن تتوفر 03 شروط أو عناصر في الإشهار لكي يكون مضلل و هي:

1- مرفت عبد المنعم صادق ، الحماية الجنائية للمستهلك ، طبعة 2 ، مركز رجا، القاهرة سنة 2001 ، ص 183.

2- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص 19.

1- وجود إشهار مسبق: يلزم أن يكون هناك إشهار ويتصف بأنه رسالة موجهة إلى الجمهور و لا يهم إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو السلبي ، كما أنه لا يهم أيضا إذا كان محل الإشهار منقول أو عقار ، أو أداء خدمة ولكن لا بد أن يكون موجها للجمهور.

أما إذا كان الإشهار لا يقدم أي معلومات متعلقة بمحل الإشهار فإننا لا نكون بصدد إشهار تجاري ، ومنه تنتفي الجريمة لانتفاء الركن المادي أي أنه يجب أن يكون هناك إشهار مسبق ، ويكون قد تم بثه لحساب شخص معين يدعي "المعلن وهذا لجلب جمهور المستهلك.¹

و المشرع الجزائري بين في المادة 02 فقرة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 01-315 بأن الإشهار ((هو جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية)).²

2- أن يكون الإشهار كاذب أو بطبيعته يدفع إلى الغلط إن الإشهار الكاذب هو الذي يتضمن بيانات غير حقيقة بشكل ما يعرض المخاطبين به إلى الغلط ، فالإشهار المضلل هو ما تم عرضه بطريقة ما ليؤدي إلى تضليل المخاطبين به ، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية، أو هو ذلك الإشهار و المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في غلط و خداع.³

1- يمينة بليمان، المرجع السابق، 298.

2- المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 01-315 ، المؤرخ في 28 رجب 1422، الموافق 16 أكتوبر 2001، المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم، 90-39، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، جريدة رسمية رقم 61، سنة 2001.

3- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص20.

ومثال : ذلك مثلا تغيير في بعض حروف هذه العلامة (ADIBA-ADIDAS)...الخ. وهذا نتيجة نقص المعلومات لدى المستهلك عن العلامات و الأسماء .

3- أن يكون الإشهار الكاذب أو المضلل يقع على عنصر واحد أو أكثر من عناصر المنتج أو الخدمة محل الإشهار بحيث يكون من شأنه دفع الجمهور إلى الإقبال على منتجات أو خدمات لم يكن سيقبل عليها أصلا ومحل الكذب أو التضليل قد يتصل بالمنتج ذاته أو الخدمة ذاتها ، وقد يقع على عناصر خارجة أو مستقل عن المنتج أو الخدمة ، وقد يكون الكذب أو التضليل متعلق بذات المنتج إذا انصب عن وجود المنتج أو الخدمة ، أو طبيعة ، أو حقيقة.¹

الفرع الثاني: النتيجة الإجرامية و علاقة السببية

لا يثبت التعويض إلا إذا كان الإشهار المضلل هو الذي أدى إلى الضرر، فمثلا إذا أنصرف عملاء العون الاقتصادي بسبب رداءة المنتج أو الخدمة وليس بسبب الإشهار فهنا ليس هناك أي علاقة سببية بين ذلك الإشهار والضرر بما يؤدي إلى عدم التعويض إذن إذا توافرت الشروط المبينة سلفا كان لأي عون اقتصادي متضرر من إعلان مضلل أن يرجع على صاحب الإعلان بالتعويض وفقا لأحكام دعوى المنافسة غير المشروعة ، ولجمعيات المستهلك والجمعيات المهنية رفع دعوى ضد العون الاقتصادي المضلل ولو لم يصبها ضرر شخصي، بل يكفي الضرر العام الذي يمس بنزاهة المنافسة واستقرار السوق.²

1- يمينة بليمان، المرجع السابق، ص 298.299.

2- طحطاح علل ، المرجع نفسه، ص230.

إذن يفترض لتحقيق المسؤولية قيام السببية بين الفعل وبين الضرر أو أن توجد علاقة مباشرة ما بين الخطأ الذي ارتكبه المسؤول والضرر الذي أصاب المضرور ، ولم يفرض المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك على المضرور أن يثبت العلاقة السببية بين خطأ المحترف و الضرر الذي أصابه بل أوجب على المستهلك أن يثبت وجود ضرر بسبب المنتج أو الخدمة لقيام مسؤولية المحترف ، فلا تنتفي المسؤولية لانعدام السببية وحدها فيمكن أن تقوم بمجرد وجود خطأ أو بحدوث ضرر كالإخلال بضمان إصلاح المنتج أو رد ثمنه أو استبداله فتترتب على ذلك مسؤولية المحترف.¹

المطلب الثالث :الركن المعنوي

يقصد بالركن المعنوي للجريمة هو سوء نية معطن الإشهار الكاذب و المضلل و الذي يتطلب قصد جنائي عام أو خاص ، والمقصود بالقصد الجنائي العام انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق الجريمة بأركانها الكاملة ، كما حددها القانون ، وهو عالم بذلك² أما المقصود بالقصد الجنائي الخاص فهو نية الجاني في الإستيلاء على مال الغير من خلال قيامه بنشر إعلان كاذب ومضلل لسلعة ما بغرض الحصول على مال .

الفرع الأول : القصد العمدي

برجعنا إلى المادة 28 من القانون 10-06 في فقرتها الأولى و التي تنص ((يعتبر إشهار غير مشروع وممنوع كل إشهار يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن

1- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق،ص 92

2- أحسن بوسقيعة،الوجيز في القانون الجزائي الخاص، الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، دار

هومة،ط7،الجزائر،سنة 2007،ص327.

أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاتة)) .
فمن خلال هذه الفقرة فإنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلا بل يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي مستقبلا إلى تضليل المستهلك لاعتبار غير مشروع ، ومن ثمة فإن تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار ، وفي ذلك تكريس لحماية المستهلك.¹

ونلاحظ أن المشرع في هذه الفقرة لم يشترط القصد في التضليل أي لم يطلب توفر الركن المعنوي وهذا في قصده الخاص أي لم يبين لنا القصد الجنائي الخاص و الذي يتمثل في نية الجنائي أي انصراف إرادة الجاني لتحقيق نتيجة من خلال الفعل الذي ارتكبه وهو التضليل للحصول على مال الغير مثلا و وأيضا لم يبين لنا القصد الجنائي العام و الذي يتطلب في الجاني العلم و الإرادة إذ نستنتج من هذه الفقرة أن المشرع اكتفى فيها بالركن المادي فقط، و المتمثل في أن يكون الإشهار متضمنا بيانات أو تشكيلات يمكن أن تقضي إلى التضليل و بالتالي فإن الجريمة التي تجسدها هذه الصورة للإشهار التضليل هي "جريمة مادية" و لا تحتاج إلى ركن معنوي ، أي المشرع يقصد في هذه المادة وبتحديد في فقرتها الأولى أنه حتى و لو لم يكن هناك قصد عام أي العلم و الإرادة وكان هناك قصد خاص وهذا من خلال انصراف إرادة الجاني باتخاذ سلوك إيجابي أو سلوك سلبي فتقوم المسؤولية الجنائية عن هذه الجريمة و لقد ظهرت عدة اختلافات بين الفقهاء بشأن الركن المعنوي للجريمة الإعلان التجاري الكاذب و المضلل.²

1- عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص126.

2- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص22.

الفرع الثاني: القصد غير العمدي

إن الجرائم العمدية ، وكقاعدة عامة يجب أن يتوفر فيها الركن المعنوي ، أما بالنسبة للإشهار الكاذب و المضلل و تطبيقا لما أخذ به الفقه و القضاء في فرنسا نجده مر بمراحل ، حيث كان يشترط توفر الركن المعنوي أي سوء النية حتى تتم المعاقبة على الإشهار الكاذب ، وبعد ذلك نظرا للمشاكل التي اعترضت القضاء في التطبيق أصبح لا يشترط توافر سوء النية فمن أركان الجريمة وتطبيقا لقانون 02 جويلية 1963 الفرنسي ، كان يعتبر سوء النية ، كركن أساسي لقيام جريمة الإشهار الكاذب باعتبارها جريمة عمديه أي ضرورة توافر القصد العام أي انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق وقائع الجريمة بأركانها غير أنه بعد صدور قانون 27 ديسمبر 1973 تغير الوضع و لم يشترط في هذا الأخير سوء النية في أركان الجريمة ، حيث نص في المادة 44 منه، وهي نفسها عليها بعد ذلك في المادة 1/121 من قانون الاستهلاك الفرنسي على إلغاء اشتراط سوء النية ، وبهذا أصبحت جريمة الإشهار الكاذب جريمة غير عمديه.¹

1- يمينة بليمان، المرجع السابق ، ص 299

ملخص الفصل الأول

تعتبر جريمة الإشهار التضليلي من ضمن الجرائم الماسة بسلامة المستهلك لذا كرس لها مختلف التشريعات نصوص قانونية متعددة بخلق آليات مساعدة توفر الحماية الفعالة للمستهلك من هذه الظاهرة حيث تم التطرق في الفصل الأول إلى الأحكام الموضوعية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي الذي تضمن ماهية الإشهار التضليلي و المستهلك، فيعرف الإشهار التضليلي بأنه الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك وتضليله و تناولنا كذلك محل التضليل و خصائص الإشهار التضليلي، بالإضافة إلى المتضرر من الإشهار.

وأيضاً لتتحقق جريمة الإشهار التضليلي لا بد من توفر ثلاثة أركان رئيسية: الركن الشرعي أي القوانين المعاقبة على هذه الجريمة "لا جريمة ولا عقوبة... بغير قانون وأيضاً الركن المادي المتمثل في السلوك الإجرامي سواء ايجابي أو سلبي و النتيجة الإجرامية و علاقة السببية كذلك الركن المعنوي و الذي يعني إما توفر القصد العمدي أو القصد غير العمدي.

الفصل الثاني

الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي

الفصل الثاني: الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي.

تحتل حماية المستهلك بصفة عامة أولويات التشريعات والحماية الجزائية بصفة خاصة لما تضمنته من دور ردي للمتدخلين الضارين بصحة المستهلك. فبدوره قام المشرع الجزائري بحصر جميع الأفعال والتصرفات الضارة بالمستهلك وتنظيمها في شكل التزامات مقننة ثم من جهة أخرى عاقب على عدم الالتزام بها، وهذا من خلال النصوص القانونية التي تنص على ، الجريمة وعلى الجزاء المقرر. فبالنسبة للمخالفات توقع عليها غرامات، أما الجرائم من درجة جنح أو مخالفات تحال مباشرة لقانون العقوبات.

وتبعاً لذلك كان موضوعي حول جريمة الإشهار التضليلي التي نظمها المشرع في العديد من القوانين والتنظيمات، وقد خصصنا الدراسة في هذا الفصل للأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي ، وقسمته إلى مبحثين الأول تناولت فيه الهيئات المكلفة بحماية المستهلك جزائياً ، والمبحث الثاني يتعلق بالمسؤولية الجزائية ، والجزاء المترتبة عنها .

المبحث الأول: الهيئات المكلفة بحماية المستهلك جزائيا

في إطار مكافحة الجريمة بشكل عام و الضارة بالمستهلك بشكل خاص قامت الدولة بوضع العديد من الهيئات تمثلت أساسا في وزارة التجارة و جميع فروعها و كذلك المركز الوطني للتفتيش وكذا المخابر المركزية زيادة إلى الهيئات الغير الرسمية زيادة إلى الهيئات القمعية، حيث تناولت في المطلب الأول ضوابط حماية المستهلك من الإشهار التضليلي ثم الأطراف المكلفة بالبحث والمعاينة، وهذا في المطلب الثاني.

المطلب الأول: ضوابط حماية المستهلك من الإشهار التضليلي

لضمان حماية المستهلك من الإشهار التضليلي لابد من خضوع الإشهار التجاري إلى مجموعة من الضوابط والقواعد وقد ركزت في هذه الدراسة على الضوابط التي جاء بها المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 2013/11/09 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹ وقد جاء هذا المرسوم في القسم الخامس منه والمعنون ب"الزامية إعلام المستهلك"، تكملة للمادة 17 من القانون 09-03 والتي تنص على: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات الوقائية أو بأية وسيلة أخرى مناسبة. تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم"²

1- المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 2013/11/09، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك السابق الذكر.

2- المادة 17 من قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر.

وفعلا جاء التنظيم سنة 2013 (مع العلم أنه دخل حيز التنفيذ في نوفمبر سنة 2014)¹ ليوضح شروط وكيفيات إعلام المستهلك .
وباعتبار الإشهار التجاري وسيلة اختيارية لإعلام المستهلك فقد حاول المشرع عبر هذا المرسوم وضع بعض الضوابط والتأكيد على منع بعض الممارسات في هذا المجال كالإشهار المضلل والكاذب وتجسد ذلك أساسا في نصوص المواد 36، 56 ، 60 من المرسوم التنفيذي 13-378 .

الفرع الأول : الضوابط المتعلقة بالمعلن

يشترط المشرع الجزائري في المعلن أن يتحرى الصدق والأمانة وأن يجتنب خداع المستهلك بالكذب عليه، وهذا ما نستخلصه من نص المادة 56 : " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب ... " وكذا المادة 60 والتي جاء فيها: " يمنع...وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك..."
وعليه فإذا اختار المحترف الإشهار التجاري (بأية وسيلة كانت) لتقديم منتوجه أو خدماته يجب أن يكون صادق وواضحا في ذلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى يجب أن لا يضر بغيره من التجار في إشهاره لذلك نجد المشرع الجزائري يمنع الإشهار المقارن وقد أكد ذلك في نص المادة 60 فقرة 02 من المرسوم 13-378 بقوله : "...يمنع كل بيان يرمي إلى التمييز المفرط على حساب منتج مماثل آخر".

فعلى المحترف إذا تجنب كذلك الطعن في سلع أو خدمات المؤسسات المنافسة²

1- المادة 64 من المرسوم التنفيذي 13-378 تنص على : "تدخل أحكام هذا المرسوم حيز التنفيذ بعد سنة واحدة من

تاريخ نشره في الجريدة الرسمية "

2- منية شوايدية، (ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 13-378)، مجلة تطوير

العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر ، جامعة قلمة ، ص149.

الفرع الثاني: الضوابط المتعلقة بالمنتج أو الخدمة

تتمثل الضوابط المتعلقة بالسلعة أو الخدمة في ضرورة كون المعلومات المتعلقة بهذه الأخيرة صحيحة ودقيقة وان لا توصف بشكل مضلل أو كاذب أو من المحتمل أن يثير الإشهار انطبعا خاطئا يؤدي إلى تغليب المستهلك، هذا ما جاء في نص المادة 36 من المرسوم التنفيذي 13-378. التي تنص على: " يجب أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطبعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك، يجب أن لا تكون الادعاءات المستعملة على الوسم وعرض المواد الغذائية الموضوعة حيز الاستهلاك:

- غير صحيحة أو غامضة أو مضللة.
- تثير شكوكا فيما يتعلق بالأمن و/أو تطابقها غذائيا مع مواد غذائية أخرى.
- تشجع أو تسمح بالاستهلاك المفرط لمادة غذائية.
- توحى بان تغذية متوازنة ومتنوعة لا يمكن أن توفر كل العناصر المغذية بكمية كافية.
- غير مبررة.

تشير إلى تغييرات في الوظائف الجسمية التي يمكن أن تثير مخاوف عند المستهلك أما في شكل نصوص أو صور أو أشكال خطية أو عروض رمزية.¹

1- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، السابق الذكر.

ومن أمثلة الادعاءات أو الإشهارات المضللة التي من شأنها إيقاع الجمهور في الغلط :

- إشهار أو منتج فيه تخفيض هام في حين الواقع غير ذلك تماما .
 - الإشهار يوفر خدمة ما بعد الشراء وهي منعدمة .
 - ادعاءات مضللة أو كاذبة تتعلق بمميزات المنتج (التكوين ، تاريخ الإنتاج ، البلد المنشأ... الخ)
 - إذا كان لأمر يتعلق بخدمة ، الكذب حول هوية ومؤهلات المحترف .
- وبصفة عامة كل إشهار يقدم معلومات عن المنتج أو الخدمة بطريقة غامضة أو يسكت عنها ويخفيها¹ . و الرسالة الإشهارية هي المضمون أو الشكل للإشهار وتحتوي على بيانات عن السلعة أو الخدمة ، كما تتضمن معلومات عن السعر وأماكن التوزيع . وتختلف الضوابط والقواعد المتعلقة بالرسالة الإشهارية باختلاف الوسيلة المستعملة للإشهار سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية ، فيجب أن يكون الإشهار مستوفي للشروط القانونية وان لا يتضمن غشا ولا خداعا (الكذب والتضليل) .

فإذا كانت الوسيلة الإشهارية مرئية، فيجب أن لا تتضمن صور من شأنها التضليل وخلق لبس في ذهن المستهلك كما يجب أن تكون الكتابة واضحة ومقروءة، فعادة ما يعتمد وضع بعض المعلومات بخط صغير غير مقروء. فشكل الإشهار لا بد أن يكون واضحا وإذا كانت الوسيلة مسموعة فقط يجب أن تتضمن معلومات كافية عن المنتج أو الخدمة وان تكون بألفاظ واضحة ولا تغفل توضيح أهم الخصائص وهذا ما أكدته المادة 56 من المرسوم التنفيذي المذكور سابقا.

كما تجدر الإشارة أخيرا إلى أن الرسالة الإشهارية تخضع لضوابط يملئها ديننا الحنيف، فلا بد أن تتميز بالحياء وعدم الإغراء وتجنب الدعوة إلى التبذير².

1- منية شوايدية، (ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 13-378)، المرجع السابق، ص150 و151.

2- وقد نصت المادة 36 من المرسوم التنفيذي 13-378 في فقرتها الخامسة: " يجب أن لا تكون الإدعاءات تشجع أو تسمح بالاستهلاك المفرط لمادة غذائية " .

المطلب الثاني: الأطراف المكلفة بإثبات الجريمة

إذا كانت الإدارة المختصة تتمتع بصلاحيات إيقاف مثل هذه الممارسات، فإنها لا تتمتع بسلطة توقيع الجزاء المادي الملموس على المحترف، متى تسبب سلوكه في المساس بالمستهلك، لهذا فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكا تهم مخالفة تمس بالمستهلك¹

الفرع الأول: دور السلطة القضائية في حماية المستهلك من الإشهار التضليلي

يتم تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة حيث أنها لا يمكنها القيام بذلك إلا بناء على شكوى المستهلك المضرور من جريمة الإشهار التضليلي أو عن طريق صلاحيات الضبط القضائي أو بناء عن إحالة الملف من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

أولا : رفع الدعوى للمحكمة الجزائية من طرف المستهلك

خول القانون للمستهلك المتضرر رفع الدعوى أمام محكمة الجناح أو المخالفات وذلك بإيداع عريضة يعرض فيها بيان الوقائع وصفة المضرور والضرر الذي أصابه، ويتم توجيه هذه العريضة إلى رئيس المحكمة، كما اشترط قانون الإجراءات الجزائية في حالة الإدعاء المباشر استصدار الإذن من وكيل الجمهورية لدى المحكمة المختصة، وهذا ما نصت عليه المادة 337 مكرر من قانون الإجراءات الجزائية²

1- زير جمال الدين ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ،كلية الحقوق جامعة بسكرة 2015-2016،ص30.

2-المادة 337مكرر من قانون رقم 17-07 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1438 الموافق 27 مارس سنة 2017 ، يعدل ويتم الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية.

بعد تلقي النيابة العامة لهذه الدعوى ، تنظر في الضرر وتحدد ما إذا كان منصوصا عليه في قانون العقوبات، سواء مخالفة أو جنحة أو جناية، وتقرر النيابة العامة في تكليف المتضرر بالحضور، كما يجب على المدعي أن يعين موطنا في دائرة اختصاص المحكمة التي تقوم بتكليف المتهم بالحضور.

وفي حالة الإدعاء المدني يجوز للمستهلك المتضرر أن يتقدم بشكوى أمام قاضي التحقيق وهذا ما نصت عليه المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية¹ وتعد هذه الحالة الطريقة الشائعة لدى المستهلك المتضرر عند رفع الدعوى، والهدف من ذلك الحصول على حماية أكبر.

ثانيا : رفع الدعوى للمحكمة الجزائية من الغير

لقد نصت المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على تمثيل المستهلك من طرف جمعيات حماية المستهلك.و كذاك المادة 23 من نفس القانون أفادت أنه: " عندما يتعرض مستهلك وعدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"². ولكي يقبل تحريك الدعوى العمومية يجب أن تتوفر شروط معينة تمثلت في كون هذه الجريمة منصوص عليها في هذا القانون رقم 09-03 و أن تنجم عن هذه الجرائم أضرار منصوص عليها في هذا القانون تخص فئة من المستهلكين المتضررين من نفس المتدخل و نفس المادة الضارة في نفس الوقت، كالتسمم الجماعي³ وكذلك حول لهم تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية المختصة على أساس الخطأ الجنائي .

1-المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية نصت على:" يجوز لكل شخص متضرر من جنابة أو جنحة أن يدعي، بأن يتقدم بشكوى أمام قاضي التحقيق المختص"

2- قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، السابق الذكر .

3- زير جمال الدين ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، المرجع السابق، ص32.

و أيضا دور جمعيات حماية المستهلك في مجال التحسيس لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي تكمن في أن لها تلعب دورا هاما في حماية المستهلك وهذا من خلال القيام بمجموعة من المهام مثل ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع للتعرف على الطاقات، حث ودفع المؤسسات الرسمية والهيئات المتخصصة إلى سن قوانين تحمي المستهلك، التوعية ونشر ثقافة الاستهلاك، والتركيز على القضايا التي تحظى بأكبر اهتمام لدى المجتمع وهي: الغذاء، تلوث الهواء، الاتصالات، التدخين... الخ، فبالنسبة لقضية الغذاء- على سبيل المثال- ينبغي العمل على سن قانون لسلامة الغذاء وتعظيم استفادة المواطنين منه، فالاتصالات هي إحدى أعمدة الاقتصاديات الحديثة، ولا مجال لتطوير الاقتصاد دون تطوير الاتصالات وتخفيض تكلفتها؛ وهناك عدة مؤشرات في هذا المجال، منها نسبة المتصلين بالانترنت، الهاتف النقال، الهاتف الثابت... الخ؛ ونلاحظ بالنسبة للجزائر أن هذا القطاع يشهد نموا سريعا، وهذا بسبب الانخفاض النسبي في كاليف خدمات الاتصال الناتجة بدورها عن المنافسة وكسر الاحتكار.¹

إذن للجمعيات دور هام في عدة مجالات نستطيع أن نوجزها أساسا في :

* مجال التحسيس والإعلام: فمن واجبات الجمعيات تحسي المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلكين.

وتعتمد الجمعية في قيامها بعملية التحسيس على وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة ، وكذلك بإلقاء المحاضرات وتعليق الملصقات ، وبواسطة المنشورات والمطريات وتعتمد الجمعيات على جمع المعلومات ومعالجتها ثم نشرها في الوقت المناسب على أوسع نطاق ممكن.²

1- الداوي الشيخ ، المرجع السابق ،ص10

2- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ،ص66

ولا يقتصر دور ومهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين وهو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات ولقد سمح القانون لجمعيات المستهلكين بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي لحق بهم وذلك طبقا للمادة 19 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.¹

إن حماية المستهلك ما زالت لم تبلغ بعد الهدف المحدد لها وخاصة بعد أن تراجعت السوق الجزائرية بالمنتجات المحلية والمستوردة وظهر أساليب التقليد والغش قصد تضليل المستهلك، وذلك لانعدام مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية.²

ثالثا : تحريك الدعوى من طرف النيابة العامة

الأصل أن كل جريمة تكون النيابة العامة طرفا فيها وكذا الجرائم الماسة بالمستهلكين، وتعرف هذه الأخيرة بأنها الطلب الموجه من الدولة بواسطة جهازها المختص النيابة العامة إلى المحكمة اتجاه المتهم الذي ارتكب جريمة ضد احد أفراد المجتمع، والقاعدة العامة في الجزائي هي انه لا عقوبة بغير دعوى و إجراءات جزائية³ حيث أن المادة 60 من القانون 06-10 نصت على أنه: " عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق 3 ملايين دينار، فإن المحضر المعد يرسل مباشرة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية"⁴ وعموما فإن وكيل الجمهورية كممثل لجهة المتابعة ، حددت المادة 36 اختصاصه لنوعي، أما اختصاصه المحلي فحدده المادة من قانون الإجراءات الجزائية⁵.

1-قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر.

2-علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ، 67

3- ميلاني بغدادي مولاي، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، ص15.

4- المادة 60من قانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السابق الذكر.

5- قانون 07-17 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، السابق الذكر.

الفرع الثاني: أدلة الإثبات الجزائية في جريمة الإشهار التضليلي

تتم الحماية الإجرائية للمستهلك عن طريق الدعوى التي يرفعها بنفسه للدفاع عن مصالحه وقد تتم هذه الحماية عن طريق دعوى جماعية تتولاها جمعيات حماية المستهلك نيابة عن المستهلك والتي تم التعرض لها سابقا في خلال هذه الدراسة، وللنيابة العامة تحريك دعوى عمومية من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك، ومن هنا تبرز الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء بمختلف هيئاته في ضمان حماية وقائية من خلال صلاحيات البحث والتحري من جهة وعلاجية في حالة الاعتداء على هذه المصالح عن طريق ردع المخالفين وتوقيع الجزاء من جهة أخرى في هذا الإطار ارتأيت هذا الفرع لأهم وسائل الإثبات المنصوص عليها صراحة في قانون حماية المستهلك و قمع الغش.¹

أولا : مخابر قمع الغش

لقد منح المشرع الجزائري تأهيل المخابر التابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك مصداقية النتائج التي تصدرها حتى لا يتضرر المتدخل ، و ذلك بالتحاليل و الاختبارات و كذلك التجارب بالنسبة للسلع المستوردة و التي لن تعرض للبيع ، و هذا حسب المادة 35 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش . كما يمكن كذلك الاستعانة و طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول الاعتماد على مخابر أخرى يتم تحديدها عن طريق التنظيم حسب المادة 36 من قانون 09-03 ، كما ألزم المشرع استعمال المناهج المحددة عن طريق التنظيم، وفي حالة عدم وجودها تستعمل المناهج المتفق عليها دوليا.² يجب أن تصدر هذه المخابر كشوفات باسمها وتقارير تتضمن نتائج التحاليل أو الإختبارات أو التجارب التي تمت في إطار معين ، مع ذكر المناهج المستعملة .

1- زير جمال الدين، المرجع السابق ، ص 34.

2- المادة 37 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، السابق الذكر

ثانيا : فحص العينات

الأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هم: ضباط الشرطة القضائية و الأعوان الآخريين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، مثل: أعوان الجمارك، كذلك أعوان قمع الغش التابعين للوزارة المكلفة بحماية المستهلك. يقوم هؤلاء الأعوان بتحرير محضر فور اقتطاع العينات، وهذا قصد إجراء التحاليل الاختبارات أو التجارب نصت عليه المادة 40 من نفس القانون. حسب المادة يجب اقتطاع 3 عينات متجانسة، أي من نفس العينة في نفس اللحظة موضوع الرقابة وترسل مباشرة العينة الأولى إلى المخبر المؤهل بموجب هذا القانون لإجراء التحاليل اللازمة وتبقى العينتان الثانية والثالثة، عينتان شاهدتان، إحداهما يحتفظ بها لدى مصالح الرقابة التي قامت بالاقتطاع والثالثة يحتفظ بها لدى المتدخل المعني، كما يمكن استعمال باقي العينتين أي: الثانية والثالثة مرة أخرى.¹

ثالثا : إجراء الخبرة

لقد نصت المادة 43 من القانون رقم 03-09 على أن : " الخبرة التي تجري في إطار هذا القانون تكون قابلة للطعن ، و يأمر بها و تنفذ حسب الإجراءات و الأشكال المنصوص عليها في المواد من 143 إلى 156 من قانون الإجراءات الجزائية " كما يقوم وكيل الجمهورية وفقا للمادة 44 من القانون 03-09 بإحالة الملف إلى القاضي المختص إذا ما أرى أنه يجب الشروع في المتابعة أو فتح تحقيق قضائي، وهذا بناء على التقارير أو المحاضر التي أحييت إليه من طرف الأعوان المذكورين آنفا وبعد التحقيق المسبق وفي حالة ظهور نتائج توحى باحتمال الغش أو التزوير الناتج عن تحاليل أو اختبارات أو تجارب المخابر المؤهلة ، يقوم القاضي المختص بإشعار المتدخل المخالف المفترض أنه يمكنه الإطلاع على كشف أو تقرير المخبر، وتمنح له مهلة 08 أيام عمل لتقديم ملاحظاته وعند انقضاء المهلة لا يمكن للمخالف المفترض أن يطالب بالخبرة.

1- أحكام المواد 25 و 40 و 43 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، السابق الذكر.

وهذا ما نصت عليه المادة 45 من القانون رقم 03-09 ، أما إذا قام المخالف المفترض بطلب الخبرة أو تأمر بها الجهة القضائية المختصة ، حيث يختار خبيران حسب المادة 46 من نفس القانون ، أحدهما من طرف الجهة القضائية المختصة والآخر من طرف المخالف المفترض، وذلك من طرف الجهة القضائية طبقاً للأحكام المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.¹

وبصفة استثنائية، وبعد موافقة الجهة القضائية المختصة ، يمكن للمخالف المفترض أن يختار خبيراً غير مقيد في القائمة المحررة طبقاً لأحكام المادة 144 من قانون الإجراءات الجزائية². كما بإمكان مسؤول المخبر الذي قام بالتحليل الأول أو اختبار أو تجربة كخبير طبقاً للشروط المحددة بموجب هذا القانون ، كما تمنح مهلة للمخالف المفترض قصد اختيار الخبير، كما له الأجل الممنوح له، تعيين الجهة القضائية المختصة تلقائياً خبيراً وذلك حسب المادة 47 من نفس القانون. كما بينت المادة 59/ 04 من القانون 03-09 أنه: " إذا ثبت عدم مطابقة منتج، يعلن عن حجه و يعلم فوار وكيل الجمهورية بذلك " .

كما نص قانون 03-09 في الباب الثالث منه على البحث ومعاينة المخالفات وحدد صفات الأعوان المكلفون بالرقابة وحدد مهامهم واختصاصاتهم وحدود سلطاتهم.²

1- أحكام المواد 45 و 46 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، السابق الذكر .

2- زير جمال الدين، المرجع السابق ، ص 36.

المبحث الثاني: المسؤولية الجنائية والجزاءات المترتبة عنها

المسؤولية حسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات والتي تختصر في الواقع على مسؤولية المحترف كالمنتج الصناعي عن الأضرار الناشئة بسبب منتجاته الخطرة و الوسيط و التاجر وكل متدخل في عملية العرض بسبب السلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك وقد حرصت التشريعات على فرض احترام مطابقة المنتج و الخدمة للمواصفات و المقاييس القانونية و على أساس إخلال احد أطراف العلاقة الاستهلاكية بالالتزام قانوني يؤدي إلى تضليل المستهلك مما يلحق أضرار بالفرد و المجتمع ومن ثم تقوم المسؤولية على هذا الأساس، وقد قمت بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين،المطلب الأول يتكلم عن المسؤولية الجنائية للأشخاص في مجال حماية المستهلك من الإشهار التضليلي و الثاني عن الجزاءات المترتبة عن الإشهار التضليلي.

المطلب الأول : المسؤولية الجنائية للأشخاص في مجال حماية المستهلك من الإشهار التضليلي

تعرف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام أو تحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة ، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدابير احترازية حددها المشرع في حالة قيام مسؤولية أي شخص سواء أكانت مسؤولية الشخص المعنوي، أو شخص طبيعي ، تنقسم المسؤولية الجنائية للأشخاص مرتكبي جريمة الإشهار الكاذب والمضلل في المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي والمتمثلة في مسؤولية المنتج والناقل والموزع والمحترف، والذي من خلالها يمكن للمستهلك أن يرجع على أحدهم للمطالبة بالتعويض¹

1- دناقير إيمان، المرجع السابق،ص 24.

عن الضرر الذي وقع له، وأيضا تقوم المسؤولية الجنائية عن جريمة الإشهار الكاذب والمضلل اتجاه الشخص المعنوي.¹

الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي

أولا: مسؤولية المنتج

تقوم هذه المسؤولية نتيجة تصنيع منتجات معينة أو طرحها في السوق ، على الرغم من عدم توفرها على المقاييس و المواصفات القانونية و التنظيمية أو شروط تغليفها وترتيبها أو عدم احتوائها الوسم المطلوب ، أو بسبب الأضرار التي ألحقتها بالمستهلكين أو المستعملين نتيجة لعدم توخي الحذر و الحيطة في لفت انتباه هؤلاء إلى مخاطر الاستعمال أو الأخطار الملازمة للمنتجات بطبيعتها على الرغم من أن تصنيعها غير مشوب بأي عيب يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالمستهلكين و يتصور أن تقوم مسؤولية المنتج عندما يعرض المنتج مباشرة في السوق أو عند تقديمه للاستهلاك ، وإما يكون المنتج شأنه شأن أي محترف آخر مسؤولا في مواجهة المستهلك و التزامه بالضمان إذا لم يتوفر في المنتجات المباعة وقت الاقتناء الصفات التي كفل بها القانون وجودها ، أو إذا كانت موجودة بهذه المنتجات عيب ينقص من قيمتها أو من نفعها بحسب الغاية المقصودة مما هو مبين أو ظاهر من طبيعتها ، أو العرض الذي أعدت له ، وقد فرض المشرع على المنتج أن يلتزم سواء بنفسه ، أو بواسطة متخصصين باتخاذ كل ما هو²

1- دناقير إيمان، المرجع السابق،ص 24.

2- علي بولحية بن بوخميس،المرجع السابق،ص84.

ضروري من الاحتياطات في توفير المقاييس و المواصفات القانونية و التنظيمية في المنتج أو الحيلولة دون تحقيق الغرض من الاستهلاك سواء بوسم المنتجات أو الاعتناء بغلافها حتى يتقي مخاطر تصيب الفرد و المجتمع ، ويقع على المنتج عبء إثبات قيامه بهذا الواجب وإلا كان مسؤولاً عما قد يحدث من أضرار¹.

أيضا لقد ذهب بعض الفقه إلى القول بأن التزام المنتج بالإعلام، يستمد من اعتبار كتمان المنتج للمعلومات تدليسا يرتب مسؤولية البائع ، فالتدليس هو استعمال أحد المتعاقدين طرقا احتيالية لتضليل المتعاقد الآخر تضليل يحمله على التعاقد ، ويلزم فيه أن تكون الحيل التي لجأ لها أحد المتعاقدين أو نائب عنه من الجسامة ، بحيث لولاها لما ألزم الطرف الثاني العقد ، فتكفي أذوبة واحدة بشأن البضاعة أو الإعلان لقيام الجريمة أو الشروع فيها²، فمسؤولية المنتج كلما ثبت تقصير من جانبه سواء أكانت علاقته مع المستهلك مباشرة يربطها عقد اقتناء ، فإن الرجوع على المنتج يكون على أساس المسؤولية العقدية ، أما إذا كانت علاقته غير مباشرة أي لم يتم التعاقد مباشرة مع المستهلك وإنما بواسطة تاجر أو عرض سلعة ، فالرجوع يكون عليه من طرف هذا الأخير على أساس المسؤولية التقصيرية و يمكن أن تنشأ مسؤولية المنتج الجنائية دون المسؤولية المدنية عندما يلحق المجتمع ضررا ويمكن أن تقترن المسؤولية الجزائية عندما يمس الضرر بمصالح الأفراد أيضا.³

1- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص84.

2- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص25.

3- مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك ، رسالة ماجستير في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة باتنة ، سنة 2010، ص88.

ويتسع نطاق المسؤولية بحيث يشمل مكان الإنتاج ، و المنتج أيضا ، أما بالنسبة لمكان الإنتاج أوجب المشرع الجزائري على المنتج أن يصمم مباني الإنتاج و المرافق التابعة لها بطريقة تكفل منع دخول الآفات أو الملوثات البيئية ، بالإضافة إلى توفير التهوية أو الإثارة الضرورية ، ومخالفة ذلك تؤدي إلى مسؤولية المنتج و يجب توفير شروط النظافة في مكان الإنتاج . أما بالنسبة للمنتج في حد ذاته فيجب أن يقدم المنتج للاستهلاك وفق مقاييس إنتاجه وتغليفه، و أن يذكر مصدره وتاريخ صنعه و التاريخ الأقصى للاستهلاك ، وكيفية استعماله و الاحتياطات الواجب استعمالها من أجل ذلك ، وعمليات المراقبة التي أجريت عليه و إلا تحمل المنتج المسؤولية المدنية لإخلاله بأي من الوجبات المذكورة أعلاه .¹

ثانيا :مسؤولية المحترف

يكون المحترف أو كل متدخل في عملية عرض السلعة للاستهلاك مسؤولا عن كل ما يحدثه المنتج أو الخدمة من أضرار للمستهلكين، ويعتبر مخالفة كل إشهار أدى إلى تضليل المستهلك حتى لو لم يحدثا ضررا للمستهلك أو المستعمل ، كمخالفة عدم توفر المواصفات و المقاييس القانونية أو سوء التغليف أو الرزم ، أو نقص الوزن ، أو الزيادة في السعر ، أو وقف تسليم شهادة الضمان للمستهلك، فمسؤولية المحترف أو عارض السلعة مفترضة بقوة القانون ولا يمكن تعاد لها إلا بإثبات القاهرة أو خطأ المضرور أو فعل الغير .²

1- ميروك ساسي، المرجع السابق،ص89 .

2-علي بولحية بن خميس،المرجع السابق،ص85.

ثالثا :مسؤولية الوسيط (الناقل أو الموزع)

تبدأ مسؤولية الوسيط (الناقل أو الموزع) من وقت استلامه للمنتجات إلى غاية تسليمها لصاحبها ، وتقوم مسؤولية عن صيانتها الكلية الجزئية ، كالمحافظة على السلعة وصيانتها أثناء النقل أو التخزين أو الحفظ حتى لا يتسبب في تعرضها لأي خطر يؤدي إلى التأثير على سلامتها وفقدانها لمقوماتها و المواصفات و المقاييس المقررة قانونا و إلا تحمل المسؤولية المدنية و الجزائية إذا ما تسبب بذلك في إلحاق الأضرار بالمستهلك، وتقوم مسؤولية الناقل و الموزع عندما يعرض المنتج للاستهلاك و يثبت عارض السلعة أو المحترف وأنه غير مسئول عن فساء المنتج و أن تأثيره و فساده كان نتيجة لعدم مراعاة الناقل و الموزع للشروط و الوسائل القانونية في مجال النقل وهي مسؤولية مفتوحة في حقه لا يمكن التخلص منها إلا بإثبات العكس.¹

رابعا :مسؤولية المستورد

لقد أوجب المشرع المستورد أن يراعي عند استيراد المنتجات و السلع توفر المقاييس و المواصفات القانونية الجزائرية دون أن يهمل ، المقاييس و المواصفات الدولية ، وعلى هذا الأساس فقد افترض المشرع قيام مسؤولية المستورد بمجرد حيازته للمنتجات الأجنبية وفرض عليه أن يبحث في مدى توفرها على المواصفات و المقاييس ، وتدعمها لحماية المستهلك وضع جهاز خاص لرقابتها وإخضاعها للتحليل المخبري قبل إخضاعها لعملية

1-علي بولحية بن خميس، المرجع السابق، ص86.

الجمركة أي لفحص عام و معمق وقد نظم ذلك بالمرسوم التنفيذي رقم 05-467 المتعلق بكيفيات مراقبة ومطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيتها¹ حتى يتأكد من أن المنتج يستجيب للطلبات المشروعة للاستهلاك، والمستهلك ، وأنه مطابق لشروط تداوله ونقله و خزنه. أما إذا كانت الفحوصات العامة و المعمقة سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتج إلى الجزائري ، ويتم تحويل هذا المنتج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد دون الإخلال بالعقوبات المقررة في القانون 09-03 والقانون 79-07 المعدل و المتمم و المتضمن قانون الجمارك ومن ثم على المستورد مسؤولية مدينة تمنعه من دخول السلعة المستوردة إلى الجزائري .

الفرع الثاني: المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي

هذا و قد اعتمد قانون العقوبات مبدأ مسؤولية الأشخاص الاعتبارية و إمكانية خضوعها لبعض أنواع العقوبات و الجزاءات التي تتلاءم و الطبيعة القانونية للشخص الاعتباري² ، يسأل الأشخاص المعنوية جنائيا في الحالات المنصوص عليها في القانون أو اللائحة حيث نص على العقوبات التكميلية التي يمكن تطبيقها على الشخص المعنوي، و هي المصادرة الجزائية للأموال و حل الشخص الاعتباري و نشر حكم الإدانة.³

1- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، المتعلق بشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، الجريدة الرسمية 80.

2- سعادوي سليم، حماية المستهلك الجزائر نموذجا، دار الخلدونية، الجزائر، دون ذكر سنة النشر، ص 189

3- احمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري الفرنسي و في الشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 427.

وبالتالي تعتبر الأشخاص المعنوية مسؤولة جنائيا عن الجرائم التي يرتكبها ممثلوها أثناء القيام بأعمالهم لمصلحة الشخص المعنوي و لحسابه، ويقصد بالأشخاص المعنوية مجموعة من الأشخاص أو الأموال ترمي إلى تحقيق غرض معين ، يمنحها القانون الشخصية القانونية بالقدر اللازم لتحقيق هذا الغرض¹.

ويتضمن أحكام هذه المسؤولية المواد الواردة بالبواب الأول مكرر الذي تضمن المواد 18 مكرر و 18 مكرر 1 و 18 مكرر 2 و 18 مكرر 3 وكذلك ما ورد في المادة 51 مكرر في الباب الثاني من قانون العقوبات².

ولذلك يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه سواء كان يهدف إلى تحقيق الربح أو كان غرضه خيرا مثل الشركات الإنتاجية و الشركات المدنية أو الجمعيات الخيرية أو ذات الطابع السياسي³، و في المقابل من هذا لا تسأل الدولة و الجماعات المحلية و الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام حسب نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات ولا تقوم هذه المسؤولية إلا إذا توافرت الشروط التالية

1- ارتكاب الجريمة من أحد الأجهزة أو الممثل القانوني للشخص المعنوي

لا يمكن أن يرتكب الشخص المعنوي السلوك الإجرامي إلا عن طريق أحد الأشخاص الطبيعيين المكونة له حيث تعطي لأحدهم صفة الممثل القانوني للشخص المعنوي

1- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام ، المرجع السابق، ص208.

2- المادة 51 مكرر من قانون العقوبات التي تنص: "..... يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك إن المسؤولية الجزائرية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفس الأفعال "

3- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام ، المرجع نفسه، ص209.

الذي لديه السلطة القانونية للتصرف باسم و لحساب الشخص المعنوي مثل المدير العام و المستشار القانوني....وقد عرفت المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية الممثل القانوني للشخص المعنوي كما يمكن أن ترتكب الجريمة عن طريق أحد أجهزة الشخص المعنوي مثل مجلس الإدارة أو الجمعية العامة للشركة...فيجب لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي أن ترتكب الجريمة من طرف أحد أجهزته أو من يملك سلطة التمثيل القانوني للشخص المعنوي، وتتقي هذه المسؤولية إذا ارتكبت الجريمة من طرف موظف عادي يعمل لدى الشخص المعنوي حيث يسأل هذا الأخير جنائيا وحده على الجريمة التي ارتكبها حتى و لو كانت باسم و لحساب الشخص المعنوي.¹

2- ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي

تستلزم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات أن ترتكب الجريمة لحساب الشخص المعنوي لكي تقوم المسؤولية الجزائية عنها أي أن تكون الأفعال المكونة للجريمة قد ارتكبت لغرض تتطلبه مقتضيات العمل من اجل تحقيق مصلحة أو منفعة للشخص المعنوي وبذلك لا يكون الشخص المعنوي مسؤولا جنائيا إذا ارتكب احد ممثليه الشرعيين الجريمة بهدف تحقيق مصلحة شخصية له.² وفي مجال جريمة الإشهار الكاذب والمضلل، نجد أن المشرع اقر بقيام المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية عن ارتكاب هذه الجريمة، حيث نصت المادة 435 مكرر من قانون العقوبات على انه "يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكر من هذا القانون" فالمشرع نص على عقوبات تكميلية التي هي المصادرة

1- دناقير إيمان، المرجع السابق، ص28

2- دناقير إيمان، نفس المرجع، ص28.

و نشر الحكم ،الحجز إضافة إلى عقوبات تكميلية أخرى نص عليها في حالة العود¹ .
وبما أن نص المادة 03 فقرة 07 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش قد عرفت المتدخل "على انه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"² ، وكذلك ما قررته مواده من عقوبات عن هذا المتدخل إذا اخل بمبدأ مطابقة المنتجات وسلامتها من الغش والتدليس والتي تعتبر عقوبة أصلية تطبق على الشخص المعنوي³ ، فان المشرع بهذا قد اقر بمبدأ المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في هذا القانون، لإمكانية أن يكون هذا المتدخل شخصا معنويا.

ويعتبر تقرير مبدأ مسؤولية الشخص المعنوي ضروري لان خطورة الشخص المعنوي تفوق بكثير خطورة الأشخاص الطبيعيين، فمثلا صناعة منتوجة أو دواء فاسد أو مسموم يسبب مخاطر عديدة وجسيمة على المستهلك، خاصة مع تطور التكنولوجيا التي أدت إلى كثرة الإنتاج و تخلي الإنسان عن هذه الأعمال لصالح الآلة الصناعية التي دخلت كل المجالات.

وكذلك بالنسبة للأضرار التي تسببها بعض الشركات التجارية عند استيرادها لمواد مغشوشة، تضر بصحة المستهلك أو تؤدي إلى وفاته⁴ .

1- عبد الله أوهابيبية، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، دار موفم للنشر، طبعة 2009، ص375.

2- المادة 7/03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر .

3- المادة 18 مكرر من قانون العقوبات، السابق الذكر .

4- غسان رباح، المرجع السابق، ص73.

المطلب الثاني: الجزاءات المترتبة على الإشهار التضليلي.

تستهدف غالبية التشريعات في اقرار الجزاءات الى تحقيق الحماية الشاملة للفرد والمجتمع، وفي مجال حماية المستهلك يتنوع الجزاء بين الاداري والمدني، والجزائي، ونتناول ذلك في الفروع الثلاث الموالية الأول الجزاء الإداري و الثاني الجزاء المدني والثالث الجزاء الجنائي.

الفرع الأول : الجزاء الإداري.

منح القانون الحق في فرض عقوبات إلى جهة إدارية ، لذلك فهي عقوبات إدارية ويعتبرها البعض تدابير احترازية وسنتعرض للعقوبة والجهة المخولة قانونا لإصدارها، ثم لمختلف الأحكام التي تخضع لها هذه العقوبة¹.

تتمثل هذه العقوبة أساسا في سحب المنتج سواء سحبا مؤقتا أو سحبا نهائيا وفقا للمادة 62 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، وكذلك غلق المحل التجاري ، وتصدر هذه العقوبة في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في المادة 1/46 من القانون رقم 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على أنه "يمكن الوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بواسطة قرار، إجراءات الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ستون (60) يوما في حالة مخالفة أحكام القواعد المنصوص عليها في أحكام هذا القانون"² وذلك عند ارتكاب العون لإحدى المخالفات المنصوص عليها في القوانين و التي تعنى بممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة المحددة قانونيا، ممارسة أسعار غير شرعية ارتكاب الممارسات التدليسية، إركاب الممارسات التجارية غير النزيهة، وأخيرا معارضة المراقبة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق، وتتعلق المادة 28 من نفس القانون بالإشهار التضليلي³.

1- طحطاح علال ، مرجع سابق، ص105.

2- القانون رقم 06-10 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، السابق الذكر .

3-بودالي محمد، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري و القانون المقارن، المرجع السابق، ص194.

إضافة إلى الحجز على المنتج سواء اعتباري أو عيني وفقا للمادة 40 من قانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إضافة إلى غرامة الصلح المنصوص عليها بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الباب الخامس منه، من المواد 86 إلى 93، إضافة إلى التوقيف المؤقت عن النشاط وفقا للمادة 65 من نفس القانون.¹

المشروع قد خول لجهتين بنشر قراراتها، وهما الوالي المختص إقليميا، وهو الجهة الإدارية والقاضي وهو سلطة قضائية يحدد المدة التي من خلالها نشر القرار، والأمكنة التي يتم فيها ذلك حسب ما جاء في قانون الممارسات التجارية.²

الفرع الثاني : الجزاء المدني

يمكن للمستهلك أو لجمعيات حماية المستهلك أو الجمعيات المهنية أو المحترف أن يتأسسوا كأطراف مدنية في الدعوى العمومية، فيستفيدون من الإثبات الواقع على عاتق النيابة العامة، ولهم الحق في طلب التعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي أصابهم من جراء الإشهار التضليلي.³

1- المواد من 86 إلى 93 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر .

2- خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاجتماعي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة سعيدة، 2016/2017، ص 97 .

3- المادة 65 من القانون رقم 06-10 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، السابق الذكر .

كما يمكنهم أن يرفعوا دعاوى أمام القضاء المدني و أن يؤسسوها على حكم الإدانة إن لم يسبق وأن قدموا طلباً أمام القاضي الجزائي، و لهم أن يؤسسوها على مخالفة النظام العام الاقتصادي و أن يثيروا المسؤولية التقصيرية للمعلن إذا لم يصلوا إلى مرحلة التعاقد معه، أما فيما يخص الإثبات، فركيزة الإشهار أو أداة الإشهار كافية للوفاء بالغرض خاصة أمام القسم التجاري الذي تجوز فيه حرية الإثبات، وحتى ولو كان المعلن غير تاجر وتقام الدعوى أمام القضاء المدني فركيزة الإشهار كافية لإثبات الإشهار، كما أن الوسائل الكثيرة و المتطورة تترك أثراً يوصف بأنه من طبيعة الإشهار، كالمصقات والوسم و مواقع الانترنت مع إمكانية التأكد من مصدرها، كلها وسائل إثبات.¹

يمكن أن يكون سبب الدعوى هو الضرر فنكون بصدد دعوى مدنية فيطالب فيها المضرور بالتعويض جراء الضرر الذي أصابه بسبب الإشهار التضليلي، وإذا تعدد المسؤولون عن عمل ضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر، ويكون للمضرور أن يرفع دعواه عليهم جميعاً يطالبهم بالتعويض أو يرفعها على أي واحد منهم يطالبه بهذا التعويض الكامل.²

وينشأ الحق في التعويض من وقت توافر أركان المسؤولية، ويقدر التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المضرور ولا يصح أن يجاوز مقدار الضرر. ولا يكون إلا عن الضرر المباشر سواء كان متوقع أو غير متوقع. وقد يكون التعويض عيني كإصلاح المنتج و التحمل بجميع المصاريف أو استبداله أو إصلاحه وهذا ما استوجبه قانون حماية المستهلك.³

1- المادة 28 من القانون رقم 10-06 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، السابق الذكر.

2- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 93.

3- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 93.

الفرع الثالث : الجزاء الجنائي

يعرف الجزاء الجنائي بأنه "رد الفعل الاجتماعي على انتهاك القاعدة الجنائية، ينص عليه القانون و يأمر به القضاء و تطبقه السلطات العامة يتمثل في إهدار أو إنقاص أو تقييد محيط الحقوق الشخصية للمحكوم عليه المقرر بالقانون للناس كافة بهدف وقاية المجتمع من الإجرام"¹

رتب المشرع عقوبات جزائية على جريمة الإشهار التضليلي بموجب قانون العقوبات في أغلب حالات مخالفة أحكامه وفقا لجريمة الخداع، و لم يعرف قانون العقوبات جريمة الخداع، وإنما أورد أهم الطرق التي تتحقق بها ، فمجملة الأفعال الايجابية المكونة لها تشكل خداعا للمستهلك، فهو عبارة عن استعمال حيلة توقع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد، وكما يعرفه بعض الفقهاء بأنه الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع التعاقد على نحو مخالف للحقيقة، ويعرف الخداع أيضا بأنه إلباس الشيء مظهرًا مخالفًا لما هو عليه للحقيقة والواقع.¹

فيمكن أن يعاقب على الإشهار الكاذب أو حتى الإشهار التضليلي بموجب هذه المواد لأنها لم تحدد بالضبط طريقة الخداع وإنما حددت محل الخداع، ويمكن للإشهار أن يكون وسيلة للخداع، والعقوبة هي عقوبة الجنحة، كما أنه على المعلن أن يلتزم بتعويض المتضرر بإعادة الأرباح التي تحصل عليها من إعلانه.

وقد خول القانون لجمعيات حماية المستهلكين تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية المختصة على أساس الخطأ الجنائي.³

1- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري - القسم العام-، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص.407.

2- سي يوسف زاهي حورية، (تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك) ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عن جامعة مولود معمري تيزي وزو ، العدد 01، 2007، ص 30.

3- خوجة عائشة، المرجع السابق، ص 99.

إضافة إلى جزاءات أخرى منها المصادرة ونشر القرارات حيث تتضمن المصادرة في القوانين الجنائية إضافة أحوال معينة ذات علاقة بالجريمة إلى ملكية الدولة، وتشكل المصادرة عقوبة جنائية، كما تعد إجراء من إجراءات الأمن، كما يعد نشر القرارات الصادرة بالأحكام الأصلية التي قليلا ما ينص عليها القانون العام جزاء جنائي. وتتصب المصادرة على أشياء تجوز حيازتها، وتكون هذه الأشياء في حوزة المحكوم عليه وتعد عقوبة تكميلية وتقضي بها وجوبا في أغلب الأحيان، وقد عرفت المادة 15 من قانون العقوبات بأنها "الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة...". وقد يمكن للقانون 10-06 بموجب المادة 44 منه أن يحكم القاضي بمصادرة السلع المحجوزة في حالات معينة ذكرها على سبيل الحصر.¹

ويتم نشر الحكم الصادر بالأصل، ونادرا ما ينص عليه القانون العام إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك، حيث ينص المحكوم عليه في قوانين المستهلك كما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك، حيث يصب المحكوم عليه في شرفه واعتباره، لذلك لا يجوز الحكم به إلا إذا نص المشرع على ذلك صراحة. والنشر قد يكون بالإعلان على واجهة المنشأة أو في الصحف أو الإذاعة المرئية المسموعة، وذلك لإعلام المستهلكين و المتعاملين بالجرائم المرتكبة بما يحقق الهدف من العقوبة والتمثل في فقدان الثقة في مرتكب الجريمة، وحرمانه أو تقليل حجم مكاسبه المالية في المستقبل نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه، ولهذا حرصت التشريعات المقارنة على الأخذ بهذا الجزاء في قوانين حماية المستهلك.

ملخص الفصل الثاني

المشرع لم يكتف ببسط حماية جزائية موضوعية للمستهلك من الإشهار التضليلي بل دعمها إجرائيا أيضا.

ومن خلال البحث في الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي تطرقنا إلى الهيئات المكلفة بحماية المستهلك جزائيا ومن ثم ضوابط حمايته من هذه الجريمة سواء الضوابط المتعلقة بالمعلن أو المتعلقة بالمنتوج و أيضا الأطراف المكلفة بإثبات الجريمة وكشفها وذلك من خلال مخابر قمع الغش، وكذا فحص العينات وإجراء الخبرة

فالعون الاقتصادي لا تثبت مسؤوليته إلا إذا ثبتت المخالفة في ذمته عن طريق المحاضر التي يحررها الأعوان المكلفون بذلك من خلال العمليات الرقابية التي يقومون بها سواء كان المخالف شخصا طبيعيا أو معنويا.

و تتميز الجزاءات في مجال جريمة الإشهار التضليلي بأنها ذات طابع يغلب عليه الطابع المالي، وتطرقت إلى الجزاءات حيث بينت الجزاء الإداري المترتب عن هذه الجريمة و من ثم الجزاء المدني، إلى الجزاء الجنائي.

خاتمة

الخاتمة

بعد رحلة البحث في ثنايا الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار التضليلي التي كفل المشرع إلى تحقيقها بتتويجه في مصادر الحماية تجريما وعقابا ، يمكن القول أن هذه المصادر على تنوع زمن صدورها ، ورغم اتحادها في الغاية - وهي حماية المستهلك - إلا أن المشرع لم يتبع بشأنها نمطا واحدا وان كان عدم التجانس هذا يعد عائقا في سبيل تطبيقها وبحثها أمام القضاء ، وفي مقابل التعارض القائم بين نصوص عامة وخاصة فإنه كان من المفروض أن يحسم هذا التعارض بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش باعتباره الأصل في إقرار هذه الحماية لكنه أحال إلى نصوص أخرى وأقر جزاءات زهيدة ومطبقة على جميع مخالفاته مهما كانت خطورتها؟

وعلى ذلك يمكن القول بحق بأن قانون 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،الذي جعل من حماية المستهلك أبرز أهدافه مستغنيا بذلك عن العقوبة السالبة للحرية ، غايته الحقيقية المستترة تكمن في تحقيق مصالح الدولة بالدرجة الأولى ، عن طريق الغرامات المالية الباهظة التي ستؤول لخزینتها حال ثبوت المخالفة ، وتبقى حماية المستهلك مجرد وهم .

لنصل بذلك إلى أنه و للإجابة عن الإشكالية المطروحة سلفا فلا بد من ضرورة التوفيق بين نصوص الحماية المبعثرة بين نصوص شتى يصعب الإلمام بها ،واستكمال النقص الذي يعترها وذلك بتعديل أحكام القانون 09-03 الذي تمت المصادقة عليه من قبل مجلس الوزراء ، ويهدف هذا المشروع التشريعي (تعديل قانون 09-03) إلى تدارك النقائص المسجلة في التشريع المذكور التي ظهرت بعد عشر سنوات من التطبيق .

أن جريمة الإشهار التضليلي والكاذب هي من الجرائم الشكلية وهذا لكونها لا يعاقب على الشروع فيها لغياب نص يقضي بذلك ، ما عدا جريمة الخداع التي تأخذ أحكام الشروع في كل الجرائم .وهي من الجرائم السلبية التي في معظمها (مخالفة النظام القانوني للوسم ، عدم الإعلام بشروط البيع ، وعدم الإعلام بالأسعار ، الإشهار التضليلي إذا امتنع عن الإشهار أما إذا قام به وكان مضللا وكاذبا فهو سلوك ايجابي) وقد وجدت لها مجالا خصبا في مجموع الالتزامات التي فرضتها نصوص مادة الاستهلاك .

المشرع جرم السلوكات الماسة بالمستهلك وفرض بموجب النصوص القانونية تقرير مسؤولية الأشخاص في مجال الإشهار التضليلي .سواء الشخص الطبيعي أو المعنوي . منح المشرع صلاحية المساهم في المسار الإجرائي للدعوى لجمعيات حماية المستهلك .

وعلى مستوى الجزاءات فالمشرع لم يقر جزاءات زجرية واكتفى بجزاءات لا يمكن أن توصف بأنها ردعية فجلها جزاءات مالية لا تفي بالغرض ، ولا يحقق الردع الكافي للجريمة .

المشرع رفع من قيمة الغرامة بحديها مقارنة بالجرائم السابقة ، وحبذ لو أن المشرع اخذ بالغرامة النسبية مقارنة بقيمة الإشهار مما يحقق عدالة أكثر وردع اكبر خاصة للتجمعات التجارية ذات رؤوس الأموال الكبيرة .

توصيات:

وجب على المشرع إضافة مادة تنص صراحة على مساءلة الشخص المعنوي بشأن العديد من مظاهر الاستهلاك وليس بمقتضى قانون العقوبات، تماشيا مع مقتضيات التخصيص التي يتطلبها تجريم الشخص المعنوي ، فالشخص المعنوي هو المهيمن على الحياة الاقتصادية والأعمال ، ومن ثم فإن استبعاد مسؤوليته جزائيا هو في حقيقة الأمر إفراغ للمغزى من إقرار قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وكذا تحديد نطاق تدخل جمعيات حماية المستهلك، وتحديد مسارها الإجرائي أمام القضاء الجزائي ، وتنظيم دورها بشكل كاف على غرار التشريعات الأخرى .
السعي إلى توحيد النصوص الحامية لحقوق المستهلك بدلا من توزيعها بين أكثر من قانون .

إلا أن هذا كله لا ينفى نجاح محاولة المشرع في تحقيق حماية جزائية للمستهلك وأن المنشود قد أصيب إلى حد بعيد ، فإنشاء النصوص قد خولت للمستهلك لما لا يقبل الجدل الحق في الحماية التي لم يكن يتمتع بها من قبل .

هذا ما يسعنا القول بشأن موضوع الدراسة كونه شائك وواسع نظرا لتعدد مصادره وتشتتها أيضا ، فإن كنا قد كشفنا عن جانب من غوامض هذه الحماية ، فما توفيقنا إلا من عند الله ، وان كنا قد حدنا عن بعض جوانبها فلا يسعنا إلا أن نطلب عدم المؤاخذة في ذلك .

ملخص المذكرة

ملخص المذكرة

لقد سعى المشرع إلى تحقيق حماية جزائية للمستهلك وإن المنشود قد أصيب إلى حد بعيد وذلك كون غالبية التشريعات قد كفلت حقه وذلك لحمايته من مختلف الممارسات الغير نزيهة، ومن تلك الممارسات ممارسة الإشهار التضليلي فقد كفل له المشرع الجزائري هذا الحق و ذلك بإصدار القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي تم إغائه بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

و كذا ضبط الممارسات التجارية في القانون رقم 10-06 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية باعتباره فرع من فروع قانون المنافسة حيث منع الممارسات المضرة بالمستهلكين ومن ضمنها الإشهار التضليلي موضوع بحثي. فقد أضحى الإشهار التجاري في عصرنا الحالي وسيلة أساسية للتعريف بالسلع و الخدمات في إطار المنافسة التجارية الحرة فهو وسيلة من وسائل التسويق و البيع فالإشهار يفتح الأسواق أمام المؤسسة ويسهل بيع المنتج لأنه يخلق الطلب عليها ويثير الرغبة لشرائها، وقد اهتم المشرعون ومن بينهم المشرع الجزائري بوضع إطار قانوني للإشهار التجاري فحدد قواعده و منع بعضه كالإشهار الكاذب أو المضلل، حيث منعها في المادة 28 من القانون 10-06 و جرمها في المادة 32 من نفس القانون بتطبيق عقوبات جزائية على مرتكبيها .

وأوكل للجهات المختصة والمكلفة بإثبات جريمة الإشهار التضليلي ، فالسلطة القضائية تمثل السلطة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكا تهم مخالفة تمس بالمستهلك .

ومتى تم إثبات جريمة الإشهار التضليلي فتقوم المسؤولية الجزائية في حق مرتكبها في حالة ارتكاب المخالف لسلوك جرمي يمس بحق المستهلك هذه الآلية تتمثل في منع

الإشهار التضليلي و تجريمه و كذلك تجريم الخداع ومحاولة خداع المتعاقد سواء كان شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا وهذه تعتبر كحماية للمستهلك من هذه الممارسة و حتى تتجسد هذه الحماية التشريعية رصد المشرع الجزائري جهازا أوكل إليه مراقبة الأعوان الاقتصاديين أثناء مباشرتهم لنشاطاتهم و خول للإدارة القيام بإجراءات تحفظية لردع المخالفين لنصوص القانون، ويتم إثبات المخالفة في حق المخالف الموجب المحاضر المحررة من طرفهم.

فعند ثبوت الجريمة تقوم المسؤولية الجزائية التي يترتب عنها جزاءات. فعلى مستوى الجزاء الإداري فقد منح القانون الحق في فرض عقوبات إلى جهة إدارية ، لذلك فهي عقوبات إدارية ويعتبرها البعض تدابير احترازية تخضع لها هذه العقوبة. تتمثل هذه العقوبة أساسا في سحب المنتج سواء سحبا مؤقتا أو سحبا نهائيا وكذلك غلق المحل التجاري، إضافة إلى الحجز على المنتج سواء اعتباري أو عيني وكذا غرامة الصلح وفقا لقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وعلى مستوى الجزاء المدني حيث يمكن للمستهلك أو لجمعيات حماية المستهلك أن يتأسسوا كأطراف مدنية في الدعوى العمومية، فيستفيدون من الإثبات الواقع على عاتق النيابة العامة، ولهم الحق في طلب التعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي أصابهم من جراء الإشهار التضليلي، فينشأ الحق في التعويض من وقت توافر أركان المسؤولية، ويقدر التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المضرور ولا يصح أن يجاوز مقدار الضرر. ولا يكون إلا عن الضرر المباشر سواء كان متوقع أو غير متوقع.

وعلى مستوى الجزاء الجنائي فقد رتب المشرع عقوبات جزائية على جريمة الإشهار التضليلي بموجب قانون العقوبات في أغلب حالات مخالفة أحكامه وفقا لجريمة الخداع فيمكن أن يعاقب على الإشهار الكاذب أو حتى الإشهار التضليلي بموجب هذه المواد لأنها لم تحدد بالضبط طريقة الخداع وإنما حددت محل الخداع، ويمكن للإشهار

ملخص المذكرة

أن يكون وسيلة للخداع، والعقوبة هي عقوبة الجنحة، كما أنه على المعلن أن يلتزم بتعويض المتضرر، إضافة إلى جزاءات أخرى منها المصادرة ونشر القرارات .

فمن خلال هذه الدراسة يمكننا القول بان التشريعات ومن ضمنها المشرع الجزائري وفر إطارا تشريعيا وتنظيميا لحماية المستهلك بتعزيزها بنظام الوقاية التي تعد من الأهداف الأساسية التي تسعى لتكريسها قانونا .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولا : قائمة المصادر:

1/ القرآن الكريم.

2/ التشريع و الأوامر:

1/ القانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 يونيو 2016، المعدل المتمم للأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 المتضمن قانون العقوبات.

2/ القانون رقم 17-07 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1438 الموافق 27 مارس سنة 2017 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية.

3/ القانون 10-06 المؤرخ في 5 رمضان 1431 الموافق ل 15 اوت 2010 يعدل ويتم القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.

4/ قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، سنة 2009

5/ القانون رقم 06-13 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المؤرخ في 2004 ، الجريدة الرسمية، العدد 41 السنة 2004 .

6/ القانون رقم 91-101، المؤرخ في 20.04.1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزة ، إلى المؤسسة العمومية للتلفزة، الجريدة الرسمية ، العدد 19.

7/ قانون 03-06، المؤرخ في 19 يونيو 2003 ، المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية 44 سنة 2003.

3/ التشريع التنظيمي:

- 1/ المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 28 رجب عام 1422 الموافق 16 أكتوبر سنة 2001 ، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، الجريدة الرسمية رقم 61 ، سنة 2001.
- 2/ المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 ، المتعلق بشروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود، الجريدة الرسمية 80.
- 3/ المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 ، المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.
- 4/ المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المعدل والمتمم.
- 5/ المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2005.
- 6/ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 ، المؤرخ في 09/11/2013، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

ثانيا: قائمة المراجع:

أ/ الكتب:

- 1/ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال والتزوير، جزء 2، طبعة 8، دار هومة الجزائر، سنة 2008.
- 2/ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، دار هومة، طبعة 7، الجزائر، سنة 2007.
- 3/ احمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري الفرنسي و في الشريعة الإسلامية، "دراسة مقارنة"، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2005
- 4/ السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دراسة مقارنة ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ، بيروت ، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

- 5/ بتول صراة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، طبعة 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة، 2011.
- 6/ زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1997.
- 7/ سعداوي سليم، حماية المستهلك الجزائري نموذجا، دار الخلدونية، الجزائر، دون ذكر سنة النشر.
- 8/ علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، دار الهدى ، عين مليلة -الجزائر ، دون سنة النشر.
- 9/ عبد الله أوهابيه، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، دار موفم للنشر، طبعة 2009.
- 10/ عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري -القسم العام-، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
- 11/ غسان رياح ، قانون حماية المستهلك الجديد ، منشورات زين الحقوقية ، الطبعة الأولى ، بيروت، 2006.
- 12/ صالح السنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، دار الجامعات المصرية، مصر، دون سنة النشر.
- 13/ مرفت عبد المنعم صادق ، الحماية الجنائية للمستهلك ، طبعة 2 ، مركز رجا، القاهرة سنة 2001.
- 14/ محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة في القانون الفرنسي ، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 15/ موفق حماد عيد ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية ، دراسة مقارنة مكتبة السنهوري ، منشورات الزين الحقوقية، 2006.
- 16/ ميلاني بغدادي مولاي، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، دون سنة النشر.

ب/ الأطروحات و المذكرات:

ب1- أطروحات الدكتوراه:

1/ طحطاح علال ، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق ، فرع القانون الخاص كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2013/2014.

ب2- رسائل و مذكرات الماجستير:

1/ خوجة عائشة، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاجتماعي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة سعيدة، 2016/2017.

2/ زير جمال الدين ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، كلية الحقوق جامعة بسكرة 2015-2016.

3/ عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2007،
4/ مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك ، رسالة ماجستير في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة باتنة ، سنة 2010.

5/ دناقير إيمان، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، رسالة ماستر ، كلية الحقوق ، جامعة ورقلة، 2013.

ج/ المقالات:

1/ الداوي الشيخ، (تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع و الغش التسويقي ،

حالة الجزائر) ، أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر

2/ بن قري سفيان ، (مداخلة في أعمال الملتقى الوطني ، المنافسة وحماية المستهلك) ،

بجاية ، بقاعة المحاضرات أبو دار أيام 17 و 18 نوفمبر 2009

3/ سي يوسف زاهي حورية، (تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك) ، المجلة

النقدية للقانون والعلوم السياسية، عن جامعة مولود معمري تيزي وزو ، العدد 01، 2007

قائمة المصادر والمراجع

- 4/ منية شوايدية، (ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 13-378)، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر ، جامعة قالمة
- 5/ يمينه بليمان، (الإشهار الكاذب و المضلل)، مجلة الحقوق والعلوم السياسية بكلية الحقوق ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، المجلد ب ، العدد 32 ، ديسمبر 2009.
- المراجع باللغة الأجنبية:**

- 1972- Kotler Ph, What consumers means for marketers, Harvard Business

Review

الفهرس

الفهرس

الصفحة	المحتوى
1	مقدمة
6	الفصل الأول : الأحكام الموضوعية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي
7	المبحث الأول : ماهية الإشهار التضليلي و المستهلك
7	المطلب الأول : مفهوم الإشهار التضليلي
8	الفرع الأول : تعريف الإشهار التضليلي
10	الفرع الثاني : محل التضليل
12	الفرع الثالث: خصائص الإشهار التضليلي
15	المطلب الثاني : المتضرر من الإشهار التضليلي.
16	الفرع الأول: تعريف المستهلك
17	الفرع الثاني: أبعاد حماية المستهلك
23	المبحث الثاني: أركان جريمة الإشهار التضليلي
23	المطلب الأول: الركن الشرعي
24	الفرع الأول : القوانين العامة
26	الفرع الثاني : القوانين الخاصة
30	المطلب الثاني: الركن المادي
30	الفرع الأول: السلوك الإجرامي
32	الفرع الثاني: النتيجة الإجرامية و علاقة السببية
33	المطلب الثالث: الركن المعنوي
33	الفرع الأول : القصد العمدي
35	الفرع الثاني : القصد غير العمدي

37	الفصل الثاني: الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي.
38	المبحث الأول: الهيئات المكلفة بحماية المستهلك جزائيا
38	المطلب الأول: ضوابط حماية المستهلك من الإشهار التضليلي
39	الفرع الأول : الضوابط المتعلقة بالمعلن
40	الفرع الثاني: الضوابط المتعلقة بالمنتج أو الخدمة
42	المطلب الثاني :الأطراف المكلفة بإثبات الجريمة
42	الفرع الأول: دور السلطة القضائية في حماية المستهلك من الإشهار التضليلي
46	الفرع الثاني: أدلة الإثبات الجزائية في جريمة الإشهار التضليلي
49	المبحث الثاني:المسؤولية الجزائية والجزاء المترتبة عنها
49	المطلب الأول : المسؤولية الجنائية للأشخاص في مجال حماية المستهلك من الإشهار التضليلي
50	الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي
54	الفرع الثاني :المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي
58	المطلب الثاني:الجزاء المترتبة على الإشهار التضليلي
58	الفرع الأول : الجزاء الإداري.
59	الفرع الثاني : الجزاء المدني
61	الفرع الثالث : الجزاء الجنائي
64	خاتمة
67	ملخص المذكرة
70	قائمة المصادر و المراجع
75	الفهرس