الجمهورية الجزائرية الديمقراطية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية الحقوق و العلوم السياسية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الإشهار التضليلي

من إعداد الطالبين:

عبد الرحمن بهلولي

بلقاسم بن شوشة

تحت إشراف الأستاذ:

غياطو الطاهر

أمام اللجنة المشكلة من:

طنجاوي مراد	**أستاذ محاضر قسم ب**	**جامعة المدية**	**رئيسا**
غياطو الطاهر	**أستاذ مساعد قسم أ**	**جامعة المدية**	**مشرفا**
علياتي محمد	**أستاذ محاضر قسم أ**	**جامعة المدية**	**مناقشا**

السنة الدراسية: 2018-2019

شكر وتقدير

الشكر لله والحمد لله الذي منحنا القدرة على إتمام هذا العمل

ثم نشكر كذلك في هذا المقام الأستاذ المشرف "غياطو الطاهر" وكذا الأستاذ "المهري" عن توجيهاتهم القيمة وأراءهم السديدة التي أفادتنا في انجاز هذا العمل.

الشكر الخالص والعرفان لجميع أساتذة مشوارنا الدراسي في كلية الحقوق وموظفينا

وعمالنا الكرام

نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة مشجعة أو ابتسامة.

عبد الرحمن/ بلقاسم

الإهداء

الى الوالدين

والى كل من ساهم في انجاز هذا العمل

عبد الرحمن/ بلقاسم

يقوم اقتصاد السوق على مبدأ حرية الصناعة والتجارة ، وعدم تدخل الدولة في المجال الاقتصادي وترك المجال للمنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين ، إلّا أن الحرية الاقتصادية لا تعني مطلقا الغياب الكلي للدولة عن المجال الاقتصادي ، فهي تبقى الضامن الوحيد للمصلحة العامة والنظام العام الاقتصادي.

شهدت السوق الوطنية نتيجة للانفتاح الاقتصادي ظهور منتوجات عديدة لأجل تلبية حاجيات المستهلك المتزايدة سواء كانت سلع أو خدمات ، عن طريق استعمال وسائل لاستمالة وجذب المستهلك لاقتنائها ، ويمكن حصر هذه الوسائل في ، الترويج ، الدعاية أو الاشهار، حيث يعتبر هذا الأخير من أشهر الطرق التي لجأت اليها الشركات لتسويق منتجاتها ، فهو يمثل على الصعيد الاقتصادي أقوى حلقة تسويقية تحدد نجاح أو فشل المشروع الاقتصادي ، فالإشهارات تؤدي من جهة دورا حيويا في رفع مستوى المنتج ودعم مركزه التنافسي ، ومن جهة أخرى هو مصدر لتنوير المستهلك المتلقي الرسالة الاشهارية.

يلعب الاشهار دورا هاما في الاقتصاد ، فهو متواجد في أشكال مختلفة مطبوعة كانت أو الكترونية ، حيث يهدف المعلنون من خلاله اظهار منتوجاتهم بصفة مثالية لأكبر عدد من المستهلكين غير أن ذلك لا يتحقق إلا إذا كان الاشهار نزيها وصادقا ، فإذا حاد عن ذلك نكون أمام نتائج ضارة للمستهلك والمنتج .

ليس الاشهار بعلم ، فهو ليس بتفاعلات كيميائية أو بيولوجية أو فزيائية ، ولا يخضع لقوانين صارمة لأن مجاله الانسان والمجتمع ، وبالتالي يعتبر تقنية تجريبية تُحدث آثار عميقة في عدة مجالات منها السياسية والاقتصادية ، كما أنه ليس بسحر أو شعوذة بل هو عبارة عن سلوكيات ومواقف تجريبية ، وهو غير مؤسس على الالهام أو الموهبة ، بل يتغذى على حقائق وأبحاث وتجارب ، فهو عمل احترافي وليس بعمل هاوي ، أهدافه ملموسة ودقيقة وله قواعد خاصة.

ويعتبر الاشهار من أهم الوسائل المرئية في مجال الأعمال، فهو يساهم في التأثير السلبي والايجابي في المجتمع ، فغالبا ما يضّلل المستهلك ويحمله على اقتناء أشياء لا يحتاج إليها ،فهو يُعد وسيلة أساسية للترويج من أجل الاستهلاك السلع والخدمات في إطار المنافسة التجارية الحرة ، ويفتح الأسواق ويسهل بيع المنتوج ، باعتباره أحد العوامل المؤثرة على اختيار المستهلك ، ووسيلة فعالة في يد المعلن لجلب أكثر عدد من العملاء ، إلّا أنه لا يمكن أن يكون دائما مرآة عاكسة للواقع ، فغالبا ما يلجأ المعلن الى التضليل بشأن هدفه ، أو أسباب وجوده ، فالكل على علم بأن الاشهار يُبالغ ، لأن له دور استهلاكي محض ، حتى وإن كان لا يقصد الكذب بل تجميل الحقيقة.

الاشهار التجاري هو ذلك النشاط المتمثل في عرض المنتوج أو الخدمة من قبل المحترف للجمهور، بواسطة وسائل الاعلام المختلفة ، بهدف التأثير على رغبة المتلقي وحثه على التعاقد ويتمثل العنصر المادي للإشهار التجاري في استعمال المعلن كل وسيلة تقدم معلومات تتعلق بمنتوج معين ويتمثل العنصر المعنوي في نية تسويق المنتجات والخدمات بغية الربح ، ويشترط الاشهار التجاري أن يكون صادقا، واضحا ومحددا، وأن يكون محله (السلع أو الخدمات) مشروعا.

وفي حالة عدم نزاهة الإشهار التجاري تُفعل قواعد قانون حماية المستهلك ، وهو تابع للقانون العام الذي ينظم العلاقات القانونية الخاصة بين الفرد المستهلك وبين قطاع الأعمال أو قطاع التجار الذي

يبيع البضائع ويقدم الخدمات وتغطي حماية المستهلك مجالاً واسعاً من المواضيع، بما فيها مقاضاة المنتجات حقوق الخصوصية، ممارسات تجارية غير عادلة، الاحتيال، سوء التعريف للمنتجات والإشهارات التضليلية، وغير ذلك من تداخلات المستهلك والتاجر، فمن حقوق المستهلك هو الحصول على المعلومات ، أي العلم بالمنتوجات والخدمات ، وهذا ما أكده قانون الاستهلاك الجزائري رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، باعتبار الاشهار التجاري مصدر هذه المعلومات ، فهو حلقة وصل بين المستهلك والمنتج ، غير أن العون الاقتصادي غالبا ما يلجأ إلى التضليل في الإشهار بهدف جلب المستهلك وحثه على التعاقد على المنتجات محل الإشهار بغية تحقيق الربح.

سن المشرع الجزائري نصوص قانونية من أجل اقرار حماية فعالة للمستهلك تُحظر الإشهار التضليلي، واعتبره من قبيل الممارسات التجارية غير النزيهة ضمن أحكام القانون رقم 04 -02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 06 – 10 ، وكذلك ضمن أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 الذي يحدد الشروط والكفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، فضلا على أحكام القانون المدني ، وقانون العقوبات .

تتجلى أهمية الموضوع في عدة جوانب ، فمن الناحية الاقتصادية يعتبر الاشهار التجاري التضليلي أحد الأسباب الرئيسية في فقدان العلاقة الاستهلاكية بين المعلن والمستهلك ، وانتشار المنافسة غير المشروعة ، أما من الناحية الاجتماعية ، انطلاقا من فكرة أن الاشهار بصفة عامة جزء من الحياة المعاصرة ، فهذا النوع من الاشهار يساهم في انتشار الخداع والتضليل وفقدان الائتمان ، مما يتسنى للكذب أن يتغلغل في المعاملات والممارسات اليومية بين أطراف العلاقة الاستهلاكية.

تكمن أهمية الموضوع من الناحية القانونية في التطرق إلى النصوص القانونية التي حظر من خلالها المشرع الجزائري الاشهار التضليلي ، ومعرفة مدى نجاعتها في الحد من التجاوزات التي قد يلجأ اليها العون الاقتصادي.

اختيارنا للمضوع راجع لأسباب ذاتية تتمثل في الطبيعة الشّيقة للموضوع كونه يتناول جوانب متعددة تتماشى والتخصصات التي درسناها في مشوارنا الدراسي ، من قانون أعمال ، القانون الاداري ، القانون المدني ، وكذا القانون العقوبات ، أما الأسباب الموضوعية فتتمثل في اعطاء صورة واضحة للإشهار الغير النزيه الذي يلحق الضرر بالمعني به بغية تفاديه و الحد منه.

نظرا لأهمية الموضوع ، ولإمكانية التطرق إليه من كافة الجوانب ارتأينا طرح الاشكالية التالية:

إذا أُعتبر الاشهار التضليلي من الممارسات التجارية المحظورة ، هل استطاع المشرع الجزائري التصدي له عن طريق تكريس حماية قانونية ناجعة وفعالة ؟

ألزمتنا طبيعة الموضوع الاستعانة بالمنهج الوصفي ، الذي سنحاول من خلاله وصف وتوضيح الحقائق والمفاهيم المتعلقة بالإشهار التضليلي ، وكذا المنهج التحليلي من أجل تحليل النصوص القانونية المنظمة للممارسات التجارية لتحديد فعاليتها أو قصورها في تحقيق الحماية من الإشهار التضليلي .

وعلى هذا قسمنا الدراسة الى فصلين:

سنتطرق في الفصل الأول الى الإطار المفاهيمي للإشهار التضليلي ، من أجل الالمام بكل الجوانب المتعلقة به ، من حيث الماهية ، المتمثلة في مفهوم الاشهار التضليلي بتعريفه وتعداد صوره وأساليبه ، وكذا عناصر التي تشترط لقيامه ، من عنصر مادي وعنصر معنوي، ومحله المتمثل في عناصر التضليل المتصلة بذاتية المنتوج ، وهي العناصر الجوهرية ،والعناصر الثانوية ، وعناصر التضليل الخارجة عنه ، وهي كتلك المتعلقة بشروط البيع ودوافعه ، والتزامات المعلن.

وسنتطرق في الفصل الثاني الى الحماية القانونية من الاشهار التضليلي ، المتمثلة في الحماية الادارية عن طريق الهيئات الادارية المركزية، والهيئات الادارية اللامركزية ، وجمعيات حماية المستهلك عن، طريق دورها الوقائي والردعي ، وكذا الحماية القضائية المتمثلة في الحماية المدنية والحماية الجزائية وفق القواعد العامة وقواعد القانون رقم04 -02 المعدل والمتمم، وصولا الى خاتمة تتضمن إجابة عن الإشكالية ، وحصيلة الدراسة ، وجملة من الاقتراحات بغية التصدي للإشهار التضليلي.

الفصل الأول: الإطار القانوني للإشهار التضليلي

يحيط الإشهار التجاري بالمستهلك من كل جانب، عن طريق الجرائد ، المجلات وعبر أجهزة الراديو والتليفزيون وفي الطرقات ووسائل النقل بالإضافة إلى وسائل الاتصال الحديثة، فهو إحدى وسائل إعلام المستهلكين عن منتج أو خدمة قصد الحث على استهلاكها، وبالتالي حمله على التعاقد بهدف تحقيق الربح، فللإشهار التجاري دورا هاما في تسويق المنتجات شرط أن يكون إشهارا صادقا ونزيها.

اتجه المعلنون في سبيل توسيع دائرة التوزيع، إلى استخدام أساليب مبالغ فيها قد تؤدي إلى تضليل المستهلك مما دفع بالمشرع الجزائري إلى حظر هذا النوع من الأساليب بجميع صورها.

لمعالجة هذا الموضوع كان لا بد من دراسة جميع جوانب الاشهار التضليلي وهذا بالتطرق الى ماهيته من حيث المفهوم وكذا العناصر التي تدخل في تركيب واقعة التضليل مبحث أول، إضافة الى تبيان محله سواء كان هذا الأخير متصل بذات السلع أو الخدمات أو خارج عنها مبحث ثاني.

المبحث الأول : ماهية الإشهار التضليلي

يقصد بالإشهار في نظر رجل القانون ، شهر العقود والتصرفات القانونية حتى يصبح لها تأثير بالنسبة للغير سواء قام بها شخص طبيعي أو معنوي ، في حين أن الاشهار التجاري[1] ، هو الذي يطلق على مجموعة من الوسائل التي يستخدمها التاجر قصد تكوين وتنمية العملاء بهدف اظهار محاسن المنتوج أو الخدمة ، وحث المستهلك على التعاقد باستخدام مختلف الوسائل ، من مرئية أو مسموعة أو مقروءة [2].

يعتبر الاشهار التجاري اجراء يقوم به التاجر اتجاه المستهلك، بهدف حمله على اقتناء السلعة أو اللجوء الى الخدمة، في اطار ضوابط تنظمه[3]، ويجب أن تكون الرسالة الاشهارية نزيهة غير مضللة للمستهلك في حالة ما إذا تعلق الأمر بسلع أو خدمات ذات صفات خاطئة[4] .

يلجأ المعلن عادة للإشهار للتعريف بالسلع والخدمات التي يعرضها، إلا أنه في بعض الحالات تعتبر المبالغة فيه وكثرة الإغراء، يجعل المنتوج جذابا للمستهلك، ويقوم بتضليل المستهلكين ويصبح استثمارا غير شرعي، مما أدى بالمشرع الجزائري لحضره ، لما له من تأثير سلبي على المستهلك قبل ابرام العقد[5] .

سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الإشهار التضليلي مطلب أول، وإلى عناصر الإشهار التضليلي مطلب ثاني.

---

[1] عرف المشرع الجزائري الاشهار التجاري من خلال المرسم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في03 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ج ر عدد 21 ، معدل ومتمم، في المادة 02 الفقرة الثالثة على أنه " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الاعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة بواسطة اسناد بصرية أو سمعية بصرية " كما عرفته المادة 02 من مشروع قانون الاشهار لسنة 1999 على أنه "يقصد بالإشهار الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الاشكال المحددة مها كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية أي منتوج أو خدمة أو شعار أو صورة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي" ، وعرفته المادة 09 الفقرة 03 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج ر العدد41 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 ج ر عدد 04 على أنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الى ترويج أو بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة "

[2] Voir Belimane Yamina, Le droit et la publicité commerciale , Thèse pour l'obtention du diplôme de doctorat es-science Option : Droit des affaires , université Mentouri Constantine , faculté de droit et des sciences , 2011 , p19.

[3] Voir , Marie Anne Frisson – roche , Droit commercial , act de commerce , commerçant , fond de commerce , concurrence , consommation , cours Dalloz série droit privé , paris , éditions Dalloz , 2005 , p 362.

[4] Idem , p 372 .

[5] انظر سارة عزوز، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي في القانون الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه LMDفي الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، كلية الحقوق والعلوم الانسانية ، قسم الحقوق 2016-2017، ص65.

المطلب الأول: مفهوم الإشهار التضليلي

أصبح هم المتعامل الاقتصادي ، هو جذب المستهلك لاقتناء سلعه أو خدماته، وهذا باللجوء لمختلف الوسائل الحديثة للإشهار التجاري، إلا أنه وقد يصل بالمتعامل الاقتصادي الى اخفاء الحقيقة مما يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في الغلط نتيجة هذا التضليل .

سنتناول في هذا المطلب تعريف الإشهار التضليلي من جميع الجوانب فرع أول، بالإضافة إلى صور وأساليبه فرع ثاني، وأخيرا أطرافه فرع ثالث.

الفرع الأول : تعريف الإشهار التضليلي

توجد صعوبات في تحديد المقصود بالإشهار التضليلي، خاصة بالنسبة للتشريعات التي تخلو من التنظيم القانوني للإشهار، والجزائر على غرار باقي الدول، عالجت هذا الموضوع بعد إدراكها لأهميته في جانبه الإيجابي، و خطورته في جانبه السلبي مما أقر حظره [1].

سنتطرق إلى تعريف الإشهار التضليلي لغة أولا ، وفقها ثانيا، وقانونا ثالثا.

أولا - التعريف اللغوي للإشهار التضليلي : تتداخل عدة مصطلحات لغوية في الاشهار التضليلي لذا كان لا بد من الوقوف عندها وهي :

أ- الإشهار أو الإعلان[2]: من علن الأمر يُعلنُ علون أو يعلنُ علَن ، والعلا نية بمعنى أظهر وأعلن وأظهره وجهر به، وهي ظهور الأمر كما يعرف على أنها المجاهرة [3] ، والاشهار هو إظهار شيء ما أو أمر ما وإعلانه ليصير معروفا . فهو كل ما ينشره التاجر أو غيره، في الصحف والسيارات، أو في نشرات خاصة تعلق في الجدران، أو توزع على الناس، ويعلن فيها ما يريد إعلانه ترويجا له[4] وإظهار الشيء أي اعتلن الأمر وانشهر، والعلانية خلاف السر وظهور الأمر[5] . وعرف أيضا في القاموس

---

(1) أنظر ملال نوال، جريمة الاشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون خاص تخصص علاقات الاعوان الاقتصاديين و المستهلكين، جامعة وهران كلية الحقوق و العلوم السياسية ،2013 ص 48.

(2) يستعمل مصطلح الاشهار والإعلان كمترادفين من قبل المشرع الجزائري ، واستعمالنا للمصطلحين ليس على سبيل المغايرة في المعنى على عكس المشرع الفرنسي تجنب تكرار نفس المصطلح بالفرنسة، فعبر عن الاشهار ب « pulicité » وعن الاعلان ب« communication« مما يؤدي بنا إلى اعتباره أن هناك فرق بين الإشهار والإعلان.

(3) ابن منظور الإفريقي، لسان العرب الرابع ، بدون رقم الطبعة ،مصر ،القاهرة : دار الكتاب المصري، 1979، مادة (علن)، ص 3086.

(4) أنظر المنجد في اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الثانية، لبنان ، بيروت :دار المشرق ، 2001 ، ص 800.

(5) المرجع ذاته، ص 1015.

الفرنسي "la rousse " على أنه مجموعة من الوسائل المستخدمة، بقصد التعريف بمشروع صناعي، أو تجاري، أو امتداح منتج ما[1] .

ب- التظليل : لغة من ظل، والظلال ضد الرشاد والتضليل هو الخداع[2]. والتضليل معناه لم يهتد إلى الشيء يقال أضل فلان فرسه بمعنى شرده وضاع معه[3] ، وفي اللغة الفرنسية يقصد به الحث العمدي على التضليل ، بإعطاء معلومات خاطئة[4] .

ج- الكذب : لغة هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع وهو عكس الصدق[5]، وفي اللغة الفرنسية هو الادعاء أو القول على خلاف الحقيقة بقصد الخداع[6] .

فالإشهار التضليلي من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي إلى ذلك وقد لا يتضمن بيانات كاذبة و لكن يصاغ بعبارات تؤدي الى الخداع [7].

ثانيا- التعريف الفقهي للإشهار التضليلي : استعمل الفقه مصطلحي الاشهار التضليلي والاشهار الكاذب كمترادفين فالإشهار المضلل هو الذي من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك والاشهار الكاذب هو كل اعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي الى التضليل أو تضليل المخاطبين به أو المنافسين مما يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية[8].

أورد الفقه عدة تعريفات للإشهار التضليلي منها الفقه الفرنسي الذي إعتبر كل اشهار يؤدي إلى تأثير على المستهلك من خلال حذف أو إسقاط بعض العناصر في خطاب الإشهار ، ويهدف هذا الأخير إلى التأثير على إرادة المستهلك على نحو يدفع إلى التعاقد، وإعتبره الفقه المصري كل اشهار من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك عن طريق إدعاءات أو تأكيدات تؤدي إلى خداع[9].

---

(1) Voir , Le petit Larousse , Définition de publicité « Activité ayant pour but de faire connaitre une marque, d'incité le public a acheter un produit , a utiliser tel service , etc.. », Larousse , Paris 1997 , P .859

(2) أنظر بتول صراوة عبادي، التضليل الاعلاني التجاري واثره على المستهلك دراسة قانونية ، الطبعة الأولى، لبنان :منشورات الحلبي الحقوقية ، 2011، ص70.

(3) أنظر المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة 29، بيروت، دار المشرق، سنة 1989، ص 5131.

(4) Voir, Le Petit Robert, définition de tromperie » arnaque, mensonge information fallacieuse destiné a piégé. », Dictionnaire : le nouveau Petit Robert de la langue française. Paris: Le Robert, 2008

(5) أنظر المنجد في اللغة والإعلام، المرجع السابق، ص 678.

(6) Voir, Le petit Larousse, op-cit , définition de Mensonge : "action de mentir ,affirmation contraire a la vérité", P 643

(7) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 71.

(8) انظر ملال نوال ، المرجع السابق ،36.

(9) انظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 66.

لم يتضمن قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة 1988 تعريف للإشهار التضليلي بسبب خصوصيته ، مما أدى بالقضاء للرجوع الى الفقه والعرف ، ولا يعتبر اشهارا تضليليا إلا اذا كان التضليل متعلق بالجودة أو الصفات المميزة للمنتوج ، كما يقع التضليل على السلع والخدمات ، وعلى طبيعة الشيء وصفاته ، أو أصل السلع أو الخدمات [1].

إلا أنه تجدر الاشارة لوجود فرق بين الاشهار التضليلي (publicité trompeuse) والاشهار الكاذب[2] (publicité menteuse) ، حيث أن الأول لا تدخل فيه بيانات كاذبة ولكن يصاغ بطريقة تؤدي الى التضليل ، في حين أن الاشهار الكاذب هو الاخبار عن شيء ، بخلاف ما هو عليه في الحقيقة ، وهو الأداء من أجل تضليل و خداع المتلقي[3] ، أما الثاني كما يبينه اسمه ، هو اشهار يحتوي على بيانات كاذبة أو صمم للحث على التغليط ، فهو بالنسبة للمعلن إعلان على بيانات خاطئة تهدف لخداع الجمهور في ما يخص السلع أو الخدمات التي يبيعها ، وعلى الالتزامات التي يتحملها اتجاه المقتني[4]، وهذا هو الحال بالنسبة للعلامة لوريال l'Oreal التي اتهمت بالإشهار الكاذب في المملكة المتحدة في 2011 /07/26[5].

أخيرا الاشهار التضليلي الذي يخدع المستهلك هو ذلك الاشهار الذي لا يذكر فيه بيانات كاذبة و لكن يصاغ في عبارات يعطي انطباعا زائفا مما يؤدي إلى خداع الجمهور[6].

---

(1) See,Thomas W. Edman, Lies, Damn Lies, and Misleading Advertising: The Role of Consumer Surveys in the Wake of Mead , Johnson v. Abbott Labs, 43 Wm. & Mary L. Rev. 417 (2001),p 424

(2) المقصود بالكذب ادعاء او زعم مخالف للحقيقة ،وبث تأكيدات غير مطابقة للواقع ،يمكن ان يتحقق بعمل ايجابي وهذا بذكر أوصاف ومزايا غير متوفرة في المنتوج ،أو بعمل سلبي عن طريق السكوت عن ذكر بيانات أو وقائع تتعلق بالمنتوج أو الخدمة ، للمزيد من المعلومات راجع بتول صراوة عبادي، المرجع السابق ، ص 64.

(3) انظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 37 .

(4) Voir René Galène, La publicité Mensongère ,1ere édition , Paris :L'hermès , septembre 1996 , p 06.

(5) Deux campagnes publicitaires de L'Oréal destinées a être diffusées dans des magazines outre-manche. Dans la première, l'actrice américaine Julia Roberts vante les mérites du fond de teint de Lancôme, une filiale du groupe, qui est censé «recréer l'aura d'une peau parfaite». La deuxième campagne met en scène la top model Christy Turlington, dont le visage est partiellement recouvert d'un fond de teint anti-âge de la marque Maybelline, une filiale américaine du géant des cosmétiques français. Jugeant les photos des deux campagnes trop retouchées et <<non représentatives des résultats que les produits sont en mesure de fournir», Jo Swinson a porté plainte auprès de l'Advertising Strandards Authority (ASA) et a obtenu gain de cause. Les deux campagnes ont été interdites le 26/07/2011 dans la presse; site officiel de Advertising Strandards Authority (ASA).

(6) راجع بوخالفة عبد الكريم ، باحث دكتوراه في قانون الاستثمار ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي الالكتروني ، ص 127.

ثالثا - التعريف القانوني : تم تعريف الاشهار التضليلي في توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 في المادة الثالثة منه ، على أن الاعلان الخادع أو المضلل هو" أي اعلان بأي طريقة كانت، يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل أو قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجه إليهم أو يصل إليهم الاعلان"[1].

يقصد بمصطلح الاشهار التضليلي ، كل ما هو مخالف ومضلل للواقع المادي ، ولمعرفة إذا كان أي اشهار مضللا يجب الأخذ بعين الاعتبار ليس فقط ما يحتويه من عناصر، ألفاظ ،صور ، صوت وكل ما يدخل في تكوينه بل كذلك إلى المدى الذي وصل إليه التضليل وفشل الاعلان وعدم امكانيته في الكشف عن الحقائق المادية لهذه العروض ، وكذلك فيما يتعلق بالنتائج التي قد تترتب عن استخدام السلعة التي يرتبط بها الإعلان حسب الظروف المنصوص عليها فيه ، أو عدم احترامه لقواعد وشروط الاشهار[2].

لم يعطي المشرع الفرنسي تعريفا دقيقا للإشهار التضليلي وإنما اكتفى بتعداد صوره وأشكاله أي أنه حدد العناصر التي يرد عليها التضليل في الإشهار سواء تعلق الأمر بالعناصر المرتبطة بالمنتوج أو غيرها من العناصر المتعلقة بالمعلن[3] ، وهذ ما نصت عليه المادة L121-1 من قانون المستهلك الفرنسي [4]، فتعتبر الممارسات التجارية مضللة إذا احتوت على معلومات خاطئة أو تؤدي بطريقة أو بأخرى إلى تضليل المستهلك المتوسط وحمله على اتخاذ قرار تجاري لم يكن يتخذه[5] ، وقد تم تعديل هذه المادة من أجل ضمان حماية المستهلك في السوق الداخلية تبعا للتعليمة رقم 20/2005 المتبناة من

---

(1) راجع بوخالفة عبد الكريم ، المرجع السابق ، ص 127.

(2) See, Judith L. Olans John F. Dobbyn , Federal Regulation of False Advertising , Boston College Law Review , Volume 5 | Issue 3 Article 17 5 B.C.L. Rev. 704 (1964), p 714.

(3) Voir , Yves Picod : Droit de la consommation , sirey, dalloz,3e édition,2015, p 80 .

(4) Voir, L 121-1 Loi n 93-949 du 26 juillet 1993, relative au code de la consommation JORF n 0171 du 27 juillet 1993 page 10538 :« Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou Evaluation de l'impact des publicités trompeuses: une approche par la théorie de l'agence plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires ».

(5) Voir , Denis Philippe , Droit des affaires , 2 édition , Bruxelle : édition Larcier , 2013 , p 28.

البرلمان الأوروبي لسنة 2005 حول الممارسات الغير المنصفة للمستهلكين وهذا التحويل جعل القانون الفرنسي واسعا لا سيما المتعلق بتاريخ 30 جانفي 2008 في المواد 11 الى 39، والمادة الجديدة 121-1، حيث نصت على أن الإعلانات التجارية هي التي تحوي على كل الاشهارات المتعلقة بترويج المبيعات ، التسويق المباشر والرعاية ، أي كل الاعلانات المفترضة من قبل المعلنين من أجل الاعلام عن السلع أو الخدمات[1] .

وتطرق القانون الفدرالي الأمريكي المتعلق بحقوق العلامات بالولايات المتحدة الأمريكية (Lanham Act) [2] للإشهار التضليلي (False Adversting) ، بعد مراجعة قانون العلامات التجارية لعام 1988ومع تنقيح عام 1988 للقسم (43)، سعى الكونغرس إلى توضيح بعض التفسيرات التقليدية التي طورها النظام الأساسي في المحاكم ،والقسم ينطبق الآن على جميع ادعاءات كاذبة عن السلع والخدمات ويحظر أي"...وصف زائف أو مضلل للحقيقة ، أو وصف زائف لتمثيل الحقيقة أو مضلل للترويج أو تشويه طبيعة أو خصائص أو صفات أو الأصل الجغرافي للسلع أو الخدمات أو الأنشطة التجارية لشخص أو شخص آخر. " من خلال تحميل المدعى عليه المسئولية عن التحريفات بشأن منتجات أو خدمات شخص آخر .

كما ألغى الكونغرس التفسيرات القضائية السابقة ، مثل الشرط "الموروث" لمجلس المعلومات والأزياء ، وبالتالي جاءت الصياغة واسعة وشملت كل تضليل يقع على السلع أو الخدمات المشار اليها في الملصقات ، عندما تكون المعلومات المتعلقة بها مضللة سواء تعلقت بكلمة أو عبارة أو اسم أو علامة ...، أو تضليل بالنسبة لحقيقة المنتوج المتعلقة بالأصل أو الجودة ....[3]

حدد المشرع الجزائري حالات التضليل بموجب المادة (28) من قانون 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر وهي على سبيل الحصر، حيث جاء في نص المادة ما يلي : "يعتبر اشهارا غير شرعي وممنوعا كل اشهار تضليلي لا سيما إذا كان :

---

[1] Voir Belimane Yamina , op-cit , p252 , 253.

[2] See, The lanham (trademark) act , federal tradmark statute of law in the united state , enacted july 5, 1946 .

[3] See , Lanham Act , section 43 , « … Any person who, on or in connection with any goods or services, or any container for goods, uses in commerce any word, term, name, symbol, or device, or any combination thereof, or any false designation of origin, false or misleading description of fact, or false or misleading representation of fact, which . . .

...in commercial advertising or promotion, misrepresents the nature, characteristics, qualities, or geographic origin of his or her or another person's goods, services, or commercial activities,shall be liable in a civil action by any person who believes that he or she is or is likely to be damaged by such act. »

ا- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتوج أو الخدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.

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

ج - يتعلق بعرض معين لسع و خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من ذلك السلع أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بمقارنة ضخامة الإشهار".[1]

ويتبين بالرجوع لمواد القانون رقم 09-03[2]، أن المشرع الجزائري لم يعرف الإشهار التضليلي بل اكتفى بتبيان العناصر التي ينصب عليها، حيث كل ما ينصب على جريمة الخداع ينصب على الإشهار التضليلي ، وهذا ما نصت عليه المادة (68) على أنه:" يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:

-كمية المنتوجات المسلمة.

- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا.

-قابلية استعمال المنتوج.

-تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج.

-النتائج المنتظرة من المنتوج.

- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج ".

كما تم تناوله بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 [3] في المادة(60) منه :" يمنع استعمال كل بيان أو إشارة...، وكل أسلوب للإشهار ...، من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك، لا سيما حول الطبيعة والتركيبة والنوعية الأساسية ومقدار العناصر الأساسية وطريقة التناول وتاريخ الإنتاج وتاريخ الحد الأقصى للاستهلاك والكمية ومنشأ أو مصدر المنتوج " ، وعليه حظر الإشهار الذي

[1] راجع المادة 28، القانون رقم 04 – 02 .

[2] راجع القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر العدد 15 المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ج ر العدد 35.

[3] راجع المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد58.

من شأنه تغليط المستهلك وتضليله وإثارة انطباعات خاطئة تؤدي بالمستهلك للتضليل، ومنع استعمال كل بيانات أو إشارة تؤدي الى ايقاع المستهلك في خلط حول المنتوج .

وبالتالي لأن أهداف المعلنين الاقتصاديين لا تتناسب وأهداف من وجّه لهم الاشهار، وضعت عدة تنظيمات وضوابط من أجل حماية الطابع القانوني للإشهار التجاري، وحظر الإشهارات المضللة وعليه حظر المشرع الجزائري كغيره كل اشهار يؤدي إلى إيقاع المستهلك في غلط حول كل ما يقع في المنتوج ، ولم يقتصر على تحريم العروض والبيانات الزائفة بل إلى كل ما يؤدي إلى تضليل المستهلك[1].

الفرع الثاني: صور وأساليب الإشهار التضليلي

يتخذ الاشهار صورا وأشكالا مختلفة يقوم على أساسها جريمة الاشهار التضليلي وهذا باختلاف محل الاشهار وعليه سنتطرق لصور الاشهار التضليلي أولا ، ولأساليب الاشهار التضليلي ثانيا.

أولا – صور الاشهار التضليلي : نص المشرع الجزائري على ثلاثة صور للإشهار التضليلي الإشهار المفضي إلى التضليل، والإشهار المفضي إلى اللبس، والإشهار المضخم .

أ -الإشهار المفضي إلى التضليل : بالرجوع لنص المادة (28) الفقرة الأولى من القانون 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر، يعتبر كل إشهارا غير شرعي وممنوعا وإشهار تضليليا "... ويتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو بكميته أو بوفرته أو مميزاته". فالعبرة هنا بمضمون الاشهار بغض النضر عن نتائج المرجوة منه لم يشترط المشرع القصد في التضليل بل اكتفى بالركن المادي المتمثل في أن يكون الإشهار متضمن بيانات أو تشكيلات تؤدي إلى التضليل أو كمثال على ذلك ما جاء به مضمون الحكم الصادر عن محكمة الجنح بتاريخ 29 جويلية 1965[2].

ب ـ الإشهار المفضي إلى اللبس : بالرجوع لنص المادة (28) الفقرة الثانية من القانون 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر يتبين أن الاشهار المفضي الى اللبس :" يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع أخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه ".يتضمن الإشهار المفضي إلى اللبس

(1) انظر سارة عزوز المرجع السابق ص 71.

(2) قامت المدعى عليها بتضليل المتعاقد حول الطبيعة والمواصفات الجوهرية للمنتوج المباع، وذلك عن طريق العرض للبيع لمجوهرات مقلدة تحت تسمية « Perle de culture et saphir bleu» ، وهذا ما يشكل إشهارا بهدف إلى الوقوع في تضليل حول الطبيعة والمواصفات الجوهرية للمنتوج، وذلك عن طريق الإشارة إلى هذه التسمية في قائمة عرض(كتالوج) مخصص لعرض أنواع المجوهرات.

عناصر تؤدي إلى الالتباس وبالتالي ترسيخ الشكوك والأوهام في ذهن المستهلك بشأن السلع أو النشاطات أو الخدمات[1].

ج- الاشهار المضخم[2] : نصت المادة (28) الفقرة الثانية من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر على أنه:" يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي ... 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".

رغم عدم اشتراط القصد الجنائي إلا أن هذا النوع من الاشهار يعتبر اشهارا تضليليا ، ويترتب عليه جزاء[3]، حيث الاشهار المضخم يلحق أضرارا بالمنافسين لسبب التخفيض المصطنع للأسعار وبالتالي الاحتكار[4] ، وقد تم حظر هذا النوع من الممارسات في القانون رقم 03-03 [5] المعدل والمتمم حيث اعتبر حظر الاشهار التضليلي تكريسا لمبدا حرية المنافسة، ويقتضي وجود التضخيم شرطين :

ا- يجب أن يتضمن الاشهار عرضا معينا للسلع أو للخدمات ،ويعتبر هذا العرض معيار لمعرفة مدى التضخيم الذي يمارسه العون الاقتصادي .

ب- عجز العون الاقتصادي عن توفير السلع أو ضمان الخدمات التي يجب تقديمها بالمقارنة مع ضخامة الاشهار، وهنا يقع التضليل حيث لا يملك العون الاقتصادي مخزون كاف مقارنة مع العرض الذي قدمه أو غير مطابق للحقيقة[6] .

ثانيا- أساليب الإشهار التضليلي: يقصد بالأساليب الهيئة التي يظهر بها الإعلان على نحو يؤدي إلى الخداع و أساليب التضليل في الإشهار متعددة وعلى سبيل المثال منها :

---

(1) راجع المادة 28، القانون رقم 04-02.

(2) يحدث التضخم عندما تختل العلاقة بين العرض والطلب على السلع والخدمات ، فالتضخم يحدث عندما يكون الطلب الكلي على السلع والخدمات، يتجاوز العرض الكلي لهذه السلع والخدمات، ولقد اشترط البعض شروطا يجب توافرها في إمكانية تطبيق هذا التحليل، للمزيد من المعلومات راجع غازي عناية ، تمويل التنمية الإقتصادية بالتضخم المالي، بدون رقم الطبعة ،بيروت :دار الجيل، 1991.

(3) راجع المادة 38 ، القانون 04-02.

(4) يقصد بالاحتكار(monopole / monopoly) غياب المنافسة وانعدامها ومن ثم السيطرة على السوق وبسط الهيمنة التي تحاول الحكومات مقاومتها، هي الحالة التي يكون السوق فيها عبارة عن شركة واحدة فقط تؤمن منتج أو خدمة (منتجات أو خدمات) إلى جميع المستهلكين. بمعنى آخر، هذه الشركة تكون مسيطرة على كامل السوق ولهذا تسمى الشركة حينها بالمحتكِرة ، للمزيد من المعلومات راجع ، حسام العيسوي إبراهيم، الاحتكار دراسة نقدية تحليلية ، شبكة الألوكة ، www.alukah.net

(5) أنظر الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة ج ر العدد 43 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15غشت 2010 ج ر العدد 46.

(6) أنظر سارة عزوز، المرجع السابق ص 83.

ا- **الادعاءات الفرادة :** تتضمن بعض الرسائل الإعلانية تأكيدات على فردية السلعة المعلن عنها ، وعدم وجود ما يضاهيها بين مثيلتها وقد يكون ذلك غير حقيقي مما يعتبر خداع عن محتوى الإعلان[1].

ب- نوع التجارة : كأن تدعي إحدى المنشآت التجارية كذبا عن إعلانها لنوع معين من السلع والمنتجات لدرجة ارتباط الاسم التجاري الذي تحمله المنتجة بهذا الإنتاج[2].

ج- الاعلانات التلفزيونية والإذاعية : يعتبر التلفزيون والاذاعة من أخطر الوسائل الاعلامية تأثيرا على المتلقي، بما يملكانه من قوة جذب واقناع بالصوت والصورة ، وبما يقدمانه من مواد اعلانية تؤدي إلى اغراء المتلقي وهو في بيته ، تطور هذا النوع بصورة ملموسة وصادف قبولا من طرف المستهلكين والمنتجين [3].

يعد التلفزيون من أفضل وأهم الأدوات الاشهارية تأثيرا على سلوك المستهلكين ، حيث ألزم المشرع الجزائري احترام الرسائل الاشهارية[4] لبعض القواعد بشكل صارم خاصة في ما يتعلق بمضمون الرسالة التي يجب أن تطابق الحقيقة ، خالية من جميع أشكال التمييز العنصري أو الجنس أو مظاهر العنف أو التحريض على السلوك الضار أو تضر الأطفال [5]، وكذا منع بث الرسائل الاشهارية الخاصة ببعض السلع كالمشروبات الكحولية[6] والتبغ[7] .

---

(1) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ،ص97

(2) المرجع ذاته، ص 98.

(3) أنظر رضا متولي وهدان ، الخداع الاعلاني وأثره في معيار التدليس ، دراسة مقارنة في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقه الاسلامي ، الطبعة الأولى ، مصر : دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع 2008 ، ص21 .

(4) الرسالة الاشهارية هي برنامج إشهاري أو ترويجي محدد، ذو أهداف معينة قد تكون تقديم سلعة جديدة أو مواجهة المنافسة، أو ظاهرة انخفاض المبيعات، باستخدام وسائل الإعلام والاتصال، فهي المضمون أو الشكل للاشهار تحتوي على بيانات السلع أو الخدمة وكذلك معلومات عن السعر ومكان التوزيع ، تختلف الضوابط والقواعد المتعلقة بها باختلاف الوسيلة المستعملة في الاشهار ، سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية ،للمزيد من المعلومات راجع منية شوايدية، جامعة قالمة ، ضوابط حماية المستهلك من الاشهار الكاذب وفق المرسوم التنفيذي رقم 13-378 ،مجلة تطوير العلوم الاجتماعية ، العدد الثاني عشر ،2015 ، ص 149.

(5) Voir Belimane Yamina , op-cit , p 130.

(6) راجع المادة 45 من المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 20افريل 1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون ، ج ر العدد19 ، و كذا المادة 42 من المرسم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20افريل 199المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، ج ر العدد 19، حيث نصتا على منع البلاغات الاشهارية المتعلقة بالمنتجات و الخدمات و القطاعات الاقتصادية التي تكون محل حظر تشريعي التنظيمي و يدخل في اطار هذا الحظر المشروبات الكحولية.

(7) راجع المادة 65 من القانون رقم 85-05 المؤرخ في 17 فيفري 1985 المتعلق بحماية الصحة وتقيتها ، ج ر العدد08 ، المعدل و المتمم بالقانون رقم 90-17 المؤرخ في 31 جويلية 1990 ،ج ر العدد 35 ، "الاشهار حول التبغ محظور وهذا مهما كانت الدعائم الاشهارية وتحت أي شكل من الاشكال"، وكذا المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 01-396 المؤرخ في 17 فيفري 2001 ، المتضمن تنظيم نشاطات صنع التبغ و توزيعه ، ج ر العدد 04.

والمنتجات الصيدلانية[1]، أو ببعض الخدمات كمهنة الطب[2] أو مهنة المحاماة[3] ، كما يجب أن تكون الرسالة في الأخير واضحة يسهل التعرف اليها.[4]

يثير هذا النوع من اعلانات العديد من المشاكل ، قد تعود إلى المنشأة الإعلانية ومخرجين الإعلان، كقيام منتج الإعلان بنفسه في الإعلان مباشرة عن السلعة مما يتاح له الحرية التامة بالتصرف في ابراز مزايا سلعة دون رقابة ، وقد تكون السلع المعلن عنها بهذه الوسيلة لا تستجيب للمعطيات الفنية الخاصة للأجهزة التي تثبت الإعلان بالصورة التي يجب أن تظهر بها تلك السلع[5] أو استخدام نماذج زائفة أو استعمال تصميم غير حقيقي مما يجعل الاشهار أو الاعلان مضللا[6].

د- الاعلانات بالصحف : تعرف الصحف على أنها كل ما يطبع على الورق ، ويتم توزيعها في مواعيد دورية ، ويتم من خلالها الاعلانات[7] ، كالإعلان عن المشروعات أو البضائع ، مع اختيار الوقت المناسب للتسويق وترويج السلع والخدمات بحسب المناسبات ، ولا يقتصر نشر الصدق فيها على الأخبار والأنباء بل مطلوب فيما تنشره الاعلانات ، الأمر في ذلك يحتاج الى أمانة إعلامية وتجنب تضليل الجمهور [8].

ه - الإعلانات بالهاتف النقال : يكون الاشهار عبر الرسائل القصيرة التي ترسل الى الهاتف على شكل SMS **(**message short system) والتي تسمى أيضا "texto " حيث لا يتجاوز حجمها 140 الى 160حرف ، في حين أن MMS(multimédia message service) يسمح بتزويد SMS بالصور، وكلاهما يساهمان بإرسال أي نوع من الاعلانات[9] .

وكمثال على هذا النوع من الاشهارات تلك الاعلانات التي ترسلها كل من جازيDJEZZY أو اوريدو Ooreedo أو موبليس Mobilis الى زبائنها عن عروضها التي تتسم بمزايا متعددة كعرض جازي هايلة ، أو MAXY هدرة لأوريدو، أو الدفع المسبق PixX لموبيليس ، ففي حلة ما إذا

---

(1) راجع المرسوم التنفيذي رقم 92-384 المؤرخ في 60 جوان 1992 المتعلق بحماية المنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، ج ر العدد92 ،المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 02-09 المؤرخ في 22 جويلية 2002 ، ج ر العدد44.

(2) راجع المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 1992 يتضمن مدونة اخلاقيات الطب ،ج ر العدد52.

(3) راجع المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 30 جانفي ، يتضمن تنظيم مهنة المحاماة، 1991، ج رالعدد41.

(4) انظر ملال نوال ، المرجع السابق، ص 53.

(5) أنظر الملحق رقم (01)، (02).

(6) انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ،ص99.

(7) راجع الملحق رقم (03)، (04)، (05).

(8) أنظر رضا متولي وهدان، المرجع السابق ، ص 22.

(9) Voir BELIMANE Yamina , op-cit , p 142, 143.

صدقت هذه الاعلانات كنا بصدد اشهار نزيه ،أما اذا كانت الخدمة المعروضة لا تطابق ما تلقاه المستهلك نكون أمام اشهار تضليلي.

عو-استخدامات اللفظية المضللة للأسعار : يستخدم المعلنون ألفاظ معينة ذات مدلول خاص هدفه تنشيط انتاجهم، كاستعمالهم مصطلحات (تخفيضات أو مجاني) في حالة تتجاوز الحقيقة حيث يكون فيها التخفيض وهميا[1].

ي - الاشهار الالكتروني: عرفه المشرع الجزائري بأنه كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الى ترويج بيع السلع أو الخدمات عن طرق الاتصالات الالكترونية[2] ، وقد يظهر الإعلان التجاري الالكتروني في أشكال مختلفة أهمها:

1- الشريط الإعلاني: وهو رسالة ترويجية في شكل شريط داخل موقع يحتوي صور ورسومات و نصوص تهدف لخلق لدى المتصفح وعي وهو الأكثر استعمالا.

2-البريد الالكتروني : أكثر الوسائل التي تمكن من إيصال الرسالة الإلكترونية الترويجية إلى آلاف العملاء

3- **الإعلان ضمن الموقع الالكتروني: يكون** من خلال موقع تجاري تعرض فيه السلع والخدمات .

يكون الاشهار في شبكة الانترنت مصحوبا بصور المنتوج المعلن عنه ، ليراه المستهلك بتلك الرؤية الصورية والرمزية التي لا تساوي الرؤية المادية ، لذلك يقوم بعض المعلنين بإظهار الشيء المعلن عنه بصورة مخالفة للواقع[3] بمساعدة التطوير التكنولوجي في التصوير وعرض الصور وكيفية التحكم فيها ، وتغيرها من خلال برامج معينة واظهارها أجمل مما يجذب المستهلك للتعاقد[4].

اتخذت العديد من الاحتياطات لحماية المستهلك من التصرفات الاحتيالية على شبكة الأنترنت إلا أنه لا يزال هناك تزايد مستمر في أعداد الشكاوى التي تصدر من المستهلكين وتزداد الخطورة بمعرفة مدى التنوع الكبير في أشكال وصور هذا الاحتيال التي تتغير بشكل طردي مع التقدم في التكنولوجيا المعلومات والاتصالات [5].

---

(1) انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق، ص 100.
(2) انظر المادة 6 ف6، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، يتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر العدد 28.
(3) أنظر الملحق رقم (06)
(4) راجع بوخلفة عبد الكريم ، المرجع السابق ، ص 131.
(5) أنظر أسامة حمدان الرقب ، جرائم النصب والاحتيال ، الأساليب – الظاهر – العلاج ، الطبعة الأولى ، الأردن عمان : دار يافا العلمية للنشر والتوزيع ، 2012 ،ص 135.

اشترط المشرع الجزائري أن يلبي الاشهار الالكتروني أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية ، عدة مقتضيات من بينها، التأكد من جميع الشروط الواجب استفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، وليست مضللة ولا غامضة[1] .

الفرع الثالث : أطراف الإشهار التضليل

لقيام إشهار تضليلي يتطلب وجود ثلاثة أطراف رئيسية المعلن أولا، أدوات ووكالات الإشهار ثانيا، المستهلك ثالثا.

أولا - المعلن : لم يعرف المشرع الجزائري المعلن ضمن أحكام قانون 04- 02 المعدل والمتمم السالف الذكر بل اكتفى بموجب نص (58) من المرسوم التنفيذي رقم 16- 222[2] بالإشارة إليه في حالة بث رسالة اشهارية، على خلاف المشرع المصري الذي عرفه في قانون الاستهلاك رقم 67 لسنة 2006 على أنه كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو ترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة[3].

يشترط في المعلن أن يتحرى الصدق والأمانة وأن يتجنب خداع المستهلك بالكذب عليه ،فإذا اختار المحترف للإشهار التجاري لتقديم منتوجه أو خدماته ، يجب أن يكون واضحا وصادقا وأن لا يضر غيره من التجار في اشهاره[4] ، لذا يمنع المشرع الجزائري الاشهار المقارن[5] ،وأكد ذلك من خلال المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13 -378 السالف الذكر .

ثانيا - أدوات ووكالات الإشهار : يجب توفر أدوات الإشهار ووكالاته.

أ- أدوات الإشهار : هي الوسائل الإشهارية التي نبث من خلالها الرسائل الإشهارية ، وهي قناة أو أداة تنقل من خلالها الرسالة الإشهارية من المرسل وهو المعلن إلى المستقبل وهو المستهلك ، ويقتصر دورها على بث ونشر وإذاعة الإشهارات للجمهور، فإذا تضمن اشهار تضليلا تقوم مسؤولية صاحب

---

(1) راجع المادة 30 ، القانون رقم 18-05.
(2) راجع المرسوم التنفيذي رقم 16- 222 ، المؤرخ في 11غشت 2016 الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث تلفزيوني أو البث الاذاعي ، ج ر العدد 48.
(3) انظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 81.
(4) راجع المادة 56و60 ، المرسوم التنفيذي رقم 13-378.
(5) الاشهار المقارن publicité comparative هو الإعلان الذي يركز على ابراز مزايا منتوج أو خدمة معينة ، من خلال مقارنتها بمواصفات ومزايا غيرها ، للمزيد من المعلومات راجع، بتول عبادي صراوة ، المرجع السابق ، ص 76.

أداة الإشهار إلا أن هذا الأخير لا يعلم شيئا عن سلعة أو خدمة محل الإشهار فليس مطلوب على صاحب الإشهار التحقق من هدف الإشهار فهذا الأخير يتم على مسؤولية المعلن[1].

ب ـ وكالات الإشهار: هي الجهة المنتجة للرسالة الاشهارية وهي المنشأة التي تقوم نيابة عن المعلن بعمليات التخطيط وتنظيم وتصميم وتنفيذ ونشر الإشهارات الخاصة، فهي تقوم بإعداد الرسائل الإشهارية للمعلن ومن جهة أخرى تقوم باختيار الوسيلة التي تنقل الرسالة للجمهور فهي بمثابة وسيط بين المعلن والمنفذ.[2]

ثالثا- المستهلك[3] **:** يهدف المعلن من وراء الإشهار إلى تعريف المستهلك بالسلع أو الخدمات محل الإشهار وحثه على اقتنائها والتعاقد معه و بالتالي هو محور الإشهار[4]. وهناك نوعان من المستهلك :

أ- المستهلك المحترف يجب التفرقة بين شخصية محترفة و أخرى عادية من أجل تحديد امكانية التضليل ، حيث إذا كانت الضحية من ذات الشخصية الفطنة والمحترفة فالقاضي يكون أكثر صرامة معهم كونهم كان بإمكانهم معرفة الحقيقة.

ب- المستهلك الأكثر عرضة للتضليل وهو المستهلك العادي ، الذي يعيش على طبيعته ، عكس المستهلك المنظم ، الذي يطالع المجلات المتخصصة وهو على علم بالمستجدات ، لا يحتاج

---

(1) المرجع ذاته، ص 82.

(2) انظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 84.

(3) إن مفهوم "المستهلك" من صنع المشرع الأمريكي ، على يد الرئيس الأمريكي John Fitzgerald Kennedy حين دعا مجلس الشيوخ في خطابه، بتاريخ 11 مارس1962 ، بضرورة التحديد والأخذ بالحقوق الأربعة، التي يجب أن يتمتع بها المستهلك، الإعلام، الأمن، الاختيار، وأن يسمع له ويؤخذ برأيه، وللمزيد من المعلومات راجع

Guinechard ,. Publicité commercial et protection de consommateurs, Paris, juris classeurs, éditions techniques ,fas c, 900, 1989.

- عرف المشرع الأوروبي المستهلك في المادة الثانية من التوجيه رقم 25/2005 المؤرخ في 11 جوان 2005 بشأن الممارسات التجارية غير المشروعة ، كما يلي :

« consommateur : toute personne physique qui , pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive ,agit a des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale , industriel ou libérale ».

- عرف المشرع الجزائري المستهلك، بموجب نص المادة الثانية الفقرة التاسعة من المرسوم التنفيذي رقم 90 -39 السالف الذكر ، على أنه :"كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي، لسدّ حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" ، كما وعرفه بموجب المادة الثالثة الفقرة الثانية من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر بأنه :" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلع اً قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني." من خلال هذا التعريف الذي جاء به المشرع يشمل مفهوم المستهلك كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية المجردة من الطابع المهني، و بصدور القانون رقم 09-03 السالف الذكر اتى المشرع بتعريف آخر للمستهلك على أنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتنى بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". يتضح موقف المشرع في تأكيده وإبقائه على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي أو العائلي، لكنه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له.

(4) أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 85.

حماية كبيرة مقارنة بالمستهلك الضعيف والساذج ، الأمي ، المريض ، المراهق ، الشيوخ الفقراء وحتى الذين لا يتقنون اللغات ، هم الأكثر عرضة للإشهار التضليلي[1] .

المطلب الثاني: عناصر الإشهار التضليلي.

يشترط لقيام التضليل في الإشهار وجود واقعة مضللة ، تخص عنصر من عناصر السلعة أو الخدمة وهذا ما يعرف بالعنصر المادي للإشهار التضليلي فرع الأول ، وكذا العنصر المعنوي الذي قوامه سوء نية المعلن فرع ثاني.

الفرع الأول: العنصر المادي للإشهار التضليلي

يقصد بالعنصر المادي للإشهار التضليلي صدور سلوك من المعلن يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في الخداع أو التضليل ، سواء كان عمل ايجابي يتمثل في اعطاء معلومات غامضة عن السلع أو الخدمات قصد خداع المستهلك، أو بعمل سلبي وذلك بالامتناع عن ذكر البيانات الجوهرية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل الإشهار[2] .

نص المشرع الجزائري في المادة (28) من القانون رقم 04 - 02 المعدل والمتمم السالف الذكر الشروط الواجب توفرها لتحقق العنصر المادي المتمثلة في ضرورة وجود اشهار أولا، ضرورة وجود اشهار مضلل أو يؤدي إلى التضليل ثانيا، وأن يقع الاشهار المضلل على عناصر محددة ثالثا.

أولا - ضرورة وجود اشهار :يجب أن يكون هناك اشهار مسبق بغية الحث على اقتناء السلعة أو الخدمة حيث يهدف كل اعلان بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع أو الخدمات[3]، و هذا أيضا ما ذهبت إليه المادة (36) من القانون رقم 13-378[4] السالف الذكر .

ثانيا - ضرورة وجود اشهار تضليلي أو يؤدي إلى التضليل: يقوم العنصر المادي للإشهار التضليلي على البيانات والادعاءات الواردة في الإشهار التي تعمل على خداع المستهلك سواء كانت بيانات كاذبة أو صياغة تؤدي إلى خداع المستهلك[5].

يهدف الإشهار إلى الترويج عن السلع أو الخدمات مما قد يُحدث تأثير نفسي على المستهلكين و حثهم عن اقتنائها مما يؤدي إلى وجود تشويق و إثارة، حيث يقوم المعلن باتباع أساليب المبالغة

---

[1] Voir BELIMANE Yamina, op-cit , p274 .

[2] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ، ص 91.

[3] راجع المادة 28 ف2 ، القانون رقم 04-02.

[4] راجع المادة 36، المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

[5] راجع المادة 28ف3، القانون رقم 04-02.

والإثارة لإبراز ما هو بصدد عرضه[1]، لذا كان من ضروري تقدير التضليل في الإشهار الذي يقوم به على معيارين ، معيار ذاتي ومعيار موضوعي.

أ ـ المعيار الذاتي : يقاس التضليل بطريقة ذاتية يأخذ بشخصية المتلقي، ويقاس التضليل حسب هذا المعيار بطريقة مجردة ، حيث يتم تحديده من خلال الشخص الملتقي وليس في التضليل في حد ذاته فيكون الاعلان مضللا إذا ما كان يخدع شخص شديد الذكاء ، أما اذا كان المتلقي من المستوى العادي أو المألوف لا يُعد اعلانا مضللا ، وبالتالي لا يُعد الإشهار مضللا إلا إذا وقع على عامة الناس. [2]

يعتبر هذا المعيار غير دقيق ويستلزم البحث في شخصه المتلقي في ذكائه وفطنته ، مما يُصعب ذلك لأنه يختلف من شخص الى آخر رغم أن بعض المحاكم الفرنسية أخذت بذلك[3] .

ب ـ المعيار الموضوعي : يؤخذ حسب هذا المعيار بالمستهلك المتوسط الذي يمثل جمهور الناس فهو معيار لا يختلف في تطبيقه من شخص لآخر ، فالتضليل لا يقوم إلاّ متى كان من شأن هذا الإشهار تضليل المستهلك العادي والمتوسط، وهو شخص لا خارق الذكاء ولا شديد الفطنة ، ولا يختلف تطبيق هذا المعيار من شخص لآخر ، فالتضليل واحد لجميع الناس [4] ،إلا إنّ أغلبية أحكام القضاء تتبنى المعيار المجرد، حيث يضع القاضي نفسه مكان المستهلك المتوسط، عند تحديد الطبيعة المضللة للإشهار .[5]

تبنى المشرع الجزائري المعيار الشخصي حينما رتب مسؤولية المحترف بشأن الإشهار الذي يؤدي إلى التضليل ، بحيث يتوقف تشكل الجريمة من عدمها بالنظر إلى كل مستهلك على حدى ،غير أنه في غياب الاجتهاد القضائي بشأن مجال إعمال مضمون المادة (28) من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر يجعلنا نتردد بالجزم بتبني المشرع هذا المعيار أو ذاك، ومن ثم فإن العمل القضائي اليومي سيكون متأرجحا فيما بينهما، وهو ما يمس بمصداقية الأحكام[6].

يقدر كقاعدة عامة الاشهار التضليلي بالمعيار الموضوعي وهذا بالنظر للمستهلك العادي المتوسط الذكاء ، وليس للمستهلك الحريص ، وهذا متى كان الاعلام موجها الى جمهور المستهلكين

---

(1) أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 96.

(2) انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 72.

(3) راجع بوحفص جلاب نعناعة ، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الاعلان التجاري المضلل ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2،المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ،المجلد 14 ،العدد02 ،2016 ، ص 239.

(4) انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص73.

(5) راجع بوحفص جلاب نعناعة ، المرجع السابق، ص 240

(6) راجع محمد شرايرية ، استاذ محاضر قسم ب ، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي ، جامعة 28 ماي 1945، قالمة ،مجلة الاجتهاد القضائي ،العدد14،2017، ص 348/347.

ولكن إذا كان الاعلان موجها للمحترفين كالمهندسين والصيادلة ... فيقدر التضليل على أساس رجل المهنة أو المستهلك الفطن أو الحريص[1].

ثالثا - أن يقع الاشهار التضليلي على عناصر محددة: ينصب الاشهار التضليلي على عنصر واحد أو أكثر من عناصر السلع أو الخدمات محل الاشهار، حيث نص المشرع الجزائري على هذه العناصر بموجب المادة (28) من القانون رقم04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر، وكذا بموجب المادة (60) الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 13-276 السالف الذكر.

الفرع الثاني : العنصر المعنوي للإشهار التضليلي

يقصد بالعنصر المعنوي للإشهار التضليلي توفر سوء نية المعلن قصد خداع أو تضليل المستهلك من خلال طريقة الإشهار المتبعة ، سنتطرق في هذا الجزء إلى أصل موضوع حسن نية المعلن أولا، أساس استبعاد سوء النية ثانيا ، وآثار تطبيق مبدأ سوء النية ثالثا.

أولا – أصل موضوع حسن نية المعلن : يتبين لنا بالرجوع إلى القانون 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر أن المشرع الجزائري، لم يعتمد على سوء نية المعلن لقيام مسؤوليته عن الإشهار التضليلي ، بل اكتفى بالعنصر المادي حيث يُعتد بالمعلومات المضللة لإرادة المتلقي لا بالنتيجة الإجرامية [2] ، عكس المشرع الفرنسي الذي أكد على ضرورة وجود سوء نية المعلن كشرط لقيام مسؤوليته عن الإشهار، وهذا في قانون رقم 2 تموز 1963 و بعد التعديلات التي طرأت على القانون الفرنسي ألغى شرط سوء النية بدليل ما تضمنه قانون الاستهلاك الفرنسي لعام 1993.

ثانيا- أساس استبعاد مبدأ سوء نية المعلن: يرى بعض الفقه أن جريمة الإشهار التضليلي تُعد جريمة مادية، يكفي لوجودها مجرد الإشهار عن السلعة أو الخدمة معينة ، بيانات ومعلومات لا تتفق مع الواقع في ما ذهب رأي آخر إلى أن سكوت المشرع الفرنسي عن اشتراط العنصر المعنوي ، لا يمكن أن يعتبر دليلا كافيا على استبعاد سوء نية المعلن، وأن المشرع لو قصد ذلك لنص على ذلك صراحة فالإهمال أو الخطأ لا يكفي وحده لقيام الإشهار التضليلي.[3] والرأي المستقر عليه حاليا في فرنسا هو استبعاد سوء نية المعلن وأن مسؤوليته اتجاه الإشهار التضليلي تقوم في حالتي الإهمال أو عدم الاحتياط وتأييدا لذلك قضت محكمة النقض الفرنسة بقرارها الصادر بتاريخ 7 فيفري 2011 ، بالقول:" العنصر

---

[1] راجع براشمي مفتاح، أ مساعد قسم ب ، الركن المادي لجنحة الاشهار التضليلي في التشريع الجزائري ، جامعة احمد زبانة غليزان ، مجلة القانون، العدد 06 ، جوان 2016 ، ص 227.

[2] انظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 98.

[3] انظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 83.

المعنوي في جريمة الإشهار التضليلي ينجم عن الإهمال أو التهور"[1]، وفي حالة ما اذا كان العنصر المادي لجنحة التضليل قائما ، فالمعلن مسؤول حتى ولو لم تكن له نية التضليل[2].

ثالثا- آثار تطبيق مبدأ سوء النية : تتجلى آثار تطبيق مبدأ سوء النية في :

أ- **بالنسبة للمعلن :** يكون أكثر حذرا وأشد حرصا وينتقل له عبئ اثبات سوء نيته في حالة نشر اشهاره الكاذب .

ب- **بالنسبة للمستهلك :** تتحقق له قدر من الحماية في ظل الاعمال بهذا المبدأ بصورة غير مباشرة ، كعدم قدرة المعلن من التهرب من أحكام القانون .

ت- **بالنسبة للقاضي :** يعفى من البحث عن سوء نية المعلن، لافتراض وجودها حتى وان ثبت العكس، فله الحق في توقيع الجزاء الذي يناسب جسامة الخطأ المرتكب.[3]

---

[1] انظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 101.

[2] Voir Belimane Yamina , op-cit , p 265 .

[3] انظر ملال نوال ، المرجع السابق، ص 86.

المبحث الثاني : محل الإشهار التضليلي

بعد التطرق الى ماهية الاشهار التضليلي ، سنبين محله عن طريق تبيان الوعاء الذي ينصب فيه التضليل بمعنى تحديد مختلف عناصر المنتوج التي يقع عليها التضليل .

يقع الإشهار التضليلي على عناصر السلع أو الخدمات التي تعكس محله ، حيث يؤدي هذا التضليل إلى دفع المستهلك إلى الاقبال على هذه السلع و الخدمات.

يتم تقسيم العناصر التي يرد عليها التضليل إلى عناصر متصلة بذاتية السلع أو الخدمات مطلب أول وعناصر خارجية عن ذات السلع والخدمات مطلب ثاني.

المطلب الأول: التضليل المتصل بذات السلع أو الخدمات

يرد التضليل على عنصر أو أكثر، من العناصر المتعلقة بجوهر أو ذاتية السلع أو الخدمات أو خواصها التي تكون محلاً لاعتبار المستهلك، لدى إقدامه على التعاقد. وتتمثل هذه العناصر في توفير السلع أو الخدمات ، من حيث نوعها ومكوناتها وأصلها وخصائصها الجوهرية ، ومقدارها والنتائج المتوقعة وطريقة وتاريخ صنعها.

سنتطرق في هذا المطلب لكل من التضليل المتصل بالعناصر الجوهرية للمنتوج فرع أول وكذا التضليل المتصل بالعناصر الثانوية للمنتوج فرع ثاني.

الفرع الأول: التضليل المتصل بالعناصر الجوهرية للمنتوج

يلاحظ أن بعض العناصر لا تثير صعوبة في تحديد معناها وأبعادها ، لكن الصعوبة تكمن في تحديد المقصود بحقيقة الشيء وخصائصه الجوهرية ، فمن وجهة النظرية الموضوعية تتحد الصفات بطريقة مجردة تماشيا مع الشروط التي يلزم توافرها في الشيء، اعتمادا على خواصه الكيميائية أو المادية أو غيرها ، في حين تحدد الصفات الجوهرية بالنسبة للنظرية الشخصية إعتمادا على الخصائص التي يضعها المتعاقدين[1] .

وعليه تعرف العناصر الجوهرية بكونها الصفات التي يتضمنها الشيء ، وتقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجهة نظر المتعاقد [2]، ويكمن التضليل المتصل بالعناصر الجوهرية في التضليل

[1] انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ،ص109.
[2] انظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 90.

المتصل بتوفير السلع أو الخدمات وذاتيتها أولا ، والتضليل المتصل بمكونات سلع أو الخدمات و النتائج المرجوة ثانيا ، والتضليل المتصل بأصل السلع أو الخدمات وتاريخ الصنع ثالثا.

أولا ـ التضليل المتصل بتوفير السلع أو الخدمات وذاتيتها : وتكون على النحو التالي :

أـ التضليل المتصل بتوفير السلع أو الخدمات : ويكون بإحدى الصورتين إما بانتفاع توفر السلع أو الخدمات المعلن عنها ، وإما بتوفر تلك السلع أو الخدمات لكن بصورة أخرى غير المعلن عنها وذلك بتخلف موصفاتها الجوهرية ، وهذه الأخيرة يقصد بها الخصائص المادية أو الكيمائية ، التي يتأسس عليه تحديد القيمة الحقيقية للمنتوج المعلن عنه والتي يبنى عليها المستهلك قراره لاقتناء هذا المنتوج [1].

حظر المشرع الجزائري الاشهار في الصور الأولى المتمثلة في انتفاء السلع أو الخدمات في هذا الصدد حيث أنه:" يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي:

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].

لم ينص المشرع الجزائري على الصورة الثانية ، متمثلة في توفر المنتوج لكن بصورة غير المعلن عنها ، بموجب القانون 04 ـ 02 المعدل والمتمم السالف الذكر ، لكن تدارك الأمر بموجب نص المادة (68) من قانون رقم 09 ـ 03 السالف الذكر التي تنص على أنه:" يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول: تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا..."[3]. وعلى الرغم من أن المادة لا تتعلق بالخداع إلا أنه يمكن تطبيقها على اشهار التضليلي حماية للمستهلك[4] ، على عكس المشرع الفرنسي أشار الى وجود السلعة أو الخدمة كمحل من مواضيع للإشهار التضليلي[5] .

ومثال على ذلك من حيث عدم وفرة المنتوج ، اشهار مؤسسة تجارية عن وجود رصيد كبير لها من أحد المنتجات المطلوبة في السوق ، فيدفع ذلك التجار الذين اعتادوا الاستيراد من الخارج التعاقد مع هذه المؤسسة ، فتعجز هذه الأخيرة عن التعاقد وتنفيذ التزامها لعدم وفرة المنتوج ، وبالنسبة لتوفر

---

(1) انظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 107.

(2) راجع المادة28، القانون رقم 04-02.

(3) راجع المادة 68، القانون رقم09-03.

(4) انظر محمد بوراس ،الاشهار عن المنتوجات و الخدمات دراسة قانونية ، رسالة دكتوراه في القانون الخاص ، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، 2012 ص 315.

(5) Voir art 121-01, Loi n 93-949.

المنتوج لكن بصورة غير المعلن عنها فللمستهلك حرية القبول أو الرفض للبديل المعروض عليه[1] ، أما فيما يخص التضليل في الخدمات ، أحسن مثال وكلات السفر والسياحة ، حيث تثير عدة اشكالات في هذا الصدد، فالوكالات ملزمة بأداء الخدمات التي وعدت العمال بها عند الاشهار الخاص بنشاطها حيث هناك عدد مكاتب الحج والعمرة تعمل على نشر اعلانات لبرامجها بأسعار غير حقيقية بهدف لفت الانتباه وبيع الرحلة بشكل غير مطابق للإعلان ، لذا كان من الضروري ضبط وتشديد الرقابة على السوق المحلية و الحد من تضليل المواطنين[2] .

وأحسن مثال في هذا الصدد هو صدور قرار المجلس في القضية رقم 05595/18 بتاريخ 26 جوان 2018 بين اتصالات الجزائر ضد المنظمة الجزائرية لحماية وارشاد المستهلك ومحيطه في قضية 4 جي G4،وهذا بإبطال العقود المبرمة بين المشتركين بسبب البنود التعسفية في العقد وكذا تعديل شروط الخدمة دون الرجوع للزبون[3] ، وللإشارة يعفي المعلن من المسؤولية في حالة عدم تنفيذه للالتزام ولا يعتبر الاشهار تضليليا ، في حالة القوة القاهرة [4].

أورد القضاء الفرنسي عدة تطبيقات لمثل هذا التضليل، فقد قضي أنه يُعد اشهار كاذب أو مضلل الاشهار الذي قام به المحلCarrefour عبر أجهزة الراديو يبثُ فيه أنه ولمدة محددة كل الألبسة والجوارب والكتب تباع بسعر التكلفة ،ثم تبين لاحقا أن جوارب الأطفال غير معنية بهذا الاشهار بمعنى آخر أن بعض المنتجات غير موجودة وغير معنية بهذا الاشهار[5].

ب ـ **التضليل المتصل بذاتية السلع أو الخدمات :** يكون التضليل في الإشهار إذا اتصل بذات السلع أو الخدمات إذا وقع على احدى الصفات الأساسية لها أو بفقدانها مما يؤدي إلى تغيير طبيعته[6]، و يراد بذاتية الشيء مجموع الصفات الأساسية للبضاعة وخواصها التي تلازمها والتي لولاها لما أقدم الشخص على التعاقد[7].

تعتبر ذاتية المنتوج العناصر المميزة التي تشكل الطبيعة المادية له ، ويتحقق التضليل بإحداث تغيير جسيم بين خصائص المنتوج طبق الاشهار وخصائصه في الواقع، وبالتالي يفقد المنتوج طبيعته

---

(1) أنظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 87.

(2) راجع ،رداد ثلجي القرالة ، بكر : مكاتب سياحية تروج رحلات عمرة بأسعار وهمية ، 9 ديسمبر 2015، الغد ، https:// alghad.com

(3) راجع الملحق رقم.....

(4) أنظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص88.

(5) Voir, François Greffe , Pierre – Baaptiste Greffe ,La publicité et la loi , 11 édition , Lexsis Nexis Litec , Paris , France 2009 , P 370.

(6) انظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 317

(7) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 108.

ويجعله غير صالح للاستعمال الذي أعد له ، فالإشهار عن صابون أنه "نابلسي" مع أنه خالي من زيت الزيتون الذي يميزه يعتبر اشهارا تضليليا في هذه الحالة[1].

تكون الطبيعة المادية المميزة للمنتوج دافعا للإقبال عليه ، ولهذا أهمية كبرى للمستهلك لارتباط هذا العنصر بمدى جودة المنتوج وملائمته لغرض التعاقد [2]، وهذا ما نصت عليه المادة (60) في فقرتها الأولى من المرسوم التنفيذي 13- 378 السالف الذكر ، " يمنع استعمال...أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبس في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة المنتوج ". والمنتوج في نظر المشرع الجزائري يشمل السلع أو الخدمات.

كما أورد القضاء الفرنسي عدة تطبيقات للإشهار التضليلي المتعلقة بذاتية المنتجات حيث قضي بأنه يعد اشهار كاذبا أو مضللا الاشها ر ، الذي قامت به مؤسسة تقوم بصناعة الخبز الذي رافقه عبارة " هذا الخبز معقم بدون هواء " وذلك باعتبار أنه لا يمكن أن يكون أي منتوج معقما إلا اذا كان خاليا من البكتيريا التي يحتويها ، في حين أن خبز محل الاشهار لم يكن كذلك [3]، وقضت المحكمة فرنسية أن استراد مؤسسة لانتاج ملابس احتوت رسالتها الاشهارية عبارة "مصنوع من القطن " في حين أن الملابس ليست مصنوعة من القطن وحده ، وبالتالي يعد اشهارا كاذبا و مضللا[4].

ثانيا - التضليل المتصل بمكونات سلع أو الخدمات والنتائج المرجوة: يكون التضليل كالآتي :

ا ـ التضليل المتصل بمكونات السلع أو الخدمات: يعرف بمكونات الشيء التكوين الطبيعي لمادته أي مواد داخلة في تركيبه وفي حالة وجود فارق أساسي في تكوين الشيء الموجود بالفعل وتكوينه على النحو الوارد في الإشهار نكون بصدد اشهار تضليلي ، ففي هذه الحالة لا يتعلق الأمر بتغيير المنتوج عن طريق المعلن و إنما بإشهاره عن توفر عناصر لا يتضمنها في الحقيقة[5] .

يرد التضليل في ما يخص الجودة في القدرة وأداء المنتوج ومثال على ذلك ، وجد أنه خداع واضح عندما استعمل Gamble& Procter اسم"Naphtha Soap" لوصف صابون ليس فقط يحتوي على نسبة قليلة من النفط ، بل وهو في الحقيقة غير فعال، وهنا يقع التضليل ، أو استعمال اسم لفاكهة للدلالة على عصير خالي من الملونات الاصطناعية دون الاشارة على أنه عصير اصطناعي

(1) أنظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 89.
(2) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 108
(3) Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 05/08/1989
(4) أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 114.
(5) أنظر ملال نوال، المرجع السابق ، ص 89.

أو استعمال مصطلح الذهب "gold" الذي يشترط 24قيراط إلا أنه استعمل لوصف لون المنتوج ،مع العلم أن هذا الأخير ليس من الذهب الخالص[1].

وكذا التضليل في مكونات الغذائية ، كالإشهار عن حليب منزوع الدسم يُوصى به لمن يتبعون نظاما غذائيا خاصا، وله أثر في تصحيح وظائف الجسم العضوية والنفسة ، مع أنه لبن عادي كغيره من أنواع الألبان ولم يكن منزوع الدسم، أو التضليل في الأثاث ، وهذا بقيام تاجر أثاث بالإشهار عن أثاث مصنوع من خشب الجوز بالكامل، مع أن الأثاث مصنوع في حقيقة الأمر من خشب أقل جودة بكثير ولكنه مغطى برقائق خارجية من خشب الجوز[2]، وهناك تطبيقات قضائية عدة للإشهار التضليلي المتعلق بمكونات المنتوج ، فقد قضي بأنه يعد إشهارا مضللا الاشهار المتعلق بمعجون الأسنان الذي بين في الاشهار أنه يحتوي على فيتامين (A) في حين بينت التحاليل خلوه من ذلك [3].

مُنح الاشهار المتعلق بمكونات المنتوج مجال واسع في الفقه ، ويدخل في هذا الاطار الاشهار الذي يتضمن ذكر فواكه جاهزة للشرب ، « fruits prête a boire» معتقدين أنه عصير طبيعي لكن في الحقيقة مضاف اليه 50 % من الماء ، وفي مثال آخر، اشهار عن الملابس الداخلية ، حيث يحاول المعلن اقناع الزبائن المحتملين أن المنتوج مصنوع ب « angora » في حين أنه لا يشمل إلا على 20% من هذه المادة [4] .

وقد أدانت محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 21 مارس 2006 مديري شركة(diet) بسبب قيامها بالإشهار عن حبوب مخفضة للوزن تتكون من عشر مواد، ثلاث منها على الأقل كيميائية، في حين أكد الإشهار أن هذه المواد طبيعية 100 % ومن أصل نباتي[5].

يحظر المشرع الجزائري كل إشهار من شأنه تضليل المستهلك بخصوص العناصر الداخلة في تركيب المنتوج، لما لهذه الصورة من أضرار تمس بأمن وسلامة المستهلك[6].

ب ـ التضليل المتصل بالنتائج المرجوة من الإشهار : يقصد بها الفائدة المرجوة من الاشهار أو الفعالية أو الأثر الممكن للمنتج أو الخدمة محل الاشهار ، إذ لا يقدم المستهلك على الاقتناء إلا إذا كان ينتظر من

---

(1) See , Judith L. Olans & John F. Dobbyn, op cit, p 717.

(2) انظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 111.

(3) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 301.

(4) Voir Belimane Yamina , op-cit , p .244

(5) Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 21 mars 2006, N° de pourvoi : 05-82589.

(6) راجع المادة 60 ف1، المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

المنتوج أو الخدمة نتيجة معينة[1] ، وتعتبر النتائج المرجوة الغاية الرئيسية من التعاقد حيث يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك[2] .

أكدّ المشرع الجزائري بموجب نص المادة (11) الفقرة الثانية من القانون رقم 09-03 السالف الذكر على ضرورة أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث النتائج المرجوة منه " كما يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه...". كما نصت المادة (68) من نفس القانون على معاقبة كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة كانت فيما يخص النتائج الممكن انتظارها بالعقوبات المنصوص عليها في المادة (429) من قانون العقوبات [3].

ومن بين الأحكام القضائية في هذا المجال ، فقد قضي أنه يعد اشهار كاذب لمرهم يقوم وفق الاشهار بتخسيس الجسم في 12 يوما ،وقضت محكمة النقض بفرنسا بإدانة وكالة سياحية للأسفار قامت بإشهار تدعي فيه أن الرحلة ستكون على متن طائرة مريحة بالدرجة الأولى ، غير أنه اتضح أن الرحلة كانت بالدرجة العادية [4].

وقضت محكمة باريس ذات الاختصاص الموسع مستحضرات التجميل باعتبار الاشهار عن منتج يؤدي الى فقدان الوزن بسرعة « Mincir vite » و بدون جهد اشهار كاذب مضلل ، إذ صور في الاشهار أنه عن طريق ارتداء المنتوج « Panty Bell » يؤدي الى فقدان الوزن ، مع اظهار صور لأشخاص قبل وبعد استعمال المنتج[5].

ثالثا ـ التضليل المتصل بأصل السلع أو الخدمات و تاريخ الصنع : يكون التضليل في هذا المجال كالاتي :

ا- التضليل المتصل بأصل السلع أو الخدمات: الأصل أو المصدر كلمتان متَّرادفتان يقصد بهما مكان الانتاج أو الاستخراج إذا تعلق الأمر بمنتوجات طبيعية أو صناعية أو على الانتساب إذا تعلق الأمر بالحيوانات ، والملاحظ أن العديد من المستهلكين يرتبط في أذهانهم عناصر الجودة بأصل المنتج نفسه[6].

---

[1] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 303

[2] أنظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 115.

[3] راجع الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 80 جويلية 1966 ، يتضمن قانون العقوبات ، ج ر العدد 49 ، معدل ومتمم.

[4] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 304.

[5] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص305.

[6] المرجع ذاته، ص 306.

يقصد به أيضا التحديد الجغرافي لمكان نشأة المنتوج ، أو مكان الإنتاج بالنسبة للمنتوجات الطبيعية أو المنتجات الصناعية ، أو مكان الاستخراج بالنسبة للمنتجات المعدنية كما يطلق الأصل على العصر والمكان الذي صنعت فيه المنتوجات[1].

تعتمد الكثير من الاشهارات على سمعة أصل المنتوج ، فمن الطبيعي إذا ما كان هذا المرجع مضللا فسنكون في صدد ارتكاب جريمة ، ومثال على ذلك الختم الموجود في خلف أدوات المائدة « Limoges France » في حين أن هذه الأواني تم تزيينها في منطقة le Cher في ضواحي فرنسا[2].

تطرق المشرع الجزائري في هذا الصدد بموجب المادة(11) الفقرة من القانون 09 - 03 السالف الذكر التي نصت على: «يجب... أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره...»، وكذا المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 السالف الذكر على أنه : " يمنع استعمال..... أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبس في ذهن المستهلك لاسيما حول.. منشأ أو مصدر للمنتوج ".

يحظر المشرع الجزائري تسجيل العلامة التجارية إذا كانت تتضمن رموزا تضلل الجمهور فيما يخص المصدر وطبيعة و خصائص سلع أو خدمات، أو استعمال بيان قد يحدث لُبس مع المصدر الجغرافي للسلع أو الخدمات[3].

و كمثال على ما سبق هناك تطبيقات قضائية عدة تتعلق بالأصل كمحل للكذب والتضليل ، فقد قُضي بأنه يعد اشهارا تضليليا الاشهار عن قهوة تحمل اسم " ساوباولو " بحيث أن جزءا قليلا منها مستورد من البرازيل، كما قضت محكمة النقض في فرنسا بتاريخ 26 / 10 / 1999 بإدانة تاجر أدعى بأنه يبيع فقط وبنسبة 100% لحم فرنسي ، في حين إتضح من خلال عقود التوريد أن بعض اللحوم كانت مستوردة من ألمانيا وهولندا[4] ، وكذلك أدين تاجر يبيع ملابس موسومة بعلم فرنسا بشكل واضح ومتبوعة بخط غير واضح أنها مصنوعة في هونكونغ [5].

ب - التضليل المتصل بتاريخ صنع السلع: يرد التضليل بشأن تاريخ الصنع أو تاريخ انتهاء مدة الصلاحية من خلال تقديم أو تأخير هذا التاريخ ، ولا يتصور وقوع هذا النوع من التضليل إلا في السلع

---

[1] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 119.

[2] Voir BELIMANE Yamina , op-cit , p 244.

[3] راجع القانون رقم 03-06 المؤرخ في 19 جوان 2003 ، المتعلق بالعلامات ، ج ر العدد 44.

[4] Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 26 Octobre 1999, N° de pourvoi : 98-84446.

[5] أنظر محمد بوراس ،المرجع السابق ، ص307.

دون الخدمات، حيث يهتم المستهلك الحريص اقتناء منتوجات حديثة الصنع ، صالحة للاستهلاك، نظرا لما يسببه تاريخ الصنع من خطورة على صحة وسلامة المستهلك ، كما قد يهتم المستهلك بتاريخ الصنع القديم لبعض المنتجات التي تزداد قيمتها كلما قدم تاريخها من خلال إضفاء الصفة الأثرية أو التاريخية عليها كاللوحات الفنية أو الأثاث أو بعض القطع الأثرية [1].

وهذا ما أكد عليه المشرع الجزائري بموجب المادة (11) الفقرة الثانية من القانون رقم 09 -03 السالف الذكر على أنه " يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث صنعه التاريخ الأقصى لاستهلاكه.. " كما نصت المادة (68) على معاقبة كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة فيما يخص التاريخ أو مدة صلاحية المنتوج العقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات".

ومن التطبيقات القضائية لتاريخ الصنع كمحل للكذب أو التضليل أن يعلن التاجر أن الحلويات المصنوعة طازجة وتم تصنيعها أمام الزبون في حين أنها معدة منذ عدة أيام[2].

الفرع الثاني: التضليل المتصل بالعناصر الثانوية للمنتوج

يقع التضليل على العناصر الجوهرية للمنتوج كما يقع على العناصر الثانوية له، حتى وإن كانت لا تؤثر بشكل أساسي في قرار المستهلك، أي لها دور ثانوي في دفع المستهلك للشراء إلا أن لها دور يتمثل بالتفاعل مع بقية العناصر الأخرى لكي يتخذ المستهلك قراره النهائي[3] ، قد يكون التضليل المتصل بمقدار السلع أو الخدمات أولا ، أو التضليل المتصل بطريقة صنع السلع أو الخدمات ثانيا أو التضليل المتصل بنوع السلع أو الخدمات ثالثا.

أولا ـ التضليل المتصل بمقدار[4] السلع أو الخدمات : يرد التضليل بهذا الشأن إذا كان هناك فارق بين ما تضمنه الإشهار فيما يتعلق بكمية السلع أو الخدمات أو مقدارها ، وبين ما تم تسليمه للمستهلك أو ما تم وضعه تحت تصرفه[5].

---

[1] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص120.

[2] أنظر محمد بوراس ،المرجع السابق ، ص 308.

[3] أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 118.

[4] هناك تعبيرات متقاربة مثل العدد والمقدار والكيل والكمية والوزن تندرج كلها تحت تعبير واحد هو المقدار ، ويقصد بالعدد التعداد أو الإحصاء الرقمي لها، أي ما ينطوي عليه من وحدات حسابية ، أما الكيل فهو تعيين كمية ومقدار البضاعة بواسطة أداة معدّة لذلك. أما الوزن فيعني حساب البضاعة بواسطة آلة توزن بها ويعرف بها مقدارها. أما القياس فيكون بتقدير البضاعة ذاتها كماً أو مقدارً باستعمال المقاييس الطولية، نقلا عن سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 188 -122.

[5] انظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 123.

أوجب المشرع الجزائري أن يلبي المنتوج الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث كميته [1] واعتبر كل إشهار يتضمن تضليلا بشأن كمية المنتوج أو الخدمة إشهارا غير مشروع أو ممنوع[2] أو إدخال لبس في ذهن المستهلك حول كمية المنتوج[3].

ومثال على ذلك ، ما قضت محكمة النقض الفرنسة بتاريخ 7 ماي 2006 في أن صاحب أحد مكاتب العقارات لقيامه بالإشهار عبر الانترنت ، عن توفر شقة للإيجار وبتفاصيل تشير إلى بناء صافي بمقدار 32 متر، وبمظهر لائق وصالح للسكن تتراوح وجهته ب 25 متر، في حين تبين للمستأجر أن مساحتها الحقيقة كانت أقل من ذلك بكثير[4]. وقضي أيضا أنه يعد اشهارا كاذبا أو تضليليا الاشهار الذي يدعي فيه المعلن أن محتويات عبوة المواد الغذائية تكفي لثلاثة أو أربعة أشخاص في حين أنها لا تكفي حتى لطفل صغير[5].

ثانيا- التضليل المتصل بطريقة صنع السلع أو الخدمات: يزداد اهتمام بطريقة صنع المنتوج ويلاحظ الدعوة للعودة للمنتجات التي تصنع بطريقة طبيعية خاصة بالنسبة للمنتوجات الطبيعية وهذا تجنبا للآثار الضارة التي تسببها المواد الكيميائية المضرة بالصحة[6] ، ومثل الاشهار الخاص بالمربى الذي يصنع بطريقة تقليدية في حين أنه تستعمل فيه طريقة صناعية لإنتاجه[7].

لم يتطرق المشرع الجزائري لهذا العنصر في قانون 09 ـ 03 السالف الذكر أو قانون 04ـ02 المعدل والمتمم السالف الذكر ولا في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السالف الذكر خلافا للمشرع الفرنسي الذي منع الاشهار الذي من شأنه تضليل المستهلك فيما يخص طريقة صنع المنتجات أو الخدمات[8] .

ثالثا- التضليل المتصل بنوع السلع أو الخدمات : يقصد بالنوع، مجموعة الخصائص التي تميز منتجا معينا عن غيره من المنتجات التي تدخل ضمن نفس الصنف، مثال ذلك الزيوت حيث هناك أنواع متعددة زيت النخيل، زيت الزيتون... فالإنتاج يتماثل في الشكل ويختلف في أنواع ،مما يترتب عليه تغير قيمته في نظر المتعاقدين وبالتالي يحدد إقبالهم حسب النوعية المطلوبة ، والتضليل يكون في حالة عدم الإعلان

---

(1) راجع المادة 11ف 1 ، القانون رقم 09-03

(2) راجع المادة 28 ف1، القانون رقم 04-02.

(3) راجع المادة 60 ف1، المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

(4) Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 7 mars 2006,N0 de pourvoi 05-86096.

(5) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 302.

(6) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 119.

(7) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 323.

(8) Voir art 121-01, Loi n 93-949.

الحقيقي للمنتوج [1]، وهذا ما أكد عليه المشرع الجزائري بموجب الفقرة الأولى من المادة (11) من القانون رقم 09 ـ 03 وكذا المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13 ـ 378 بحظر كل اشهار يؤدي إلى تضليل المستهلك حول نوعية المنتوج.

حظر المشرع الجزائري كل إشهار يهدف إلى تضليل المستهلك حول العناصر الثانوية للسلع أو الخدمات المعروضة للاستهلاك، سواء تعلق الأمر بمقدار المنتوج أو غيرها من المسائل المتعلقة بنوع المنتوج، غير أنه لم يعتبر طريقة صنع المنتوج من العناصر التي يرد عليها التضليل.

المطلب الثاني: التضليل الخارج عن ذات السلع أو الخدمات

قد لا يهتم المستهلك بالعناصر الداخلة في تركيب المنتوج، فهناك أمور أخرى تشترك في اتخاذ قراره لإقتنائه ،وهي ما تسمى بالعوامل الخارجية عن ذاتية الشيء محل الاعلان[2]، فهي عناصر تحيط بالمنتوج محل الاشهار دون أن تكون داخلة في تكوينه أو مادته أو طبيعته ، ولها التأثير في قرار المستهلك[3].

تكون هذه العناصر متصلة إما بأسعار السلع أو الخدمات وشروط ودوافع البيع فرع أول وأما متصلة بالمعلن فرع ثاني .

الفرع الأول : التضليل المتصل بأسعار السلع أو الخدمات وشروط ودوافع البيع

يرد التضليل على عدة عناصر ، من بينها عنصر الثمن للسلعة أو للخدمة ، وكذا شروط البيع ودوافعه ، وعليه سنتطرق للتضليل المتصل بأسعار السلع أو الخدمات أولا ، التضليل المتصل بشروط بيع السلع أو الخدمات ثانيا ، والتضليل المتصل بالدافع إلى بيع السلع أو الخدمات ثالثا.

أولا-التضليل المتصل بأسعار السلع أو الخدمات : يعتبر الثمن مُهما في التعاقد ، فهو يعد عاملا مؤثرا في سلوك المستهلك، لذا حرص المشرع على حماية المستهلك في مجال الأسعار ، بإصدار قوانين تنص على الزامية الاعلان عن الأسعار .

اعتبر المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر، كل الممارسات التي تخالف الباب الثاني منه، ممارسة مخالفة لشفافية المعاملات التجارية، ومنها عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، إذ يتولى البائع وجوبا اعلان الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات

---

[1] أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 120.
[2] المرجع ذاته، ص 121.
[3] أنظر ملال نوال ،المرجع السابق ، ص 99.

وبشروط البيع ، و يكون ذلك عن طريق وضع علامات أو رسم أو معلقات أو بأية وسيلة مناسبة ، كما يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصورة مرئية ومقروءة[1] ، وممارسة منافسة غير شريفة وكذا رفع أو خفض الأسعار المقننة أو تزييف أسعار تكلفة السلع أو الخدمات[2] .

يقصد بالثمن كمحل للإشهار التضليلي ، أن يقوم المعلن بإشهار أسعاره غير أنها مخالفة للواقع وقد أورد القضاء عدة تطبيقات ، فقد قضي أنه يُعد اشهارا كاذبا أو تضليليا الاشهار الذي يُعلن فيه المعلن أن الثمن سيكون منخفضا بمناسبة عيد رأس السنة في حين الثمن بقي نفسه[3].

قضت محكمة النقض في فرنسا بتاريخ 14 / 10 / 1998 بإدانة تاجر قام بإشهار يدعي فيه أنه يقوم ببيع الأثاث بأقل الاثمان ،في حين اتضح من المعاينة أن الأسعار مرتفعة[4].

ثانيا- التضليل المتصل بشروط بيع السلع أو الخدمات : تعتبر من شروط التي يوجبها طرفا العقد محل الاشهار، وهي التي تحمل المستهلك على ابرام العقد واقتناء المنتوج ، لذلك نجد عبارات كالتسليم الفوري ، أو مصاريف الشحن على عاتق الشركة ... ، فمتى كانت هذه الشروط كاذبة ، أو لم تطبق يؤدي الى الكذب والتضليل وكان الاشهار تضليليا[5].

قُضي بأنه يُعد اشهار كاذب أو مضلل الذي يُعلن فيه تاجر السيارات أن التسليم يكون فوري والثمن المحدد في الاشهار محدد بصفة نهائية ، في حين يتضح أن التسليم ليس فوريا وأن هناك إضافات على الثمن المعلن عنه[6].

ثالثا- التضليل المتصل بالدافع لبيع السلع أو الخدمات : يحرص المعلن على ذكر دوافع البيع بصورة قد توقع المستهلك في التضليل [7]، موحيا له بأنه سيحظى بشروط استثنائية أو ثمن منخفض ويتحقق التضليل في حالة عدم وجودها ، حيث أن المشرع الجزائري أطلق على بعض أنماط البيع التي تدفع

---

[1] راجع المادة 4 ، القانون رقم 04-02.

[2] راجع المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 7 جوان 2006 ، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين، والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 ، ج ر العدد 56.

[3] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 311.

[4] Voir cour de cassation , chambre criminelle , 98-80527 , 14 octobre 1989 , n 262 , p 760.

[5] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص308.

[6] المرجع ذاته ، ص 309.

[7] أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 112.

بالمستهلك إلى اقتناء المنتوجات ، لها تسميات معينة منها البيع الترويجي[1] والبيع بالتصفية[2] والبيع التخفيضي[3] و هذا ما نصت عليه المادة (21) من قانون 04 – 02 المعدل والمتمم السالف الذكر .

الفرع الثاني : التضليل المتصل بالمُعلن

يعتبر المعلن طرف من أطراف الإشهار التضليلي ، قد يكون منتجا للسلعة أو مستوردا أو موزعا لها أو مقدم خدمة، ومن أجل تعريفه بمنتوجه محل الإشهار وحث المستهلك على اقتنائه ، يعمد إلى تضمين إشهاره لعناصر من شأنها تضليل المستهلك.

وتتمثل البيانات المتعلقة بالمعلن محل للإشهار التضليلي، إما في تلك المتصلة بشخصية المعلن وصفاته فرع أول، وإما تلك المتصلة بالتزامات المعلن ثانيا، أو المتصلة بخدمات ما بعد البيع ثالثا.

أولا - التضليل المتصل بشخصية المعلن وصفاته :يجب أن يكون الاشهار معبرا عن حقيقة المعلن وصفاته ومؤهلاته ، لأهميتها في حمل المستهلك لاقتناء السلع أو الخدمات ، إلا أن المعلن يعمد الى الظهور في الاشهار بشكل مخالف للواقع[4] ، فقد يلجأ الى انتحال صفة تدعم انتمائه تدفع الى الثقة فيه كزعمه حصول شهادات دولية ، أو يصف نفسه بصفات أو ألقاب كلقب أستاذ اختصاصي أو مالك براءة اختراع ...، حيث من شأن هذه الادعاءات إحداث أثر نفسي ومعنوي عند المستهلك[5].

وقد وردت عدة تطبيقات قضائية في هذا الشأن، فقد قُضي بأنه إشهار تضليلي الإشهار الذي قامت به إحدى الشركات العقارية عن عرض خدماتها بشكل يوحي بأنها مفوضة زبائن أجانب للقيام بإجراءات استلام العقارات ، في الوقت الذي ثبت أن دورها يقتصر على إرسال المستندات إلى مؤسسات عقارية أجنبية[6].

---

(1) البيع الترويجي : ويقصد به كل تقنية بيع سلع مهما كان شكلها ، والتي يرمي العون الاقتصادي عن طريقها الى جلب الزبائن وكسب كفائتهم ، فتعتبر من قبل أشكال البيع الترويجي تقديم هدايا أو امتيازات بسحب القرعة أو بدونها. ولهذا فقد تعرض العديد من الاشهارات يشار فيها الى أنه يمكن الفوز بجائزة أو أي شكل آخر تحفيزي ، وهكذا نكون أمام اشهار كاذب أو تضليلي متى ورد الكذب أو التضليل على تلك الأشكال من البيع التَّرويجي. أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص322.

(2) البيع بالتصفية يقصد به البيع المسبوق أو المرفق بإشهار الذي يهدف عن طريق التخفيض في السعر الى بيع بصفة سريعة لكل أو جزء من سلع موجودة، ويتم اثر التوقف المؤقت أو النهائي عن النشاط أو تغيير أو تعديل جوهري لشروط استغلاله. المرجع ذاته، ص322.

(3) البيع بالتخفيض : تعد من أهم العروض الخاصة ، ويقصد به كل بيع بالتجزئة مسبوق أو مرفق بالإشهار والذي يهدف عن طريق تخفيض في السعر الى البيع السلعة المودعة في المخزن بصفة سريعة ، المرجع ذاته، ص 321.

(4) أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 147.

(5) أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 124.

(6) Voir , François Greffe , Pierre – Baaptiste Greffe , op cit, p 101.

كما قضت محكمة الاستئناف في باريس بتأييد حكم القاضي بإدانة المعلن الذي قام بإشهار عن مدرسة خاصة يدّعي فيها بأنه معتمد من قبل وزارة التربية الوطنية ، غير أن الواقع مغاير تماما [1] وقضت محكمة النقض بالتاريخ 26 / 06 / 2001 باعتبار الاشهار الذي قام به معلن في محل تجاري يدعى فيه أن منتجاته مصادق عليها في حين أن بعض المنتجات فقط هي المصادق عليها دون الباقي[2] .

ثانيا- التضليل المتصل بالتزامات المعلن : يلتزم المعلن بالتزامات في الاشهار تكون هي الدافع وراء الاقتناء ، كأن يلتزم المعلن الذي يعد صاحب مطعم أنه قادر على خدمة عدد معين من الرواد في وقت واحد ، في حين أنه لا يستطيع ذلك ،أو أن يلتزم المعلن بأنه سيدفع أجر معين للمتقدمين لوظيفة معينة و هو لا يستطيع ذلك[3] .

كما أورد القضاء الفرنسي عدة تطبيقات لذلك ، حيث قضت محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 10/ 1997/12 بإدانة جمعية قامت بإشهار تدعي فيه أنها تقوم بالتكوين الخاص للجامعيين، من أجل ولوج سوق الشغل ، في حين اتضح أنه ليس بإمكان الجمعية أن تجد مؤسسة يتم فيها التكوين العملي ويبقى ذلك من واجب المترشح الذي يبحث عن عقد التكوين[4] .

وقضت في قرار آخر محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 28 / 05 / 1997 بإدانة صاحب شركة للبيع عن بعد – بالمراسلة- بحجة اشهار إدعى فيه ربح جائزة عند شراء المنتوج ، غير أن الحقيقة أن البطاقة المرفقة بالمنتوج تؤهله فقط للمشاركة في السحب المخصص لهذا الغرض[5].

لم ينص المشرع الجزائري على اعتبار التزامات المُعلن من العناصر التي يمكن أن يرد عليها التضليل في الإشهار، على الرغم من تأثير هذا العنصر على إرادة المستهلك في اقتناء السلعة أو الخدمة محل الإشهار خلافا للمشرع الفرنسي الذي اعتبر الالتزامات أو تعهدات المعلن من قبل العناصر التي يرد عليها التضليل[6].

ثالثا - التضليل المتصل بخدمات ما بعد البيع : تسعى مختلف التشريعات إلى ضمان الحد الأدنى من خدمات ما بعد البيع ، فقد نص المشرع الجزائري على ذلك من خلال الفصل الرابع من القانون رقم 09-03 السالف الذكر ،وعليه فالتضليل في الاشهار يمكن أن يلحق خدمات ما بعد البيع.

---

[1] Voir , François Greffe , Pierre – Baaptiste Greffe , op cit , P 101 .
[2] Voir , Cour de cassation, chambre criminel du 2001, N° 160 , p. 502
[3] أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 309.
[4] Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 1997 N° 422 , p. 1390.
[5] Voir , Cour de cassation , chambre criminel du 1997 N° 211 , p. 692.
[6] Voir art 121-01, Loi n 93-949.

أ- **الضمان :** لا يمكن لنصوص القواعد العامة ، خاصة تلك المتعلقة بقواعد ضمان العيوب الخفية توفير حماية كاملة للمستهلك، بناء على ذلك يحاول المشرع الجزائري بموجب قوانين الاستهلاك سد تلك العيوب وذلك من خلال النص على الضمان القانوني وعلى هذا يمكن أن يكون الضمان محلا للكذب في الإشهار التضليلي.

1- تعريف الضمان : يقصد بالضمان التزام يتعهد فيه المنتج بسلامة المنتوج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال الذي أعد له أومن أي خطر ينطوي عليه [1]، يجب التفرقة بين الضمان الاتفاقي الذي عرفه المشرع الجزائري بموجب القانون المدني على أنه التزام على عاتق البائع متى وجد في المبيع عيب قديم وخفي وغير مؤثر[2] ، أما الضمان الاتفاقي فقد عرفه المشرع الجزائري على أنه يتمثل في زيادة أو إنقاص أو إسقاط وعلى العموم تعديل أحكام الضمان القانوني للعيب الخفي[3] .

تناول المشرع الجزائري تعريف الضمان في المادة الثالثة من القانون رقم 09 – 03 السالف الذكر ، على أنه التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتوج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الكمية على نفقته[4].

2 - **أحكام الضمان :** يستفيد كل مقتني للمنتوج أو الخدمة بقوة القانون من أحكام الضمان ، وذلك دون أعباء اضافية تلقى على عاتقه ، فإذا ما تقرر حكم الضمان فإن المستهلك يستفيد في حالة ظهور عيب بالمنتوج إما باستبداله ، أو ارجاع ثمنه ، أو تصليح المنتوج ،أو تعديل الخدمة على نفقة المحترف [5] .

ب - مطابقة المنتوجات والخدمات : يلتزم المنتج بمطابقة المنتوج أو الخدمات للرّغبات المشروعة للمستهلك ، فالقانون المدني يتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين ، أصبحنا في ظل قانون حماية المستهلك نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير جودة عالية من المنتجات والخدمات ، وفي هذا الاطار يمكن أن يرد الكذب أو التضليل على تلك المطابقة ، فكثيرا

---

(1) أنظر زهية حورية سي يوسف ، دراسة قانون رقم09-03 المؤرخ في 5 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، 207 ،ص 22.

(2) أنظر المادة37، الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر العدد 78، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 07-05 المؤرخ في 20 ماي 2007 ، ج ر العدد 31.

(3) راجع المادة 38، الأمر رقم 75- 58

(4) راجع المادة 03، القانون رقم 09-03

(5) راجع المادة 13ف2، القانون رقم 09-03.

ما يورد المعلن في رسائله الاشهارية ومضات على مطابقة المنتوج أو الخدمة لمعايير الجودة أو المطابقة[1].

1- **مفهوم مطابقة المنتوج والخدمات :** يقصد بالمطابقة من ناحية المعنى الضيق ، مطابقة المنتوج للمواصفات المنصوص عليها في التشريع أو التنظيم سواء تلك الخاصة بتغليفه أو وسمه أو انتاجه وغيره [2] ، حاول المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 09 - 03 السالف الذكر تعريف الالتزام بالمطابقة بالإشارة لعدة مفاهيم ، من بينها المطابقة والتي يقصد بها استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به[3]، وعلى هذا يمكن أن يكون محل الاشهار التضليلي خداعا للمستهلك بتوافر المنتوج أو الخدمة المعلن عنها لالتزامات المطابقة المنصوص عليها قانونا .

2- **أحكام التزام مطابقة المنتوجات والخدمات :**يجب أن يستجيب كل منتوج أو خدمة مقدمة للمستهلك لرغباته المشروعة ، لذا يجب أن تكون الإشهارات ذات الصلة غير كاذبة أو تضليلية ويتطلب الأمر حتى يكون المنتوج أو الخدمة مطابقا أن توجد نصوص تنظيمية تضمن المطابقة، وفي هذا الاطار صدرت العديد من المراسيم التنظيمية [4].

ينص المشرع الجزائري على مستويين للرقابة ، المستوى الأول يتجلى في الرقابة الذاتية « l'autocontrôle » ،أي الرقابة التي يقوم بها المنتج بنفسه ،وعملا بنص المادة (12) من القانون رقم 09-03 السالف الذكر، يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك، طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول ،أما المستوى الثاني للرقابة فيتمثل في الرقابة الإدارية التي يقوم بها الأعوان التابعين للمديرية الولائية للتجارة على مستوى الولايات لا سيما مصلحة الجودة وقمع الغش[5] وهذا من بين ما سنتطرق اليه في الفصل الثاني تحت عنوان الحماية القانونية من الاشهار التضليلي .

---

(1) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 316.
(2) أنظر زهية حورية سي يوسف ، المرجع السابق ، ص 17.
(3) راجع المادة 03 ف18، القانون رقم09-03.
(4) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 317,318،319. .
(5) أنظر محمد بوراس ، المرجع السابق ، ص 320.

خلاصة : الفصل الأول

يعد الاشهار التجاري من أحدث الوسائل التي يلجأ اليها المعلن ، للإعلان عن منتوجه وابراز مزاياه ، بهدف حث وحمل المستهلك على اقتنائه، إلا أنه غالبا ما يلجأ لأساليب خادعة وتضليلية بغية الربح غير مبالي بأخلاقيات المهنة ، مما يؤثر على قرار المستهلك ويلحق به ضررا جراء اتخاذه قرارا مبني على التضليل.

ويعتبر الاشهار التضليلي الذي يخدع المستهلك هو ذلك الاشهار الذي لا يذكر بيانات كاذبة و لكن يصاغ في عبارات يعطي انطباعا زائفا يؤدي الى خداع الجمهور.

تناول المشرع الجزائري الاشهار التضليلي وقام بحظره ، حيث حددت المادة (28) من القانون 04-02 المعدل والمتمم يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وكذا المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، والمادة (68) من القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، العناصر التي ينصب عليها التضليل .

يتخذ الاشهار صورا، حيث نص المشرع الجزائري على ثلاث صور بموجب المادة (28) من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السابق الذكر والمتمثلة في الاشهار المفضي الى اللبس والاشهار المفضي الى التضليل، والاشهار المضخم والتي قد تكون بأشكال وبأساليب مختلفة كادعاءات الفرادة أو نوع التجارة ، الألفاظ والعبارات المضللة أو عن طريق الإعلانات التلفزيونية والاذاعية أو الهواتف النقالة والإشهارات الالكترونية وغيرها.

تقوم جريمة الاشهار التضليلي على أساس العناصر السابقة وهذا باختلاف محل الاشهار ، وهذا الأخير قد يرد على العناصر المتصلة بذات المنتوج أي تلك المتعلقة بجوهر وذاتية السلع أو الخدمات والتي تكون محل اعتبار للمستهلك وسبب في إبرام العقد، قد تكون عناصر جوهرية كتوفير السلع أو الخدمات وعناصر متعلقة بذاتية المنتوج ،أو مكونات السلع أو الخدمات والنتائج المنتظرة منها وكذا أصلها وتاريخ صنعها ، كما قد تكون عناصر ثانوية لا تؤثر بشكل مباشر في قرار المستهلك كالثمن ، طريقة صنع المنتوج ونوعه ومقداره .

كما يرد المحل الاشهار التضليلي أيضا على عناصر خارجة عن ذاتية السلع أو الخدمات ، التي قد يكون لها دور في اتخاذ المستهلك لقراره ، كتلك المتعلقة بالأسعار ، شروط البيع ودوافعه

والعناصر المتصلة بالمعلن كشخصيته وصفاته، والتزاماته، وكذا ضمان الخدمات ما بعد البيع ومطابقة المنتوج.

الفصل الثاني: الحماية القانونية من الإشهار التضليلي

يستخدم المعلن الإشهار التجاري للتعريف بمنتوجاته ، بغية حث وحمل المستهلك على اقتنائها فهو يؤدي وظيفة جوهرية تساهم في المجال الاقتصادي ، إلا أنه متى استخدم استخداما سيئا سيؤثر على قواعد المنافسة المشروعة من جهة ، ويضر المستهلك الذي يُعد نفسه ضحية عدم صدق المعلن من جهة أخرى ، مما يتسبب في فقدان علاقتهم التجارية ، لأن المعلن قد أفسد اختيار المستهلك وألحق به ضررا مما خلق نوع من انعدام الثقة بين طرفي العلاقة الاستهلاكية.

وبات من الضروري ايجاد توازن بين قواعد الإشهار التجاري ، وبين آثاره الضارة على المستهلك والمنتج ، ولتحقيق ذلك كان لابد من الوقوف على الحماية القانونية ، المتمثلة في الحماية الإدارية مبحث أول والحماية القضائية من الاشهار التضليلي مبحث ثاني.

المبحث الأول: الحماية الإدارية من الإشهار التضليلي

تجاوزت مسألة حماية المستهلك القانون وتعدت إلى الإدارات ، وهذا بسبب كثرة المخالفات المرتكبة من قبل المعلنين جراء الإشهار، مما أوجب على المشرع الجزائري إحداث هيئات ادارية وتفعيلها للتكفل بحماية المستهلك وتوعيته وإعلامه بكل ما يتعلق بالمنتوج محل الإشهار، تفاديا في ذلك كل تضليل .

سنتطرق في هذا المبحث لدور الهيئات الإدارية بمختلف أنواعها المركزية واللامركزية وسلطات الضبط المستقلة مطلب أول ، إلى جانب إبراز دور جمعيات حماية المستهلك في الحماية من الإشهار التضليلي مطلب ثاني.

المطلب الأول : دور الهيئات الإدارية في الحماية من الإشهار التضليلي

تتكفل الهيئات الإدارية بحماية المستهلك من الإشهار التضليلي ، أو ما يمكن أن يؤدي إلى ذلك وهذا باتخاذ اجراءات وقائية لتجنب الضرر ،واجراءات ردعية لردع المخالفين.

توجد ثلاث أنواع من الهيئات الإدارية، الهيئات الإدارية المركزية وأخرى لامركزية فرع أول وسلطات الضبط المستقلة فرع ثاني.

الفرع الأول: دور الهيئات الإدارية المركزية و اللامركزية في الحماية من الإشهار التضليلي

أُنشأت هيئات إدارية مركزية كوزارة التجارة ووزارة الاتصال أولا ، وكذا هيئات إدارية لا مركزية تتمثل في المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة ، وكذا الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي ثانيا.

أولا - دور الهيئات الادارية المركزية[1]: أقر المشرع الجزائري إنشاء هيئات إدارية مركزية ، والتي لها دور فعال في حماية المستهلك من الإشهارات التضليلية ، كوزارة التجارة والمصالح التابعة لها ، ووزارة الاتصال والمصالح التابعة لها .

[1] يقصد بالمركزية الادارية La centralisation ، توحيد النشاط الاداري تجميعا وحصرا في يد الهيئات الادارية (السلطة التنفيذية) الموجودة في العاصمة السياسية للدولة ، لمزيد من المعلومات ، راجع عمار بوضياف ، التنظيم الاداري في الجزائر – بين النظرية والتطبيق ، الجزائر : جسور للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 13 وما بعدها ، وتقوم السلطة في هذا النظام بالسيطرة على جميع الوظائف الادارية من توجيه وتخطيط ورقابة ، وتتشكل الادارة في شكل هرم واسع القاعدة ويأخذ بالانحصار صعودا مما يجعل من أعضائه رؤساء ومرؤوسين، في درجات يعلو بعضها بعضا في سلم إداري منتظم ، للمزيد من المعلومات راجع علاء الدين عشي، مدخل القانون الاداري ، طبعة جديدة مزيدة ومنقحة ، الجزائر ، عين مليلة : دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2012 ،ص46.

أ - دور وزارة التجارة والمصالح التابعة لها : تعود حماية المستهلك بالدرجة الأولى إلى وزارة التجارة والمصالح التابعة لها ، خاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي وتشجيع الاستثمار ،وتتمثل هذه الحماية في :

1 - دور وزير التجارة: حددت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 02 – 453[1] يحدد صلاحيات وزير التجارة حيث لهذا الأخير عدة مهام من بينها:

- يكلف الوزير باقتراح كل اجراء من شأنه تعزيز قواعد المنافسة ، وشروط منافسة سلمية ونزيهة في سوق السلع أو الخدمات.

- يتخذ الوزير الإجراءات المناسبة في حالة كشف لممارسات عين الشرعية حيث يساهم في منع الإشهار التضليلي.

- يكلف وزير التجارة باقتراح كل الإجراءات المتعلقة بشروط وكيفيات انشاء واقامة ممارسة النشاطات التجارية والسهر على تنفيذها [2].

- يكلف وزير التجارة في مجال جودة السعار والخدمات وحماية المستهلك باقتراح كل الاجراءات المناسبة في اطار وضع نظام للعلامات وحماية العلامة التجارية[3] .

- يتخذ وزير التجارة جميع الاجراءات اللازمة لحد من انتشار الإشهار التضليلي ، الذي يؤثر على رضا المستهلك من جانب، يمس بمبدأ المنافسة الحرة من جانب أخر ، بموجب الصلاحيات الممنوحة له في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بتنظيم وتوجبه ووضع حيز التنفيذ المراقبة ، ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية، والممارسات المضادة للمنافسة، والغش المرتبط بالجودة والتقليد[4].

2- دور الهيئات الإدارية التابعة لوزارة التجارة: تنقسم وزارة التجارة إلى سبعة مديريات بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14 – 18 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة.[5]

ونذكر في ما يهم موضوعنا :

---

[1] راجع المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 22 ديسمبر 2002 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر العدد 58.

[2] راجع المادة 04، المرسوم التنفيذي رقم 02-453.

[3] راجع المادة 05 ف3، المرسوم التنفيذي رقم 02-453.

[4] راجع المادة 06 ، المرسوم التنفيذي رقم 02-453.

[5] راجع المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 18 جانفي 2014 ، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر العدد 04 ، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02- 454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ، ج ر عدد 85 .

ـ المديرية العامة لضبط النشطات وتنظيمها : أُنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02 ــ 454 السالف نذكر بعض مهامها وهي كالآتي :

ـ اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي، الرامية إلى تطوير قواعد وشروط المنافسة السليمة والنزيهة.

ـ المشاركة في تحديد السياسة الوطنية وكذا التنظيمات النوعية المتعلقة بجودة السلع أو الخدمات و بحماية المستهلكين.

ـ المبادرة بكل الدراسات و اقتراح كل التدابير ذات الصلة بتحسين شروط تنظيم الأنشطة التجارية[1].

ينطوي تحت هذه المديرية أربعة مديريات أهمها : مديرية الجودة للاستهلاك ، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهنية المقننة ، حيث تتكفل مديرية الجودة للاستهلاك باقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بترقية وجودة وحماية المستهلك والمشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالمواصفات في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن ، وكذا حماية العلامات والتسميات الأصلية وغيرها وبالتالي تساهم هذه المديرية في حماية المستهلك من كل اشهار من شأنه التضليل[2] .

تضم بدورها هذه المديرية أربعة مديريات فرعية أهمها، مديرية الفرعية للترفيه الجودة وحماية المستهلك التي تتكفل بالمبادرة بالبرامج والأعمال الإعلانية والتحسيسة والوقائية، في مجال الجودة وحماية المستهلك وتشجيع على انشاء جمعيات حماية المستهلكين والمشاركة في تنشيط أعمالها[3].

ـ المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش : تعتبر إحدى الهياكل الجديدة التي تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02- 454 السالف الذكر، حيث خُول لها تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة والغش، ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة التجارية غير المشروعة وغيرها ، وكل هذه المهام من شأنها تفعيل المراقبة على ممارسات التجارية لحماية المستهلكين خاصة من الاشهار التضليلي.

و حتى تتمكن هذه المديرية من قيام بمهامها ، تعتمد على أربعة مديريات فرعية، وفيما يخص موضوعنا هذا، نشير إلى مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة ومديرية التعاون

[1] راجع المادة 03 ، المرسوم التنفيذي رقم 02-453.
[2] راجع المادة 04 ف2 ، المرسوم التنفيذي رقم 14-18.
[3] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 170.

والتحقيقات الخصوصية ، حيث تختص الأولى حسب ما ورد في نص المادة (04) من المرسوم التنفيذي رقم 02 – 457 السالف الذكر بصلاحيات من شأنها تعزيز حماية المستهلك من الممارسات التي تضر بمصالحه ،خاصة في ظل انتشار الإشهار التضليلي حيث اعتبره المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04 - 02 المعدل والمتمم السالف الذكر من قبيل الممارسات التجارية الغير النزيهة[1].

كما تضم هذه المديرية مديريتين فرعيتن غير أن ما يهمنا منها: المديرية الفرعية لمراقبة الممارسة التجارية التي تكلف بتحديد برامج المراقبة وتوجيهها، وتقييم نتائج أعمال المراقبة المنجزة من طرف المصالح الخارجية، وكذا اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين نجاعة البرامج واجراءات المراقبة .

أما مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية فإنها تكلف بالمساهمة في تنظيم نشاطات الرقابة مع المصالح النظيرة التابعة للدوائر الوزارية الأخرى والهيئات المعنية وتنسقيها، وفحص ملفات المنازعات المتعلقة بالمخالفات في مجال الممارسات التجارية والجودة وقمع الغش ومعالجتها، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، وبهذا تساهم في الحد من انتشار الإشهار التضليلي من خلال الرقابة التي تقوم بها ،وتستند هذه المديرية لأداء مهامها على ثلاث مديريات فرعية منها المديرية الفرعية للتحقيقات الخصوصية التي تكلف بإنجاز أو العمل على إنجاز تحقيقات خصوصية حول النشاطات التجارية التي بإمكانها أن تلحق ضررا بصحة المستهلكين و/أو بالسير الشفاف للسوق، وضمان تنسيق هذه التحقيقات ومتابعتها[2].

ب - دور وزارة الاتصال والمصالح التابعة لها : تتكفل وزارة الاتصال باتخاذ اجراءات مناسبة لتطوير الاتصال من طرف وزير الاتصال والهيئات التابعة لها.

1- دور وزير الاتصال: تحدد المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم11 - 216[3] مهام وزير الاتصال في اطار مراقبة الإشهار منها ما يلي :

[1] راجع المادة 28 ، القانون رقم 04-02.
[2] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ص 178.
[3] راجع المرسوم التنفيذي رقم 11-216 المؤرخ في 12 جويلية 2011 م المتعلق بصلاحيات وزير الاتصال، ج ر العدد 3.

ـ يقوم بتشجيع وتطوير وسائل الإشهار بما فيها تلك المتصلة بالوسائل الإلكترونية، ويعمل على تفادي التأثير المالي والسياسي أو الإيديولوجي على وسائط الإشهار واقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالقطاع ومنها النشاط ألإشهاري[1].

ـ يبادر الوزير بوضع نظام لتقييم ومراقبة الأنشطة التابعة لمجال اختصاصه، ويتولى تحديد أهدافها ووسائلها وتنظيمها [2].

2ـ دور الهيئات التابعة لوزارة الاتصال : خول المشرع الجزائري لوزارة الاتصال بموجب المرسوم التنفيذي رقم11 ـ 217 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال [3] إنشاء مديرية فرعية لنشاطات الإشهار والاستشارة ، وتكلف بما يلي :

ـ دراسة طلبات الاعتماد لممارسة الأنشطة المقننة.

ـ جمع وتحليل المعطيات المتعلقة بالإشهار في الصحافة المكتوبة ، الورقية والإلكترونية.

ـ إعداد احصاءات حول سوق الإشهار في الجزائر بصفة منتظمة ، وتنظيم العلاقات مع هيئات

الضبط والمنظمات المهنية.

يساهم بهذا المشرع الجزائري في تنظيم الإشهار في السوق الوطنية ، فجميع النشطات المتعلقة بالإشهار تخضع لرقابة هذه المديرية ، من أجل وضع حد للتجاوزات من جهة، وحماية المستهلك من الإشهارات التضليلية التي تمس بمصالحه من جهة أخرى[4].

ثانيا ـ دور الهيئات اللامركزية[5] في الحماية من الاشهار التضليلي :تتدخل الدولة عن طريق الهيئات اللامركزية لحماية المستهلك ، ومن بين هذه الهيئات المصالح الخارجية لوزارة التجارة ، وكذا الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.

[1] راجع المادة 04 ، المرسوم التنفيذي رقم11-216.
[2] راجع المادة 04 ، المرسوم التنفيذي رقم11-216.
[3] راجع المرسوم التنفيذي رقم 11-217 المؤرخ في 12 جويلية 2011 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال ، ج ر العدد 3 .
[4] أنظر سارة عزوز ،المرجع السابق ، ص 172.
[5] تعرف اللامركزية la décentralisation ، بأنها طريقة من طرق التنظيم الإداري داخل الدولة الموحدة ،تتضمن توزيع السلطة الادارية بين الأجهزة المركزية وبين هيئات محلية منتخبة، تباشر اختصاصها في هذا المجال لتأمين الحاجيات المحلية تحت رقابة السلطة المركزية ، للمزيد من المعلومات ، راجع ناصر لباد ،الوجيز في القانون الاداري Précis De Droit Administratif، الطبعة الرابعة ، الجزائر ، سطيف : دار المجدد للنشر والتوزيع ، 2010، ص 91.

أ - دور المصالح الخارجية لوزارة التجارة: تم تنظيم هذه المصالح بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-09[1] ، حيث نصت المادة ثانية منه على هذه المصالح التي تُنظم على شكل المديريات الولائية للتجارة و المديريات الجهوية للتجارة.

1- دور المديريات الولائية للتجارة: تكلف بتنفيذ السياسات المقررة في ميادين التجارة الخارجية و الجودة المنافسة و حماية المستهلك و تنظيم نشاطات تجارية و المهن المقننة والرقابة الاقتصادية و قمع الغش ومن أهم مهامها :

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم في مجال الممارسات التجارية وقمع الغش من أجل حماية المستهلك من الإشهار التضليلي الذي يغزو الأسواق التجارية [2].

- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.

- إقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي بشأن ممارسة وتنظيم المهن المقننة، وتحسين ظروف إنشاء وإقامة النشاطات التجارية والمهنية التي يعتبر الإشهار من ضمنها.

- وضع في حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، واقتراح كل التدابير التي من شأنها تطوير ودعم هذه الرقابة، و التكفل بمتابعة المنازعات المرتبطة بنشاطاتها.

تمارس المديرية الولائية للتجارة مهامها عن طريق مصالحها الخمس المتمثلة في مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، ومصلحة الإدارة والوسائل، ومصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمنافسة، فهذه الأخيرة لها دور كبير في حماية المستهلك من الإشهار التضليلي[3] ، وكل مصلحة تضم ثلاث مكاتب، كما يمكن أن تزود هذه المديريات حسب الحاجة بمفتشات إقليمية للتجارة، وأخرى بمراقبة الجودة وقمع الغش [4].

2- دور المديريات الجهوية للتجارة :هي من المصالح الخارجية لوزارة التجارة[5] ، تقوم باتصال مع هيئات مركزية و مصالح الخارجية التابعة لقطاع التجارة بمهام تنشيط و تأطير وتنسيق و تقييم نشاطات

[1] راجع المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جانفي 2011 ، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر العدد 04.
[2] راجع المادة 3، المرسوم التنفيذي رقم 11- 09.
[3] راجع المادة 5، المرسوم التنفيذي رقم 11-09.
[4] راجع المادة 8، المرسوم التنفيذي رقم 11-09.
[5] راجع المادة 11، المرسوم التنفيذي رقم 11- 09.

المديرية الولائية للتجارة ، وكذا اعداد برامج الرقابة والسهر على تنفذيها ، وكذا اجراء تحقيقات المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك[1].

وأخير لوزارة التجارة بمختلف مصالحها المركزية واللامركزية دور كبير وأساسي في حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، عن طريق التطبيق الفعلي للصلاحيات الممنوحة لها لحماية المستهلك من الإشهارات التضليلية التي تمس مصالحه.

ب - دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي: خول المشرع الجزائري لكل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحيات لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

1- دور الوالي : يعتبر الوالي ممثل للدولة فهو مسؤول عن محافظة على النظام و الأمن والسكينة و السلامة العمومية [2] ، بما في ذلك حماية المستهلك وهذا عن طريق تطبيق السياسات الوطنية في مجال قمع الغش و حماية الجودة.

يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الاحتياطات اللازمة والضرورية للحفاظ على الصحة والنظافة العمومية ،وكذا ضمان جودة منتوجات المواد المستهلكة ، فهو المسؤول عن تطبيق سياسة الوطنية في مجال تطوير النوعي وحماية المستهلك وهذا باتباع توجيهات وزير التجارة ، فهو يساهم في حماية من الإشهار التضليلي بطريقة غير مباشرة[3].

يتولى الوالي في مجال الاشهار تنفيذ قرارات وزارتي التجارة والاتصال ، باعتبارهم المختصين في حماية المستهلك من الإشهار التضليلي ، واتخاذه جميع الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك من جراء الإشهار التضليلي ، كغلق المحل التجاري الذي يعرض السلع أو الخدمات التي من شأنها تضليل المستهلك لمدة ستون (60) يوما[4].

يمكن للوالي المختص إقليميا، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قرارتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددانها [5].

[1] راجع المادة 10، المرسوم التنفيذي رقم 11- 09.
[2] راجع المادة 114، القانون رقم 12- 07 المؤرخ في 21 فيفري 2012، المتعلق بالولاية، ج ر العدد 12.
[3] أنظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 185.
[4] راجع المادة 46، القانون 04-02.
[5] راجع المادة 46، القانون 04-02.

2- دور رئيس المجلس الشعبي البلدي : يمارس رئيس المجلس الشعبي وظائفه في مجال واسع ، حيث منح له المشرع الجزائري صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر التي تحيط بالسلع أو الخدمات المعروضة[1] ، كما يسهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع ، وعلى مراقبة نوعية السلع أو الخدمات ومكان تصنيعيها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية واتخاذ القرارات واحالة المخالفين للعدالة[2].

الفرع الثاني : دور سلطات الضبط المستقلة في الحماية من الاشهار التضليلي

يعتبر مفهوم سلطات الضبط المستقلة مفهوم حديث في القانون الجزائري ، حيث أنه نتيجة لتغيير وظيفة الدولة من المتدخلة إلى الدولة الضابطة، أنشأت هيئات جديدة تعرف بسلطات الضبط المستقلة أو بمصطلح السلطات الإدارية المستقلة تستعملها الدولة بدلا من الهيئات الإدارية التقليدية ،لأداء المهام المتعلقة بضبط النشاطات الاقتصادية والمالية [3].

وتُعرف سلطات الضبط على أنها:" هيئات وطنية لا تخضع للسلطة الرئاسية ولا للوصاية الإدارية، إذ تتمتع بالاستقلالية عضوية ووظيفة، سواء عن السلطة التنفيذية أو السلطة التشريعية، غير أنها تخضع للرقابة القضائية." ، فهي سلطات تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ،إذ أن استقلاليتها تضمن الحياد طالما أن الدولة تتدخل في المجال الاقتصادي كعون فقط، كما تستعملها الدولة بدلا من الهيئات التقليدية للقيام بالمهام الجديدة التي توجه ضبط مجموعة الأنشطة الاقتصادية والمالية المفتوحة على المنافسة.

تعد هذه السلطات سلطات إدارية ضابطة، أي أنها تقوم بضبط مختلف الأنشطة مهما كان طابعها وعليه عمل المشرع الجزائري على إيجاد آلية جديدة تعمل على حماية المستهلك بصفة عامة، وبهذا تساهم في الحد من المخالفات التي تؤثر على مصالحه ومن بينها الإشهار التضليلي.

تتدخل سلطتي الضبط في مجال الإعلام لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي ، فقد خول لها المشرع الجزائري الرقابة على الإشهارات ، باعتبار أن الإشهار يُعد وسيلة للتعريف بالسلع أو الخدمات

[1] راجع المادة 88 ، القانون رقم 11 - 10 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بالبلدية، ج ر العدد 37 .
[2] أنظر سارة عزوز، المرجع السابق ، ص 185.
[3] راجع ناصر لباد ، السلطات الإدارية المستقلة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، الجزائر ، المجلد 11 ، العدد 21 ، 2001، ص 07.

للمستهلكين وحثهم على اقتنائها والتعاقد عليها ، كما تتمتع بسلطات عقابية واسعة، تكمن في: الانذارات والإعذارات ، وتوقيع الجزاءات[1] .

تتجسد سلطات الضبط المستقلة المكلفة بحماية المستهلك من الإشهار التضليلي في سلطة ضبط الصحافة المكتوبة أولا وسلطة السمعي البصري في مجال الإعلان ثانيا.

أولا- دور سلطة ضبط الصحافة المكتوبة : يكمن دورها في الرقابة على الاشهارات ، حيث تقوم بالسهر على احترام المقاييس في مجال الإشهار ومراقبة هدفه ومضمونه[2] ، وفي حالة ما إذا وجد تضليل في اشهار، سواء في الصحافة المكتوبة أو إلكترونية ، تتخذ سلطة الصحافة المكتوبة الاجراءات اللازمة المتمثلة في توجيه الملاحظات ، والتوصيات المنصوص عليها والمكتوبة للجهاز الإعلامي السمعي مع تحديد آجال وشروط التكفل بها[3] ، مع ضرورة نشر هذه التوصيات والملاحظات ، وفي حالة الاخلال بالالتزامات المنصوص عليها في القانون العضوي رقم 12 – 05 ، وتوجه توصيات لجهاز الإعلام وتدفع تقرير سنويا إلى رئيس الجمهورية والبرلمان[4]، يدون فيه كل التجاوزات المتعلقة بالإشهار، وتتخذ هذه الهيئات الاجراءات اللازمة لردع الإشهار التضليلي.

ثانيا – دور سلطة ضبط السمعي البصري : خول لها المشرع الجزائري صلاحيات تتجسد في مجال الضبط ، بتحديد الشرط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الاشهار المقنع، أو بث حصص اقتناء عبر التليفزيون ، وتمارس الرقابة بكل الوسائل المناسبة على موضوع ومضمون وكيفيات برمجة الحصص الإشهارية، وتسهر على احترام المبادئ والقواعد المطبقة على النشاط السمعي البصري، وكذا تطبيق دفاتر الشروط على هذه الرقابة، بالإضافة إلى صلاحياتها الاستشارية[5].

المطلب الثاني : دور جمعيات حماية المستهلك في الحماية من الإشهار التضليلي

أنتج المجتمع المدني هيئات تطوعية غير حكومية من بينها جمعيات حماية المستهلك، التي تهدف إلى حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه باعتباره أحد مكونات النظام الاقتصادي.

يخضع انشاء جمعيات حماية المستهلك للقانون رقم 12 – 06 المتعلق بالجمعيات[6] ، إلا أن المشرع الجزائري قد عرف جمعيات حماية المستهلك في مادة (21) من القانون رقم 09 - 03 السالف

[1] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 192.
[2] راجع المادة 40 ف 9 ، القانون العضوي رقم 12- 05 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام ، ج ر العدد 02.
[3] راجع المادة 42، القانون العضوي رقم12-05.
[4] راجع المادة 43، القانون العضوي رقم12-05.
[5] راجع المادة 55، القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج ر العدد 16.
[6] راجع القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات ، ج ر العدد 02.

الذكر على أنها "كل جمعية منشأ طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله" ، ومن بين أهدافها حماية المستهلك وتوعيته وتحسيسه وكذا تمثيله ، كما أضفى المشرع على جمعيات حماية المستهلك تمتعها بالشخصية المعنوية، والأهلية المدنية بمجرد تأسسها[1] .

تعمل جمعيات حماية المستهلك لحماية هذا الأخير من الإشهار التضليلي، وبذلك تسعى جاهدة للقيام بدور وقائي (فرع أول) ، وبدور دفاعي (فرع ثاني).

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

تلجأ الجمعيات للإجراء الوقائي قبل تعرض أمن وسلامة المستهلك من قبل أعوان اقتصاديين عن طريق ممارستهم التجارية الغير النزيهة بما فيها الإشهار التضليلي ، حيث خول لها المشرع الجزائري الحق في تحسيس و توعية المستهلك (أولا) و كذا إعلامه بكافة وسائل الإعلام (ثانيا).

أولا - الدور التحسيسي والتوجيهي لجمعيات حماية المستهلك : يتمثل في تحسيس وتوعية المستهلك من مخاطر الناتجة عن استهلاك مما تتطابق مواصفات ومقاييس محددة قانونا ، وتوجيه المستهلك إلى مختلف الأنماط السلوكية التي يتخذ منها العون الاقتصادي للتلاعب بمصلحته من الإشهار التضليلي وإرشاد المستهلك لسبل الوقاية وتوجيهه وتعريفه بمختلف الهيئات الساهرة على ضمان أمنه الاستهلاكي و الجهات التي يرجع لها في حالة الاعتداء على حقوقه من قبل العون الاقتصادي ، وعند وجود تضليل تتدخل الجمعية بكل الوسائل لتوعية المستهلك وإخطار الجهات المعنية[2] .

تعمل الجمعيات على ممارسة رقابة غير مباشرة على المنتوج المعروض للاستهلاك والمنتجين ومتابعة الأسواق ومراقبة مدى احترام اجراءات اشهار الأسعار و كذا مطابقة السلع للجودة[3].

ثانيا - الدور الإعلامي لجمعيات حماية المستهلك : يقصد به الإعلام الذي تمارسه هذه الجمعيات بهدف تمكين المستهلك من معرفة جميع المعلومات المتعلقة بالسلع أو الخدمات، وتعريفه بحقوقه وواجباته ، وبالتالي تعتمد جمعيات حماية المستهلك على مختلف وسائل الإعلام كما قد تكون مصدرا إعلاميا ، أو قيام بإجراءات واقعية.

أ - وسائل الإعلام : تعتمد جمعيات حماية المستهلك على مختلف وسائل الإعلام من أجل تزويد المستهلك بالمعلومات والمعارف سواء كانت وسائل مكتوبة أو مرئية أو مسموعة ، أو عن طريق

[1] راجع المادة 17، القانون رقم 12 -06.
[2] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 205.
[3] المرجع ذاته ص 209.

اصدار نشريات أو مجلات متخصصة[1] ، بهدف رفع درجة وعي المستهلك وتمكينه من الاختبار السليم للسلع أو الخدمات ، وتجنب الأساليب المضللة التي قد يلجأ إليها العون الاقتصادي.

ب - الإجراءات الواقعية : تتخذها الجمعيات للضغط على العون الاقتصادي لأجل التوقف عن الممارسات التجارية غير النزيهة وتتمثل فيما يلي :

1- الإشهار المضاد : يقصد به نشر الانتقادات عن السلع أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس وسائل المستعملة في الإشهار، عن طريق النقد العام المتمثل في نقد بعض نماذج الإنتاج أو عن طريق النقد المباشر المتمثل في نقد المنتوج في حد ذاته بخطورته أو عدم فعالية.[2]

2- الدعوة للمقاطعة : تلجأ جمعيات حماية المستهلك لأسلوب المقاطعة أو الامتناع عن الشراء سواء كانت مقاطعة فردية التي تتم من طرف المستهلك كفرد ، أو مقاطعة جماعية التي تتم من قبل جماعة من المستهلكين بسبب خطورة السلع أو الخدمات.[3]

الفرع الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك

رفع الدعوى كأصل عام يكون من قبل صاحب الحق[4]، استثناء يمكن لشخص أو هيئة غير صاحبة الحق المعتدي عليه رفع دعوى أمام القضاء، وذلك لوجود رابطة بين صاحب المدعي ومصالحه الخاصة.[5]

اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك الدفاع عن المصالح الجماعية والفردية للمستهلك ، من أجل إصلاح الضرر الذي لحق بالمستهلكين ، أما في حالة الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين أولا أو الانضمام للدعاوى المرفوعة سابقا ثانيا أو الدفاع عن المصالح الفردية للمستهلكين ثالثا.

---

[1] راجع المادة 24 ف 2 ، القانون رقم 12-06 .

[2]، أنظر أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية ، د ا رسة مقارنة، بدون رقم الطبعة ، الإسكندرية ، مصر: دار الجامعة الجديدة، ، 2005 ، ص 512.

[3] أنظر محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، بدون رقم الطبعة ، القاهرة، مصر : دار الكتاب الحديث، 2006 ، ص 114 .

[4] راجع المادة 03 ، القانون 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية ، ج ر العدد 21.

[5] راجع المادة 13 ، القانون 08-09 ، وللمزيد من المعلومات ، راجع عبد السلام ديب ، قانون الاجراءات المدنية والادارية الجديد ، الطبعة الثانية منقحة ، الجزائر : موسم للنشر ، 2011 ، ص 61 وما بعدها .

أولا- الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين : يتضح ذلك من خلال المادة (23) من القانون رقم 09 ـ 03 السالف الذكر، أن المشرع الجزائري منح الحق لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين بشرط**:**

أ ـ أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي ، وبذلك يكون التصرف الذي أقدم عليه العون الاقتصادي أو المعلن معاقبا عليه جنائيا ، أي يشكل الإشهار التضليلي جريمة يعاقب عليها القانون ، كمثال نص المادة (68) من القانون رقم09- 03 السالف الذكر التي نصت على محل التضليل والمعاقب عليه وفقا للمادة (429) من قانون العقوبات الجزائري .

ب ـ أن يكون الضرر قد مس المصالح المشتركة للمستهلكين، حيث لم يحدد المشرع الجزائري نوع الضرر الذي يمس المصالح المشتركة للمستهلكين، إلا أنه على جمعيات حماية المستهلك أن تثبت أن هناك ضررا قد لحق بالمصلحة الجماعية ومستقلا ومتميزا عن الضرر الفردي[1].

يحق للجمعيات متى تحقق هذين الشرطين ، طلب تعويض عن الأضرار التي لحقت بالمصالح المشتركة للمستهلكين من الأضرار الإشهار التضليلي ، ويكون التعويض باسم الجمعية ولحسابها كما يمكنها طلب وقف الاشهار التضليلي**.**

ثانيا ـ الانضمام للدعاوى المرفوعة سابقا : بالرجوع للمادة (65) من القانون رقم 04ـ02 المعدل والمتمم السالف الذكر ، نجد أن المشرع الجزائري لم يحدد الدعوى التي من خلالها يمكن لجمعيات حماية المستهلك التدخل فيها ، وبالتالي يمكن للجمعيات رفع أي دعوى بما في ذلك تلك المتعلقة بالانضمام للدعاوى المرفوعة سابقا من قبل المستهلك[2] ، و بالرجوع للقواعد العامة يمكن لهذه الجمعيات التدخل في الدعوى استنادا لأحكام القانون رقم 08 ـ09 [3] ، وعليه يمكن لجمعيات حماية المستهلك متى كان لها مصلحة للحفاظ على حقوق المستهلك التدخل أو الانضمام إلى الدعوى ، سواء لتأييد إدعاءاته أو إضافة طلبات إضافية**.**

ثالثا ـالدفاع عن المصالح الفردية للمستهلكين : خول المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك الدفاع عن المصالح الفردية للمستهلكين بشرطين هما :

1- أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي.

[1] راجع المادة 23، القانون رقم 09- 03.
[2] راجع المادة 65، القانون رقم 04-02.
[3] راجع المادة 198، القانون رقم 08-09.

2- أن يكون الضرر الذي لحق بالمستهلكين سببه نفس العون الاقتصادي[1].

يحق لجمعيات حماية المستهلك الدفاع عن مصالح الفردية لمجموع المستهلكين متى توفر الشرطين ، وذلك بتجميع المصالح الفردية في دعوى واحدة لتمثيل المستهلكين المعينين باسمهم ولحسابهم ، وإذا صدر الحكم لصالحها يستفيد المستهلكين من مبلغ التعويض، وفي حالة العكس يفقدون حقهم في رفع دعواهم بصفة فردية أمام قضاء [2].

[1] راجع المادة23، القانون رقم 09 -03.
[2] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 222.

المبحث الثاني: الحماية القضائية من الإشهار التضليلي

يهدف الإشهار إلى إعلام المستهلك بمعلومات حول السلع والخدمات وحثه على اقتنائها ، إلا أنه غالبا ما تكون هذه الرسالة اشهارية تضليلية تعيب رضى المستهلك وحرية اختياره ، لذلك كان لابد من تدخل المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي وهذا بإقراره للحماية القضائية.

سنتطرق في هذا المبحث لصور الحماية القضائية المتمثلة في الحماية المدنية المطلب الأول و الحماية الجزائية مطلب ثاني.

المطلب الأول : الحماية المدنية من الاشهار التضليلي

تتنوع صور حماية المدنية التي يكمن أعمالها في مواجهة الاشهار التضليلي ، وصفة المتضرر هي التي تحدد طبيعة الدعوى التي ترفع بسبب التضليل ، حيث يحق للمستهلك التمسك بأكثر من صورة من صور الحماية المدنية ،وللمؤسسة التجارية الفردية أو الجماعية المتضررة من الاشهار التضليلي رفع دعوى المنافسة غير المشروعة[1] ، وعليه توجد حماية المدنية للمستهلك فرع أول ، وحماية مدنية للتاجر من الاشهار التضليلي فرع ثاني .

الفرع الأول : الحماية المدنية للمستهلك من الاشهار التضليلي

فرض القانون المدني جزاءات في حالة ما إذا كان الإشهار مضللا ، فالمتضرر من الاشهار التضليلي يكون بصدد عقد وفقا للقواعد العامة ، وله الحق في إلزام المعلن بتنفيذ التزاماته الواردة في الإشهار، أو اعادة الحال إلى ما كان عليه قبل التعاقد ، أو الحكم بالتعويض أو كليهما إذا كان ممكنا .

تتجسد الحماية المدنية في كل من دعوى التنفيذ العيني أولا ، ودعوى إبطال العقد ثانيا ودعوى التعويض ثالثا.

أولا – دعوى التنفيذ العيني : يحق للمستهلك المتضرر من الاشهار التضليلي أن يرفع دعوى التنفيذ العيني ، حيث تنص القاعدة القانونية على أنه لا يجوز العدول عن التنفيذ العيني إذا كان ممكنا إلا بتراضي كل من المدين والدائن صراحة أو ضمنا على التنفيذ بطريقة التعويض[2].

أ ـ الأساس القانوني للمطالبة بالتنفيذ العيني : يستطيع المتضرر أن يرفع دعوى التنفيذ العيني على المعلن مطالبا إياه بتسليم الشيء أو الخدمة مطابقا لما تضمنه الإشهار وذلك بمقتضى القواعد العامة

[1] أنظر بتول عبادي صراوة، المرجع السابق ، ص 149.
[2] أنظر جميلة دوار ، أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري، الطبعة الأولى ، الجزائر : دار قرطبة للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 19.

وعليه فإن الأصل في التنفيذ يتم عينيا لأن هدف المستهلك هو الحصول على عين ما تعاقد عليه[1] ، وقد يرفض المعلن (المدين) تنفيذ التزاماته ، ويجوز في هذه الحالة للمستهلك (الدائن) أن يحصل على السلعة من النوع ذاته والمواصفات التي وردت في العقد وعلى نفقة المعلن (المدين) بعد استئذان القاضي ، كما يجوز المطالبة بقيمة السلعة من غير الإخلال بحقه في المطالبة بالتعويض [2].

يلجأ المستهلك في حالة ما إذا تعلق الأمر بالخدمة ، ولم تكن شخصية المعلن محل اعتبار فيمكن أن يلجأ لمعلن آخر لأداء الخدمة بالمواصفات المُعلن عنها ، وعلى نفقة المعلن (المدين) بعد حصوله على ترخيص من القاضي ، وفي حالة ما إذا كانت شخصية المعلن محل اعتبار في أداء خدمة محل الإشهار، يجوز للمستهلك (الدائن) رفض أدائها من غير صاحب الإشهار[3]، فإذا أصر المعلن (المدين) على عدم التنفيذ يلجأ إلى التنفيذ بمقابل عن طريق التعويض[4].

ب ـ شروط التنفيذ العيني: تتمثل شروط التنفيذ العيني فيما يلي :

1- أن يكون التنفيذ العيني ممكنا ،فلا يمكن تصور المطالبة بما يستحيل تنفيذه ، وترجع استحالة التنفيذ الى فعل المدين أو الى سبب أجنبي [5] .

2- ألا يكون التنفيذ العيني مرهقا للمدين ، لأن إجبار المدين على القيام بالتنفيذ قد يلحق به ضررا فادحا لا يتناسب مع ما سيلحق الدائن من ضرر نتيجة عدم التنفيذ، لذا يجب إقامة التوازن بين مصالح الدائن ومصالح المدين [6].

3- إعذار المدين، ويكون بإشعار هذا الأخير بوجوب تنفيذ التزامه عينيا ، عن طريق الانذار الذي يتولاه المحضر القضائي ، أو ما يقوم مقام الانذار كالتنبيه بالوفاء ،أو التكليف بالحضور[7] .

منح المشرع الجزائري للمستهلك المتضرر حق استبدال المنتوج أو استرجاع ثمنه ، أو تصليح أو تعديل الخدمة على نفقة العون الاقتصادي ، وهذا من أجل تنفيذ الالتزام الذي يقع على عاتق العون اقتصادي [8] وهذا ما أكدته المادة (12) من المرسوم التنفيذي رقم 13 ـ 327 السالف الذكر ، حيث نصت على وجوب تنفيذ الالتزام ، منصوص عليه في مادة (13) من القانون رقم 09 ـ 03 السالف

[1] راجع المادة 165 ، الأمر رقم75-58 .
[2] راجع المادة 166 ف 2، الأمر رقم 75 -58.
[3] راجع المادة 170، الأمر رقم 75 -58.
[4] راجع المادة 174، الأمر رقم 75 -58.
[5] أنظر جميلة دوار، المرجع السابق، ص 19.
[6] المرجع ذاته، ص 21.
[7] راجع المادة 180، الأمر رقم 75 -58.
[8] راجع المادة 12، المرسوم التنفيذي رقم 13 – 327.

الذكر زيادة على استبدال المنتوج أو رده في حالة العطب المتكرر، وعليه يمكن للمستهلك المتضرر من الإشهار التضليلي المطالبة بتصليح المنتوج أو استبداله أو رد ثمنه ، وذلك لجبر الضرر[1].

فالهدف من إقرار المشرع حق المستهلك في تنفيذ هذا الالتزام ، هو اجبار العون الاقتصادي على مراعاة حسن النية في المعاملات الاستهلاكية وتنفيذ العقد ، بتسليم الشيء المطابق للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد من أجله.

ثانيا - دعوى ابطال العقد : يكون إبطال العقد بوجود سبب في تكوين العقد أو انشائه ،وليس في التنفيذ وفي حالة عدم وجود نصوص قانونية تقرر امكانية المطالبة بإبطال العقد عند وجود تضليل ، نرجع للقواعد العامة ، من خلال التمسك بعيوب الرضا ، المتمثلة في عيب الغلط وعيب التدليس.

أ - ابطال العقد على أساس عيب الغلط [2]: يجب أن يقع المتعاقد في غلط جوهري لإبطال العقد[3] ، حيث يحق للمستهلك الذي يقع في غلط جوهري ، المطالبة بإبطال العقد بشرط :

1- أن يكون الغلط جوهري أو يبلغ حدا من الجسامة، فلو اكتشف لامتنع المستهلك عن ابرام العقد. [4]

2- أن يكون الغلط الذي ينصب على عنصر من العناصر مذكورة في مادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13 – 375 السالف الذكر يعتبر غلطا جوهريا ، حيث أخذ المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك من الإشهار التضليلي بالمعيار الموضوعي بدل المعيار الشخصي الذي أخذ به القانون المدني[5].

3- أن يكون الغلط متصلا بالمتعاقد الآخر، بمعنى أن يكون المعني بعلم بالغلط أو كان عليه من اتصل به تبنيه، حيث يجب على المستهلك الذي وقع في الغلط أن يثبت أن المتعاقد ألآخر (المعلن) كان مشتركا أو على علم بالغلط ، أو كان من السهل عليه تبينه وذلك لإبطال العقد ، ولكن يسقط حق المستهلك في طلب الابطال على أساس الغلط الذي يقع فيه نتيجة المعلومات الواردة في الإشهار في حالة ما اذا كان المعلن حسن النية[6].

---

[1] راجع المادة 13، القانون رقم 09 – 03 .

[2] الغلط L'erreur هو وهم يقوم في ذهن المتعاقد ، فيحمله على الاعتقاد بصحة أمر على خلاف الواقع ، فيدفعه الى التعاقد نتيجة لهذا التصور الخاطئ بخلاف الحقيقة ، للمزيد من المعلومات ،راجع بلحاج العربي ، النظرية العامة للالتزامات في القانون الجزائري ، الجزء الاول ، المصادر الارادية (العقد والارادة المنفردة) ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 2015 ، ص 308.

[3] راجع المادة 81، الأمر رقم 75 -58.

[4] راجع المادة 82، الأمر رقم 75 -58.

[5] راجع المادة 60، المرسوم التنفيذي رقم 13 -375.

[6] راجع المادة 85، الأمر رقم 75 -58.

ب - ابطال العقد على أساس عيب التدليس[1] : نص المشرع الجزائري على أحكام التدليس في المادتين 86 و87 من القانون المدني[2] ، ولحماية المستهلك من الإشهار التضليلي بناء على عيب التدليس يجب توفر هذا الأخير على العنصر المادي المتمثل في الطرق الاحتيالية [3]، والعنصر المعنوي وهو أ ن تؤدي هذه الطرق الاحتيالية لتضليل المتعاقد وفق شرطين :

1- أن يكون التدليس دافعا للتعاقد ، ويقصد بذلك أن تبلغ الطرق الاحتيالية حدًا من الجسامة يعتبر دافعا للتعاقد[4]، ويتمتع قاضي الموضوع في هذا الإطار بسلطة تقديرية للبث في مدى جسامة ما وقع من تدليس في كل حالة على حدى ، مسترشدا في ذلك بمعيار شخصي ، الذي يعتمد فيه على حالة كل متعاقد بحسب جنسه وخبرته وذكاء[5].

2- أن يتصل التدليس مع المتعاقد الآخر وهذا يتحقق إذا صدر التدليس عنه أو عن نائبه على اعتبار هذا الأخير يتصرف باسم ولحساب الأصيل طبقا للفقرة الأولى من نص المادة (86) من القانون المدني الجزائري ، أما إذا صدر التدليس من الغير، فإنه يشترط لتمسك المدلس عليه (المستهلك) بإبطال العقد أن يكون المتعاقد الآخر عالما بالتدليس أو كان من المفروض حتما العلم به، حماية لاستقرار المعاملات بين المعلن والمستهلك[6] .

ثالثا- طلب التعويض: يجوز للمستهلك المطالبة بالتعويض وفقا للقواعد العامة ، لجبر الضرر الناتج عن الإشهار التضليلي، في حالة عدم تحقيق الحماية الكافية للمستهلك بسبب قصور دعوى التنفيذ العيني ودعوى إبطال العقد، لعيب الغلط أو لعيب التدليس .

أ - فكرة المطالبة بالتعويض: يعمد المعلن من الإشهار التضليلي خداع المستهلك من خلال ابراز صفة أو أكثر في الخدمات محل الإشهار، غالبا ما تكون جوهرية للمستهلك وهي دافعة للتعاقد ، بينما يكون في

---

[1] التدليس Le dol وهو استخدام الوسائل الاحتيالية قصد تمويه الحقيقة وتضليل الطرف الآخر ، الأمر الذي يحمله على التعاقد ، اعتقادا أنه أخذ الشيء بقيمته ، أو بصفته الحقيقية ، مع أنه ليس كذلك ، أو هو استعمال الطرق الاحتيالية لخديعة المتعاقد الآخر بغرض دفعه للتعاقد. لمزيد من المعلومات راجع ، بلحاج العربي ، المرجع السابق ، ص 329.

[2] تجدر الاشارة في هذا الصدد أن المشرع الفرنسي بعد آخر تعديل ، نص على عيوب الرضا في المواد 1130-1144 حيث في 10 فبفري 2018 صدر في فرنسا المرسوم رقم2018- 131 يعدل قانون العقود والأحكام العامة للالتزامات والاثبات ، فقد جاء هذا المرسوم تتويجا لدعوات التعديل والتغيير والاصلاح ،واشتمل على العديد من مظاهر التجدد والتحديث التي طالت الكثير من المفاهيم التقليدية ، فقد اعتبر بمثابة ثورة في مجال قانون العقود والالتزامات الفرنسي ، للمزيد من المعلومات راجع ، محمد حسن قاسم، قانون العقود الفرنسي الجديد باللغة العربية ، المواد 1100 الى 7-1231 من القانون المدني الفرنسي ، بيروت لبنان : منشورات الجلبي الحقوقية ،2018.

[3] يتمثل العنصر المادي في الوسائل المختلفة التي تستعمل في تضليل المتعاقد ودفعه لإبرام العقد، ولا تقتصر على الحيل المختلفة والكذب بل تشمل كذلك بعض حالات السكوت العمدي أي الكتمان ، لمزيدا من لمعلومات راجع علي فلالي ، الالتزامات - النظرية العامة للعقد ، الطبعة الثالثة ، الجزائر: موفم للنشر ، 2013، ص 191 وما بعدها.

[4] راجع المادة 86 ف 1، الأمر رقم 75 – 58.

[5] أنظر بلحاج العربي ، المرجع السابق ، ص 353.

[6] راجع المادة 87، الأمر رقم 75 – 58.

الواقع خلاف ذلك ، ويترتب على هذا الاختلاف إلحاق الضرر بالمستهلك وقيام المسؤولية المدنية من وقت توافر أركان المسؤولية ، وقد تكون مسؤولية عقدية اذا كان هناك عقد بين المعلن والمستهلك ، وقد تكون مسؤولية تقصيرية أذا انتفى هذا العقد.

ب - تقدير التعويض : يعود تقدير التعويض في الأصل للقاضي ، وهذا هو التعويض القضائي ، إلاّ أنه يمكن أن يتفق الطرفين على ذلك، وهذا هو تعويض الاتفاقي أو الشرط الجزائي[1] ، ويمكن أن يتدخل المشرع لتحديد مقدار التعويض[2] ، وسنوضحهم بإيجاز :

1- التقدير القانوني : نص المشرع الجزائري على حق الدائن في الحصول على تعويض عن الضرر اللاحق به جراء تأخر المدين في الوفاء بالتزامه ، إذا كان محل الالتزام مبلغا من النقود ومعين المقدار وقت رفع الدعوى، لكنه أناط تقدير التعويض بالقاضي وفقا للقواعد العامة ولم يحدده مسبقا[3].

2- التقدير الاتفاقي : يحق لأطراف العقد (المعلن والمستهلك) أن يحددوا التعويض الذي يجب أداؤه عند الإخلال بالالتزام[4].

3- التقدير القضائي : يتولى القاضي تقدير التعويض طبقا لما ورد في نص المادة (182) من القانون المدني ، طبقا لما تقتضيه الظروف الملابسة [5] ، وهو كما يحدده القاضي مقدار التعويض في التنفيذ العيني في حالة رفض المعلن تنفيذ التزامه[6].

ج - طريقة التعويض : أُخذ بالمعنى الواسع للتعويض لتشمل كل من التعويض العيني والتعويض بمقابل، ومنح المشرع الجزائري للقاضي السلطة المطلقة في اختبار الطريقة الأكثر ملائمة لطبيعة الضرر[7].

1- التعويض العيني : هو أفضل طرق التعويض ، إذ يؤدي إلى اصلاح الضرر إصلاحا تاما ،وذلك بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه ، ويقع هذا كثيرا في الالتزامات العقدية والقاضي ملزم بالحكم بالتعويض

[1] أنظر محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزامات ، أحكام الالتزام ، دراسة مقارنة في القوانين العربية ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر ، عين ميلة : دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010 ، ص 59.

[2] راجع المادة 131، الأمر رقم 75-58.

[3] راجع المادة 186، الأمر رقم 75-58.

[4] راجع المادة 183، الأمر رقم 75-58.

[5] راجع المادة 131، الأمر رقم 75-58.

[6] راجع المادة 176، الأمر رقم 75-58.

[7] راجع المادة 132، الأمر رقم 75-58.

العيني إذا كان ممكنا وطلبه الدائن أو تقدم به المدين [1]، وعليه يستهدف التعويض العيني محو ما لحق المضرور(المستهلك) من ضرر متى كان ذلك ممكن[2] .

2- التعويض بمقابل : يحق للمتضرر(المستهلك) من الإشهار محل موضوعنا المطالبة بالتعويض بمقابل، وذلك في الحالات التي يصاب فيها هذا المتضرر(المستهلك) بضرر سواء كان ماديا أو معنويا نتيجة الإشهار التضليلي، فالضرر يتمثل في الخسارة المادية أو المعنوية التي تلحق بالمتضرر نتيجة التعدي الذي وقع فيه[3] ، و يستوي أن يكون التعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك بمقابل نقدي أو غير نقدي.

- **التعويض النقدي :** هو في حالة كل ضرر يمكن تقويمه بالنقود، ويحكم القاضي إما بدفعه دفعة واحدة إلى المضرور وإما بتقسيطه[4].
- **التعويض غير النقدي :** يلجأ إليه القاضي في بعض الحالات التي يتعذر فيها الحكم بالتعويض بمقابل نقدي ، كأن يأمر بوقف الإشهار التضليلي، أو نشر الحكم على نفقة المعلن[5].

الفرع الثاني : الحماية المدنية للتاجر من الإشهار التضليلي

يقوم البناء الاقتصادي والتجاري على حرية الانتاج وحرية المنافسة ، وتسعى المؤسسات التجارية والصناعية من التنافس جذب أكبر عدد من العملاء ، إلا أن حرية التجارة ليست مطلقة بل يرد عليها قيد جوهري يتمثل بأن لا يلجأ المنافس إلى وسائل منافسة غير مشروعة [6].

ترمي المنافسة إلى تحسين معيشة الفرد ، بشرط أن يلجأ العون الاقتصادي إلى استعمال وسائل مشروعة ونزيهة لتسويق منتجاته ، وفي حالة العكس أصبحنا أمام منافسة غير مشروعة ، و يتسبب المنافس في تشويه علامة عون اقتصادي آخر، مما يحق لهذا الأخير المتضرر رفع دعوى المنافسة غير المشروعة[7].

[1] أنظر محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص 62.
[2] أنظر عبد الرزاق أحمد السنهوري ، الوسيط في شرح قانون المدني، دون رقم الطبعة ، بيروت ، لبنان : دار احياء التراث العربي ، 1964 ، ص 816.
[3] أنظر علي فيلالي ، الالتزامات "الفعل المستحق للتعويض"، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : موفم للنشر ، 2007 ، ص 284.
[4] راجع المادة 132، الأمر رقم 75-58.
[5] راجع المادة 48، القانون رقم 04-02.
[6] أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص 149.
[7] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 149.

تعد حماية التجار من الإشهار الكاذب أو المضلل باستعمال دعوى المنافسة غير مشروعة، تجربة حديثة النشأة حتى بالنسبة للمشرع الفرنسي الذي بدأ الأخذ به ابتداء من 10 جانفي 1978 ، أما المشرع الجزائري فإنه نص عليها في قانون رقم 04 – 02 المطبق على الممارسات التجارية، وقبل هذا كانت تتم حماية التجار بمقتضى قواعد القانون الجنائي ، أي اعتبار الإشهار الكاذب أو التضليلي جريمة نصب أو احتيال[1].

سنتطرق لتعريف دعوى المنافسة غير المشروعة أولا وإلى المدعي في المنافسة غير مشروعة ثانيا و أخيرا القضاء المختص في النظر في دعوى المنافسة غير المشروعة ثالثا.

أولا :تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة: نص عليها المشرع في القانون رقم 04 -02 المعدل والمتمم السالف الذكر، وهي أهم أنماط الحماية القانونية للإشهار التضليل ، و يمكن تأسيسها على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية من القانون المدني[2] ، لذا يجب توافر شروط قيامها لتطبيق القواعد العامة.

أ - الخطأ : يلزم القيام دعوى المنافسة غير المشروعة وقوع خطأ من قبل العون الاقتصادي أو تاجر منافس له يمارس نفس النشاط أو نشاط مشابه له ، ومن صور الخطأ تلك الأعمال التي تخالف العادات والأعراف التجارية النزيهة ، وهي مجموعة من القواعد والسلوكيات التي تواكب التطور الاقتصادي و الاجتماعي ، و التي يُعد الخروج عنها مخالفة للنصوص القانونية [3].

ومن صور الخطأ كذلك ، كل عمل من شأنه المساس بالائتمان والأمانة لدى التاجر المنافس [4] واستخدام هذا الأخير لأساليب وطرق من شأنها احداث خلط ولبس في ذهن الجمهور بصدد المنتجات أو الخدمات المطروحة في السوق ... الخ ، و تعد من قبل الخطأ الإشهار الكاذب أوالتضليلي[5].

ب - الضرر : يحق لكل من أصابه الضرر من فعل يعد من قبل المنافسة غير المشروعة رفع دعوى للمطالبة بالتعويض، ويتمثل الضرر في انصراف كل أو بعض عملاء المنتج إلى المتجر المنافس [6].

أكد المشرع الجزائري على وقوع الضرر لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة ، وطريقة التعويض متروكة لتقدير القاضي وفقا لظروف والملابسات ، و يمكن أن يكون التعويض قسطا أو راتبا

[1] راجع مداخلة يمينة بليمان ، الاشهار الكاذب أو المضلل ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد ب ، العدد 32 ، ديسمبر ، 2009، ص 300.

[2] راجع المادة 124، الأمر رقم 75-58.

[3] راجع المادة 26 ، القانون رقم 04-02.

[4] راجع المادة 27، القانون رقم 04-02.

[5] راجع المادة 28، القانون رقم 04-02.

[6] أنظر بوراس محمد، المرجع السابق ، ص 314.

شهريا [1]، و يعتبر التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة ذو طابع رمزي، ولسنا بصدد دعوى مسؤولية تقصيرية بالمعنى التقليدي، والجزاء الجوهري للمنافسة غير المشروعة هو وقف العمل غير المشروع لا التعويض عنه[2].

ب- وجود العلاقة السببية بين الضرر والخطأ : لا يكفي لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة وقوع خطأ من قبل العون الاقتصادي ، ووقوع ضرر للمنافس له ، بل لا بد من وجود رابطة سببية بين الخطأ والضرر، أي أن يكون الضرر الذي لحق بالمنافس نتيجة الفعل الضار الصادر من العون الاقتصادي .

فإذا ما توفرت هذه الشروط يحق للتاجر رفع دعوى قضائية في حق العون الاقتصادي المنافس نتيجة الضرر اللاحق به بناء على الإشهار التضليل [3] ، لكي يقتنع القاضي بوجود منافسة غير مشروعة يشترط ما يلي:

1-قيام المدعى عليه بالإعلان عن بيع بضائع معينة يقوم المدعى أصلا ببيعها .

2 - يثبت المدعي أُحادية المصدر لهذه البضائع[4].

ثانيا - المدعـــي في المنافسة غير المشروعة : يلتزم الشخص الذي يلحق به الضرر برفع دعوى المنافسة غير المشروعة وقد يكون الاقتصاديين تجارا أو حرفين أو من أصحاب المهن الحرة ،ومثال على ذلك قيام منتج لزبدة صناعية بإشهار أن هذه الزبدة طبيعية ويرى صورة بقرة حلوب على غلاف العلبة ، مما يعتقد الزبائن أنها زبدة اصطناعية وذلك كله على أساس الجودة ، ويحق للمنتجين وبائعي الزبدة الصناعية والطبيعية ، رفع دعوى المنافسة الغير المشروعة على أساس التضليل [5].

ثالثا - القضاء المختص بالنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة : يختص القضاء المدني بالنظر في الدعوى المنافسة غير المشروعة، كونها دعوى مسؤولية تقصيرية إذا لم يكن الإشهار التجاري يمثل جريمة ، حيث في هذه الحالة على المتضرر رفع دعواه أمام القضاء الجنائي بإضافة إلى وجود جهة خاصة تتمثل في مجلس المنافسة الذي ينظر في هذه الدعاوى دون النظر في دعاوى التعويضات ، وتقترب القرارات التي تصدرها هذه الجهة إلى ما يقوم به القاضي الاستعجالي ، فهي تعتبر بمثابة استعجال من نوع خاص يتعلق بموضوع المنافسة فقط .

[1] راجع المادة 26، القانون رقم 04-02.
[2] راجع يمينة بليمان ، المرجع السابق ، ص 303.
[3] أنظر بتول صراوة عبادي ، المرجع السابق ، ص163.
[4] راجع يمينة بليمان ، المرجع السابق ، ص 303.
[5] أنظر ملال نوال ، المرجع السابق ، ص 155.

أما فيما يخص الجزاءات فهناك ما يتفق مع الطابع الدعوى الوقائي للأضرار حسب ما ترمي إليه دعوى المسؤولية التقصيرية، وللقاضي سلطة تقديرية واسعة في تقدير التعويض ، وغالبا ما يستعين بأهل الخبرة على اعتبار أن محل الضرر هم الزبائن ، وقيمة التعويض يحددها القاضي وغالبا ما تكون مبلغ رمزي[1].

المطلب الثاني : الحماية الجزائية من الإشهار التضليل

أصبح الإشهار التضليلي سببا من أسباب اضطراب الاقتصاد ، وخطرا على مصلحة المستهلك وكذا السوق بصفة عامة ، وفي عدم الاكتفاء بالجزاءات المدنية التي توفر حماية محدودة، دفع بالمشرع الجزائري إلى حظر هذه الاشهارات واعتبارها جريمة يعاقب عليها القانون ، وفي ظل غياب النصوص القانونية التي تُجرم الإشهار التضليل ، يلجأ القاضي لتطبيق النصوص القانونية الجزائية العامة على الوقائع المعروضة عليه.

وسنتطرق في هذا المطلب إلى الحماية الجزائية وفق القواعد العامة فرع أول ، ثم الى الحماية الجزائية وفق القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم فرع ثاني ، وأخيرا متابعة الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي والجزاءات المقررة لها فرع ثالث.

الفرع الأول : الحماية الجزائية من الاشهار التضليلي وفق القواعد العامة

يلجأ القاضي في حالة عدم وجود نص عقابي يُطبق على الوقائع المعروضة إلى النصوص القانونية الجنائية العامة ، وفي ظل غياب نصوص قانونية خاصة في القانون الجزائي يُجرم الإشهار التضليلي وفقا لجريمة النصب أولا ، ووفقا لجريمة الخداع ثانيا.

أولا - الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي وفقا لجريمة النصب: للتمكن من ردع جريمة الإشهار التضليلي بتطبيق أحكام جريمة النصب يجب توافر أركانها حسب النصوص القانونية المطبقة.

أ ـ تعريف جريمة النصب [2]: لم يعرف المشرع الجزائري جريمة النصب واكتفى بالنص عليها من خلال المادة (372) من قانون العقوبات[3] ، وقياسا عليها فإن الإشهار التضليلي يؤدي إلى ما يؤدي إليه النصب ، إذ يمكن القول أنه يمثل وسيلة من وسائله أو أسلوب من أساليبه ، فالإشهار التضليل يؤدي إلى

[1] أنظر ملال نوال ، المرجع السابق ،.ص 158.

[2] جريمة النصب جريمة مادية وهي من الجرائم السلوك المتعدد ، فهي تتضمن سلوك نفسي يتمثل في الاحتيال على الغير وسلوك مادي يتمثل في التوصل الى الاستلاء على مال الغير .للمزيد من المعلومات راجع أحمد بسيوني أبو الروس ، جرائم النصب ، بدون رقم الطبعة ، الاسكندرية ، مصر : دار المطبوعات الجامعية ، 1986 ، ص 8.

[3] راجع المادة 372، الأمر رقم 66 – 156.

الاستلاء على مال الغير بطرق خادعة وتضليلية ، ويقع التسليم من المجني عليه بإرادته بعد ما يؤدي به التضليل الذي ينطوي عليه الإشهار إلى اعتقاد ما هو مخالف للحقيقة[1] ، فالإشهار التضليلي جوهره الكذب ، وهدفه إيقاع المجني (المستهلك) وإيهامه بغير الحقيقة للاستلاء على ماله.

ب ـ الأركان الواجب توفرها في الإشهار حتى يُعد نصبا :لكي يُعد الإشهار نصبا يجب أن يتوفر على الأركان المحددة في قانون العقوبات.

1- الركن المادي لجريمة النصب : هو عبارة عن المظهر الخارجي لنشاط الجاني ، ويقوم على استخدام طرق ووسائل احتيالية للاستلاء على مال الغير ، حيث لا يكفي الكذب بل تقضي جريمة النصب أن يرقى الخداع إلى مرتبة الوسائل الاحتيالية[2] **و**من بينها :

- استعمال أسماء وصيفات كاذبة، وتنصب عادة على العناصر المتعلقة بالسلع أو الخدمات.

ـ استعمال مناورات احتيالية ، حيث حددت بموجب نص المادة (372) من قانون العقوبات الجزائري والتي تقوم على عنصري الكذب والمظاهر الخارجية المدعمة له ، لإيهام بوجود مشاريع كاذبة أو وجود سلطة خيالية أو اعتماد خيالي أو إحداث الأمل في الفور أو خشية من وقوع حادث وهمي أو واقعة وهمية [3].

أما الاستلاء على مال الغير حدده المشرع الجزائري في مادة (372) من قانون العقوبات

الجزائري ، النتيجة الغير المشروعة في استعمال الوسائل الاحتيالية وتتمثل في الاستلاء على الأموال والمنقولات والسندات ... ، ويتحقق الإستلاء في النصب بتسليم المجني عليه (المستهلك) المال بمحض ارادته إلى الجاني (المعلن) أو إلى غيره أو لنائبه نتيجة الخداع الذي أوقعه فيه[4].

2 ـ الركن المعنوي لجريمة النصب : يُعد النصب جريمة عمدية أي أنه يلزم توافر العلم بالاحتيال بمعنى أن يكون الفاعل عالما أنه يمارس احتيالا ، وتوافر الارادة (القصد) وهو قوة نفسية محركة لسلوك الجاني قصد تحقيق النتيجة الاجرامية التي توقعها[5]، وهو عبارة عن نية داخلية تكمن في نفس الجاني، ويأخذ أحيانا على أن القانون يفرق بين الكذب العادي والكذب المنمق، الذي من شأنه خداع الرجل

[1] راجع رضا متولي وهدان، المرجع السابق ، ص 32.
[2] أنظر أحمد بسيوني أبو الروس ، المرجع السابق ، ص11.
[3] راجع المادة 372، الأمر رقم 66 – 156 .
[4] أنظر أحمد بسيوني أبو الروس ، المرجع السابق ، ص 52.
[5] أنظر أسامة حمدان الرقب ، المرجع السابق ، ص70.

العادي دون أن يترك للقاضي استخدام سلطته التقديرية، لأن القاضي يعتبر الاحتيال المُكون للنصب أمرا مسلما به مثال: اتخاذ اسم كاذب، أو انتحال صفة غير صحيحة كصفة المالك أو الوكيل[1] .

يشترط لقيام جريمة النصب تحقق القصد الجنائي بعنصريه الخاص والعام ، فيجب للعقاب على الإشهار التضليلي وفق جريمة النصب ، أن تنصرف إرادة المعلن إلى الاحتيال ويكون محله عملية وهمية ، قصد تحقيق هدف الاستلاء على مال الغير دون تقديم مقابل[2].

3- العلاقة السببية : لاكتمال الركن المادي لجريمة النصب التي تقع في اطار الإشهار التضليلي، يجب أن تتوفر العلاقة السببية ، وهي أن تكون الوسائل الاحتيالية التي استخدمها المعلن (المتهم) هي التي دفعت بالمستهلك (الضحية) على تسليم ماله للمعلن[3].

ثانيا - الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي وفقا لجريمة الخداع: للتمكن من ردع جريمة الإشهار التضليلي بتطبيق أحكام جريمة الخداع يجب توافر أركانها حسب النصوص القانونية المطبقة.

أ - مفهوم الخداع : نظم المشرع الفرنسي جريمة الخداع بمتقضي قانون سنة 1905 الخاصة بالغش والخداع في البضائع ووسع الحماية بمقتضى قانون 10 جانفي سنة 1978 بشأن حماية وإعلام المستهلك ، أما المشرع الجزائري فقد نص على حماية المستهلك من جريمة الغش والخداع في قانون القواعد العامة لحماية المستهلك 89 -02 ، 09 – 03 ، وأحال العقوبة إلى قانون العقوبات الذي نص عليها في المواد من (429) إلى (435) قانون العقوبات الجزائري .

1- تعريف الخداع : يتخذ الخداع في المجال الجنائي صورتين ، إحداهما الصورة البسيطة وتتمثل في الخداع الذي لا يقترن بأي طرق مميزة لإخفائه ، أو يكون اكتشافه صعبا ، والصورة الثانية تتمثل في الخداع المشدد أو الموصوف ، ويكون عندما يحاط بعناصر خارجية ، أو أسماء مزورة أوصيفات كاذبة تؤيد الادعاءات الكاذبة[4]، ويعرف الخداع على أنه ايقاع المتعاقد في غلط في مزايا السلع أو الخدمات محل العقد بهدف دفعه للتعاقد في حين أن هذه المزايا غير موجودة.

2- نطاق جريمة الخداع : بالرجوع لنص المادة (429) من قانون العقوبات الجزائري ، يتبين لنا أنا نطاق جريمة الخداع واسع من حيث الأشخاص أو من حيث المحل نفسه ، فمن ناحية الأشخاص فإنه

[1] راجع يمينة بليمان ، المرجع السابق ، ص 310.
[2] أنظر فخري عبد الرزاق الحديثي، شرح قانون العقوبات القسم الخاص ، الجرائم الواقعة على الأموال ، الطبعة الأولى ، الأردن ، عمان : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2009 ، ص 188- 190.
[3] المرجع ذاته، ص 177.
[4] أنظر رضا متولي وهدان، المرجع السابق ، ص 31.

يسري مهما كانت صفة الجاني أو المجني عليه[1] ، بينما توجه المشرع الجزائري في نص المادة (68) من القانون رقم 09 ـ 03 السالف الذكر إلى جعل نطاق تطبيق جريمة الخداع يقتصر على المستهلك فقط [2] ، أما بالنسبة لمحل الخداع فالمشرع الجزائري حصره في قانون العقوبات في السلع دون الخدمات على عكس القانون 09 ـ 03 السالف الذكر الذي شمل السلع و الخدمات.

ب ـ أركان جريمة الخداع :لا تقوم أي جريمة إلا باكتمال الأركان التالية :

1- الركن المادي لجريمة الخداع :لكي نكون أمام خداع أو محاولة خداع يرى البعض أنه لابد أن يتم بنشاط إيجابي ملموس كما يحدث في جريمة النصب والاحتيال، غير أن الخداع لا يتطلب طرق احتيالية ولكن بطرق تكاد أن ترقى الى الاحتيال[3] ، وبالرجوع للقانون رقم 09 – 03 السالف الذكر نقول أن جريمة الخداع يمكن أن ترتكب من قبل المنتج ، الوسيط ، الموزع ... ، أي كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك سواء كان شخص طبيعي أو معنوي .[4]

يتمثل الركن المادي في صدور فعل مادي من الجاني ، من شأنه ايقاع المتعاقد الآخر في غلط حول قائمة البضاعة أو كميتها ، أو مصدرها.[5]

2- الركن المعنوي: تُعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتوافر أركانها القصد الجنائي العام لدى المتهم، أي انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق الواقعة الجنائية والعلم بتجريم القانون لها، أما العلم بالواقعة فهو غير مفترض ، ويشترط إقامة الدليل عليه من جانب سلطة الاتهام والمدعي بالحق المدني، وحتى يتوفر القصد الجنائي، يشترط إثبات أن إرادة الجاني قد اتجهت إلى إتيان فعل مادي وهو الخداع أو الشروع فيه، والعلم بما في ذاك من خداع للمتعاقد معه، ويشترط توافر هذا القصد لحظة التعاقد أو عند الشروع فيه[6].

تعتبر جريمة الخداع عمدية، وهي لا تقوم إذا لم تكن هناك أفعال، مثال : إذا كان التاجر على غير علم بعدم صحة إدعاءاته التي وردت في الإشهار، وكذلك إذا وقعت على العناصر التي يتم تحديدها، كالمصدر والتركيب...الخ، حتى وإن كان بإمكانه التأكد من ذلك يعد هذا إهمالا وهو لا يؤدي إلى قيام جريمة الخداع، مهما لحق بالمتعاقد من ضرر، لأن الضرر لم يأتي نتيجة خطأ عمدي[7]، وعليه

[1] راجع المادة 429، الأمررقم 66 – 156.
[2] راجع المادة 68، القانون رقم 09 – 03.
[3] راجع بوحفص جلاب نعناعة ، المرجع السابق ، ص 251.
[4] راجع المادة 3 ف7، القانون رقم 09 – 03.
[5] راجع المادة 28، القانون 04 – 02 .
[6] راجع ، يمينة بليمان ، المرجع السابق ، ص 310 .
[7] Voir, Belimane Yamina, op-cit , 279.

ذهب القضاء الفرنسي إلى اشتراط إقامة قرينة على سوء نية البائع، أي افتراض الركن المعنوي بل ذهب البعض إلى المطالبة بضرورة تدخل المشرع ليكتفي بالعنصر المادي وحده لقيام الجريمة، بما أنه لا يشترط أن يكون البائع سيء النية ، ورغم العقوبات المقررة لهذه الجريمة إلا أنها لا تصلح لتطبيقها على الإشهار التضليلي، إلا إذا اقترنت جريمة الإشهار بالنصب أو الخداع[1].

الفرع الثاني: الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي وفق القانون رقم 04 ـ 02 المعدل والمتمم

اعتبر المشرع الجزائري الإشهارات التضليلية من الممارسات التجارية الغير النزيهة وأطلق عليها تسمية الاشهار التضليلي بموجب القانون رقم 04 ـ 02 المعدل والمتمم السالف الذكر.

سنتناول في هذا الفرع خصوصية جريمة الإشهار التضليلي (أولا)، وأركان جريمة الإشهار التضليلي (ثانيا) ومتابعة الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي والجرائم التابعة لها (ثالثا).

ـ أولا: خصوصية جريمة الإشهار التضليلي :تعرف جريمة الإشهار التضليلي على أنها مجموع ممارسات والأفعال التي يقوم بها المعلن على نحو من شأنه تضليل المستهلك حول السلع أو الخدمات أو صفة المعلن.

جرم المشرع الجزائري بموجب المادة (28) من القانون رقم 04 ــ 02 المعدل والمتمم السالف الذكر الممارسات التجارية الغير النزيهة من أجل حماية المستهلك ، فإذ كان الإشهار يهدف الى التعريف بالسلع أو الخدمات ويحث المستهلك على اقتنائها ، إلا أن المشرع الجزائري تدخل في حالة اتخاذ المعلن تضليل في الإشهار، والحد من الأفعال التي من شأنها إلحاق الضرر بمصالح المستهلك[2].

ثانيا ـ أركان جريمة الإشهار التضليل : لقيام جريمة الإشهار التضليلي يجب توافر كل من الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي.

أ ـ الركن الشرعي : يتجسد الركن الشرعي للإشهار التضليل في المادة (28) من القانون رقم 04 - 02 المعدل والمتمم السالف الذكر، حيث نص المشرع الجزائري صراحة على تحريم هذه الصورة من الإشهار واعتبره ممارسة تجارية غير نزيهة يعاقب عليه القانون [3].

ب ـ الركن المادي : يقصد بالركن المادي هو السلوك الإجرامي ، وفي هذا الصدد هو القيام بالتضليل فقد يتضمن الإشهار بيانات مضللة أو يمكن أن تؤدي إلى ذلك.

[1] Voir, Belimane Yamina, op.cit , 280.

[2] أنظر المادة 28 ، القانون رقم 04 -02 .

[3] أنظر المادة 28 ، القانون رقم 04 -02 .

يشترط توافر شروط معينة في الاشهار التضليلي لقيام الركن المادي، وهي وجود اشهار، وأن يكون مضللا ، وأن ينصب على احدى العناصر الواردة في مادة (28) من القانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم السالف الذكر وكذا العناصر المنصوص عليها في المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378 السالف الذكر[1] .

نستنتج في الأخير أن جريمة الإشهار التضليلي ليست كغيرها من الجرائم التي تتطلب توفر كل من الركن المادي والمعنوي ، بل يكفي لقيامها الركن المادي فقط ، حيث تُعد جريمة اقتصادية تخضع لقواعد خاصة ذات طبيعة خاصة من حيث التجريم والعقاب.

الفرع الثالث : متابعة الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي والجزاءات المقررة لها

حتى يُمكن من قمع الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي لابد من اثباتها ثم متابعتها (أولا) ، ثم تحديد الجزاءات المقررة لها (ثانيا).

أولا - اثبات الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي ومتابعتها : يثبت و يتابع هذا النوع من الجرائم عن طريق أعوان مؤهلين، تم تحديدهم بموجب القانون.

أ- اثبات الجرائم المتعلقة بجريمة الإشهار التضليلي: يتم اثبات هذه الجرائم من قبل الأعوان المؤهلين الذين يقومون بـمايلي :

1 - معاينة المخالفات المتعلقة بجريمة الإشهار التضليلي: ويقصد بها الكشف الحسي المباشر لإثبات حالة الشخص أو الشيء بالفحص المباشر عن طريق إجراء تحاليل عليها من طرف جهات معينة .

2- الموظفين المؤهلين بالتحقيق والمعاينة : حدد القانون 04 – 02 المعدل والمتمم السالف الذكر الموظفين المؤهلين لإجراء التحقيق والمعاينة في الممارسات التجارية التضليلية على سبيل الحصر وهم :

"- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية .

-المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

-الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

[1] راجع المادة 28 ، القانون رقم 04 -02 والمادة 60 ، المرسوم التنفيذي رقم 13-378.

-أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض"[1].

خول المشرع الجزائري للموظفين المنصوص عليهم في المادة (49) السالفة الذكر اختصاصات معينة للقيام بالتحقيق والمعاينة في المخالفة المتعلقة بالإشهار التضليلي وتكمن في حق الاطلاع على الوثائق، وحجز البضائع ، ودخول المحلات المهنية، وتحرير المحاضر تثبت المخالفات.

ب - متابعة المخالفات المتعلقة بجريمة الإشهار التضليلي: بعد الانتهاء من التحقيقات يُحرر الموظفون المؤهلون محاضر تثبت مخالفة الإشهار التضليلي[2]، تسوى بالطريق الودي أو القضائي.

1 - **الطريق الودي(المصالحة) :** هو طريق استثنائي يخضع لشروط مقيدة محددة في القانون، وذلك اعتبارا لما يترتب عليه من آثار على الدعوى العمومية ، غير أن المشرع الجزائري لم يعرف المصالحة، وإنما اكتفى بالنص عليها في المادة (60) من القانون رقم04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر والمادة السادسة من قانون الاجراءات الجزائية[3] صراحة، بينما اصطلح عليها بمصطلح الصلح في القانون رقم 09 -03 السالف الذكر ، وكذا في المادة (459) من القانون المدني .

كما يشترط في المصالحة التي تتم بين العون الاقتصادي والإدارة توفر شروط معينة تكمن في ما يلي :

- شروط موضوعة تتعلق بمرتكب المخالفة وأخرى تتعلق بالإدارة، ففيما يخص شروط المتعلقة بمرتكب المخالفة ، يجب أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود ، وأن تكون العقوبة المقررة قانونا أقل من ثلاث ملايين دينار(3.000.000 دج) وينطبق هذا الشرط على الممارسات الآتية: عدم الإعلام بالأسعار وعدم الإعلام بشروط البيع[4].

أما الشروط المتعلقة بالإدارة ، يجب أن تكون هذه الأخيرة هي الجهة التي أبرمت المصالحة ومختصة، حيث يختص المدير الولائي المكلف بالتجارة بمنح المصالحة إذ كانت المخالفة المعاينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار(1.000.000 دج) استنادا إلى المحضر المُعد من طرف الموظفين المؤهلين، ويتعلق الأمر بالمخالفات الناتجة عن عدم الإعلام بالأسعار، وكذا عدم

[1] راجع المادة 49، القانون رقم 04 -02.
[2] راجع المادة 55 ف 2، القانون رقم 04 -02.
[3] راجع المادة 06 ، الأمر رقم 66 – 155 المؤرخ في 08 جوان 1966 المتضمن قانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم ،ج ر العدد 48 ، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 15 – 02 المؤرخ في 32 يوليو 2015،ج ر العدد 40 ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17 – 07 المؤرخ في 27 مارس2017 ، ج ر العدد 20.
[4] راجع المادة 60 ، القانون رقم 04- 02 .

الإعلام بشروط البيع ... الخ ، ويُرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية إذا كانت عقوبة المخالفة المسجلة غرامة تفوق ثلاث ملايين دينار(3.000.000 دج) [1].

- وفيما يخص الشروط الاجرائية تتمثل في اقتراح المصالحة، جواب مرتكب المخالفة ، وقرار السلطة المختصة.

2 - **الطريق القضائي لمتابعة جريمة الإشهار المضلل:** يتلقى وكيل الجمهورية المختص إقليميا محاضر المعاينة من المدير الولائي المكلف بالتجارة ويقرر ما يتخذه بشأنها، فلوكيل الجمهورية حق ملاءمة المتابعة، فهو صاحب الدعوى العمومية يحركها ويباشرها دون سواه، لأن القانون لا يعترف للإدارة المكلفة بالتجارة بأي دور في المتابعة القضائية [2].

أجاز المشرع الجزائري لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونيا حتى ولو لم تكن الإدارة المكلفة بالتجارة طرفا في الدعوى، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق قواعد الممارسات التجارية غير النزيهة [3] ، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، دون المساس بأحكام المادة الثانية من قانون الاجراءات الجزائية ، يمكن لجمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أُنشئت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام القانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم ، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم كما سبق بيانه.

ثانيا - الجزاءات المترتبة عن جريمة الإشهار التضليلي : شدد المشرع الجزائري على العون الاقتصادي مرتكب جريمة الإشهار التضليلي من ناحية الجزاء ، فهذا الأخير يتميز بالازدواجية، فهناك جزاءات ذات طابع جزائي ، وجزاءات إدارية مقررة من قبل الإدارة.

أ – الجزاء ذو الطابع الجزائي المترتب عن جريمة الإشهار التضليلي : تشمل الجزاءات ذات الطابع الجزائي في الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي منصوص عليها في قانون العقوبات والقوانين الخاصة بحماية المستهلك ، عقوبات أصلية ، وعقوبات تكميلية .

[1] راجع المادة 61، القانون رقم 04 02.
[2] أنظر أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال ، جرائم التزوير، الجزء 2 ، طبعة 13 ، الجزائر : دار هومه، ، 2013 ، ص306.
[3] راجع المادة 63، القانون رقم 04 – 02.

1- **العقوبات الأصلية المترتبة عن الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي :** تشمل العقوبات السالبة للحرية كالحبس والسجن، بالإضافة إلى العقوبة المالية، فهذه الأخيرة تحتل مكانة مميزة في الجرائم الاقتصادية بصفة عامة، والجرائم الماسة بالمستهلك بصفة خاصة، وتكون على النحو الآتي :

- **العقوبات الأصلية المترتبة عن جريمة النصب:** يعاقب المشرع الجزائري عن جريمة النصب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات، وبغرامة مالية من 500 دج إلى 20.000 دج، وتشدد العقوبة بنوعيها إذ كان محل الجريمة إصدار أسهم أو سندات أو أية سندات مالية سواءً لشركات أو مؤسسات تجارية أو صناعية ، فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشرة سنوات والغرامة إلى 200.000 دج [1].
- **العقوبات الأصلية المترتبة عن جريمة الخداع:** يُعاقب المشرع الجزائري عن جريمة الخداع بموجب المادة (68) من القانون رقم 09- 03 السلف الذكر ، الذي أحالنا إلى تطبيق نص المادة (429) من قانون العقوبات ، من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت ، وبالرجوع إلى نص المادة (429) من القانون السابق نجدها تعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج ، أو بإحدى العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو التركيب، أو نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، أو في نوعها أو مصدره، أو في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها، وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق[2].

- **العقوبات الأصلية المترتبة عن جريمة الإشهارالتضليلي:** اعتبر المشرع الجزائري جريمة الإشهار التضليلي جنحة، وصنفها ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة طبقا لما نصت عليه المادة (28) من القانون رقم 04 -02 المعدل والمتمم السالف الذكر، وأقر المشرع كعقوبة لهذه الجنحة غرامة من خمسين ألف دينار(50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار(5.000.000 دج) [3].

2- **العقوبات التكميلية المترتبة عن الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي:** خول المشرع الجزائري للقاضي إمكانية فرض عقوبات تكميلية على العون الاقتصادي المرتكب جنحة الإشهار التضليلي، حيث نص المشرع الجزائري على العقوبات التكميلية بموجب القانون رقم 04 -20 المعدل والمتمم السالف الذكر.

[1] راجع المادة372، الأمر رقم 66 – 156.
[2] راجع المادة 429، الأمر رقم 66 – 156.
[3] راجع المادة 38، القانون رقم 04 – 02.

-**العقوبات التكميلية المترتبة عن جريمة النصب:** نص المشرع الجزائري عليها بموجب الفقرة الثالثة للمادة (372) من القانون العقوبات الجزائري ، حيث يجوز الحكم على الجاني بالحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية المنصوص عليها في المادة التاسعة مكرر 1 من نفس القانون لمدة لا تزيد عن خمس سنوات، بالإضافة إلى المنع من الإقامة وهو الحظر مؤقتا، فعلى المحكوم عليه أن يوجد في أماكن محددة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر[1].

لا يبدأ سريان الحظر إلا من يوم الإفراج عن المحكوم عليه إذ كان المنع مقترنا بعقوبة سالبة للحرية، ويعاقب الشخص الممنوع من الإقامة بالحبس من ثلاث أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 25.000 دج إلى 300.000 دج إذا خالف أحد تدابير المنع من الاقامة[2] .

- **العقوبات التكميلية المترتبة عن جريمة الخداع:** لم ينص المشرع الجزائري على الجزاءات التكميلية بالنسبة لجريمة الخداع في قانون العقوبات ، بل اكتفى بالعقوبات الأصلية .

- **العقوبات التكميلية المترتبة عن جريمة الإشهار التضليلي:** نص المشرع الجزائري على عقوبتين تتمثل في المصادرة ونشر الحكم، فالمصادرة[3] تعد من الحلول الناجعة والوقائية التي تلجأ إليها الدّولة لتوقي خطورة اجرامية ، بانتزاع الوسائل الاجرامية التي يحتمل استعمالها في جريمة مستقبلية كما أنها تنصب على موضوع الجريمة أو المتحصل منها، وليس على شخص مرتكبها، ولذلك يطلق عليها المصادرة العينية [4].

أقر المشرع الجزائري لمعاقبة مرتكب جنحة الإشهار التضليلي عقوبة المصادرة، كعقوبة تكميلية توقع على مرتكب الجنحة، بالإضافة إلى العقوبة الأصلية (الغرامة)[5] ، كما أن المصادرة لا تنصب

على كل مال العون الاقتصادي، وإنما تنصب على السلع المحجوزة بمناسبة معاينة جريمة الإشهار التضليلي، كما تعتبر هذه المصادرة نوعا من التعويضات لصالح الخزينة العمومية .

و فيما يخص نشر الحكم الصادر بالإدانة يُعد عقوبة مكملة للعقوبة الأصلية، ونادرا ما ينص عليه القانون العام، إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين المتعلقة بحماية المستهلك لما له من أثر فعال في

---

[1] راجع المادة 09 مكرر 1، الأمر رقم 66 – 156 .

[2] راجع المادة 12، القانون رقم 66 - 156

[3] تعرف المصادرة بأنها:" نزع ملكية مال أو أكثر من مالكه وإضافته إلى ملك الدولة بغير مقابل" لمزيد من المعلومات راجع سليمان عبد المنعم، نظرية الجزء الجنائي، بدون رقم الطبعة، لبنان :المؤسسة الجامعية، ، 1999 ، ص 83. كما عرف المشرع الجزائري المصادرة بموجب نص المادة 15 الفقرة الأولى من الأمر رقم 66- 156 السالف الذكر على أنها:" الأيلولة النهائية إلى الدّولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء ".

[4] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ، ص 302.

[5] راجع المادة 44، القانون 04-02.

مكافحة جرائم الاضرار بالمستهلك لاسيما جنحة الإشهار التضليلي، حيث يصيب المحكوم عليه (العون الاقتصادي) في شرفه واعتباره[1]، لذلك لا يجوز الحكم به إلا إذا نص المشرع على ذلك صراحة . كما أن الحكم بنشر الحكم يتطلب الحكم بعقوبة أصلية، وعقوبة نشر الحكم جوازيه تخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، كما يشترط أن تكون في الأحكام النهائية فقط، بالإضافة إلى أن المشرع اقتصر النشر في الصحافة المكتوبة دون الصحافة المسموعة أو المرئية[2].

ب – الجزاء الإداري المترتب عن جريمة الإشهارالتضليلي: خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة إقرار بعض التدابير الإدارية لقمع الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي المتمثلة فيما يلي :

1- **حجز البضائع:** خول المشرع الجزائري للموظفين المكلفين بالمعاينة والتحقيق في جريمة الإشهار التضليلي الحجز على البضائع محل الإشهارالتضليلي[3]، كما أجازت المادة (39) من نفس القانون حجز البضائع، حيث أقر المشرع الجزائري توقيع تدبير حجز البضائع المحل الذي ارتكب فيه جريمة الإشهار التضليلي أو العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها ، كما اشترط المشرع أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد من قبل الموظفين المكلفين، وفي هذا الشأن صدر المرسوم التنفيذي رقم 05 -472[4] تطبيقا لنص المادة (39) من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم السالف الذكر.

2- **الغلق الإداري للمحل التجاري:** يقصد بغلق المحل التجاري منع مرتكب المخالفة من ممارسة النشاط الذي كان يمارس فيه قبل إغلاقه[5]، وعليه فالغلق الإداري للمحل التجاري يُعد تدبير احترازي محله حظر مزاولة النشاط المخصص له هذا المحل، وفي هذا الصدد خول المشرع

الجزائري للهيئات الإدارية اتخاذ هذه التدابير لردع العون الاقتصادي مرتكب جريمة الإشهار التضليلي[6] .

[1] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ص 304.
[2] راجع المادة 48، القانون 04-02.
[3] راجع المادة 51، القانون 04-02.
[4] راجع المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005 المتعلق بجرد المواد المحجوزة، ج ر العدد 81.
[5] أنظر سارة عزوز ، المرجع السابق ص 305.
[6] أنظر المادة 64 ، القانون رقم 04 – 02 .

خلاصة الفصل الثاني

أقر المشرع الجزائري الحماية القانونية من الاشهار التضليلي ، ففي ما يخص الحماية الادارية أوكلها للهيئات الإدارية المركزية المتمثلة في كل من وزارة التجارة والهيئات التابعة لها ، وكذا وزارة الاتصال والهيئات التابعة له ، والهيئات اللامركزية المتمثلة في المصالح الخارجية لوزارة التجارة ، ومساهمة كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي ، حيث تعمل هذه المصالح ليس فقط على حماية المستهلك من الاشهار التضليلي ، بل تعمل كذلك على تشجيع وتطوير وسائط الاشهار.

ظهرت هيئات أخرى نتيجة تحول دور الدولة ، وهي سلطات الضبط المستقلة ، المتمثلة فيما يخص موضوعنا سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وسلطة ضبط السمعي البصري ، وهما تتمتعان بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي مكلفة بحماية المستهلك من الاشهار التضليلي ، كما خول المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك التي انشئت بموجب المادة (21) من القانون رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وهذا بقيامها بالدور الوقائي والدفاعي.

تعتبر الحماية الإدارية غير كافية للتصدي لتجاوزات الاشهار التضليلي ، حيث كان لا بد من الحماية القضائية ، التي تضم كل من الحماية المدنية التي تتم بوسيلة غير مباشرة ، وهذا بالرجوع للقواعد العامة حيث للمستهلك الحق في طلب التنفيذ العيني ، أو ابطال العقد لعيب الغلط أو لعيب التدليس أو المطالبة بالتعويض لجبر الضرر الذي لحقه بسبب الاشهار التضليلي .

كما أقر المشرع الجزائري الحماية الجزائية كون أن الحماية السابقة غير كافية ، وتتجسد إما وفقا للقواعد العامة ، من خلال تطبيق أحكام جريمة النصب ، لأن الاشهار التضليلي يؤدي الى ما يؤدي اليه النصب ، وكذا أحكام جريمة الخداع على الاشهار التضليلي ، وإما وفقا لأحكام القانون رقم04 – 02 المعدل والمتمم ، وهذا متى تمت معاينتها ومتابعتها من قبل أعوان مؤهلين أسند اليهم المشرع الجزائري مهمة ضبط المخالفات ومتابعتها سواء وديا أو عن طريق المصالحة أو قضائيا .

أورد المشرع مختلف الجزاءات المطبقة على الجرائم المتعلقة بجنحة الإشهار التضليلي في كل من قانون العقوبات ، والقانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم ،وتختلف حسب اختلاف التكييف القانوني لجريمة الاشهار التضليلي ، وتتميز هذه الجزاءات بالازدواجية ، فهناك جزاءات ذات طابع جزائي يحكم بها القضاء، وجزاءات إدارية توقعها الهيئات الإدارية المختصة .

يعد الاشهار بالنسبة للمعلنين حلقة قوية من حلقات النشاط الاقتصادي ، تمكنهم من الترويج لمنتوجاتهم والولوج في الأسواق وتدعيم مكانتهم فيها ، فهو أداة لا يمكن الاستغناء عنها في المنافسة المفروضة ،أما بالنسبة للمتلقي الرسالة الاشهارية ، فهو احدى الطرق الأساسية لإعلامه بكافة المعلومات المتعلقة بالسلع أو الخدمات ، ولا يساهم بتأثيره الايجابي فقط ، بل كذلك بالتأثير السلبي في حالة محاولة العون الاقتصادي اغراء المستهلك ، وحمله على التعاقد على أساس التضليل، وهو أداة لتعريف المستهلك بسمات وخصائص السلعة أو الخدمات بغية حثه على اقتنائها والتعاقد عليها، حيث يوفر المعلومات الكافية للمستهلك عن السلع أو الخدمات في مرحلة ما قبل ابرام العقد.

وتصديا لتجاوزات الاشهارية للمعلن الاقتصادي لجأ المشرع الجزائري على غرار التشريعات الحديثة من أجل حماية للمستهلك ، إلى حظر الاشهار التضليلي ضمن أحكام القانون رقم 04 – 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10 – 06 ، وكذلك ضمن المرسوم التنفيذي رقم 13 – 327 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، فضلا عن صور الخداع التي نص عليها المشرع الجزائري ضمن القانون رقم 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

لم يحدد المشرع الجزائري المقصود بالإشهار التضليلي، غير أنه نص على العناصر التي يرد عليها التضليل في الإشهار بموجب المادتين (28) من القانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم، و (60) في فقرتها الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 ، ولم تقتصر الحماية على الشخص الطبيعي فحسب، وإنما أيضا على الشخص المعنوي .

يتحقق التضليل في الاشهار بعمل إيجابي من خلال إعطاء معلومات غامضة عن السلع أو الخدمات التي من شأنها إحداث الخداع في ذهن المستهلك، أو يتحقق بعمل سلبي حين يمتنع المعلن عن ذكر بعض البيانات الجوهرية المتعلقة بالسلع أو الخدمات محل الإشهار، ويعد التضليل الركن المادي للإشهار بحيث لا يمكن مساءلة المعلن عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك من جراء الإشهارالتضليلي إلاّ أنه لا تشترط إثبات سوء نية المعلن لقيام مسؤوليته عن الإشهار التضليلي، بل تفترض تقصيره أو إهماله بمجرد وجود التضليل. كما أن المعيار الموضوعي(المستهلك العادي متوسط الذكاء) هو الراجح في تقدير التضليل في الإشهار مع ضرورة مراعاة نسبة الحقيقة في الإشهار والمبالغة المسموحة .

أوكل المشرع الجزائري للهيئات الإدارية سواء كانت هيئات إدارية مركزية أو لامركزية مهمة الحماية من الإشهار التضليلي، حيث تسهر هذه الهيئات على التطبيق الفعلي للقواعد القانونية على أرض الواقع، وإلى سلطات الضبط المستقلة التي تعمل على تحقيق حماية فعالة ورقابة مسبقة على الإشهار،

وتتجسد في سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وسلطة ضبط السمعي البصري وتتمتعا بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ، كما أوكل لجمعيات حماية المستهلك مهمة توعية وتحسيس المستهلك وإعلامه والدفاع عن مصالحه.

كما أقر المشرع الجزائري الحماية القضائية من الإشهار التضليلي والتي تتجسد في الحماية المدنية التي يوفرها القانون المدني والمتمثلة في: إبطال العقد لعيب الغلط أو لعيب التدليس، والتنفيذ العيني، والمطالبة بالتعويض ، ودعوى المنافسة غير المشروعة لحماية التاجر، إلاّ أنها لا توفر الحماية الكافية للمستهلك ، أما بالنسبة للحماية الجزائية المنصوص عليها في القانون العقوبات والقانون رقم 09 -03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش غير كافية لتوفير الردع الكافي من الإشهار التضليلي ، وأمام عدم كفاية هذه الأحكام الجزائية تدخل المشرع واعتبر الإشهار التضليلي من قبيل الممارسات التجارية غير النزيهة بموجب أحكام القانون رقم04 – 02 المعدل والمتمم، كما تشترط لقيام جريمة الإشهار التضليلي توافر الركن المادي دون الركن المعنوي لأنها من الجرائم الاقتصادية تخضع لقواعد ذات طبيعة خاصة من حيث التجريم والعقاب، وتأخذ بالنتيجة التي يحققها الإشهار.

خُولت مهام ضبط المخالفات المتعلقة بالإشهار التضليلي ومتابعتها للموظفين المؤهلين قانونا ، وأسندت لهم صلاحيات تتمثل في حق الاطلاع على الوثائق، وحجز البضائع، ودخول المحلات التجارية، وتحرير المحاضر التي تثبت المخالفة، و توسع المشرع الجزائري في الجزاء المقرر للجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي، ليشمل جزاءات ذو طابع جزائي تتمثل في العقوبات السالبة للحرية التي تُطبق عليها جريمة النصب وجريمة الخداع بالإضافة إلى العقوبات المالية والمصادرة ونشر الحكم، ويعتبر جزاء رادع لمرتكب الجريمة ،وكذا جزاءات إدارية حيث خول المشرع للهيئات الإدارية غلق محلات التجارية ونشر قرار الغلق.

إلا أنه رغم جهود المشرع الجزائري لحظر الاشهار التضليلي ، مازالت الأضرار المتعلقة به قائمة ، ومازال المستهلك عرضة لهذا النوع من الاشهارات .

وبناء على ما سبق نقترح ما يلي :

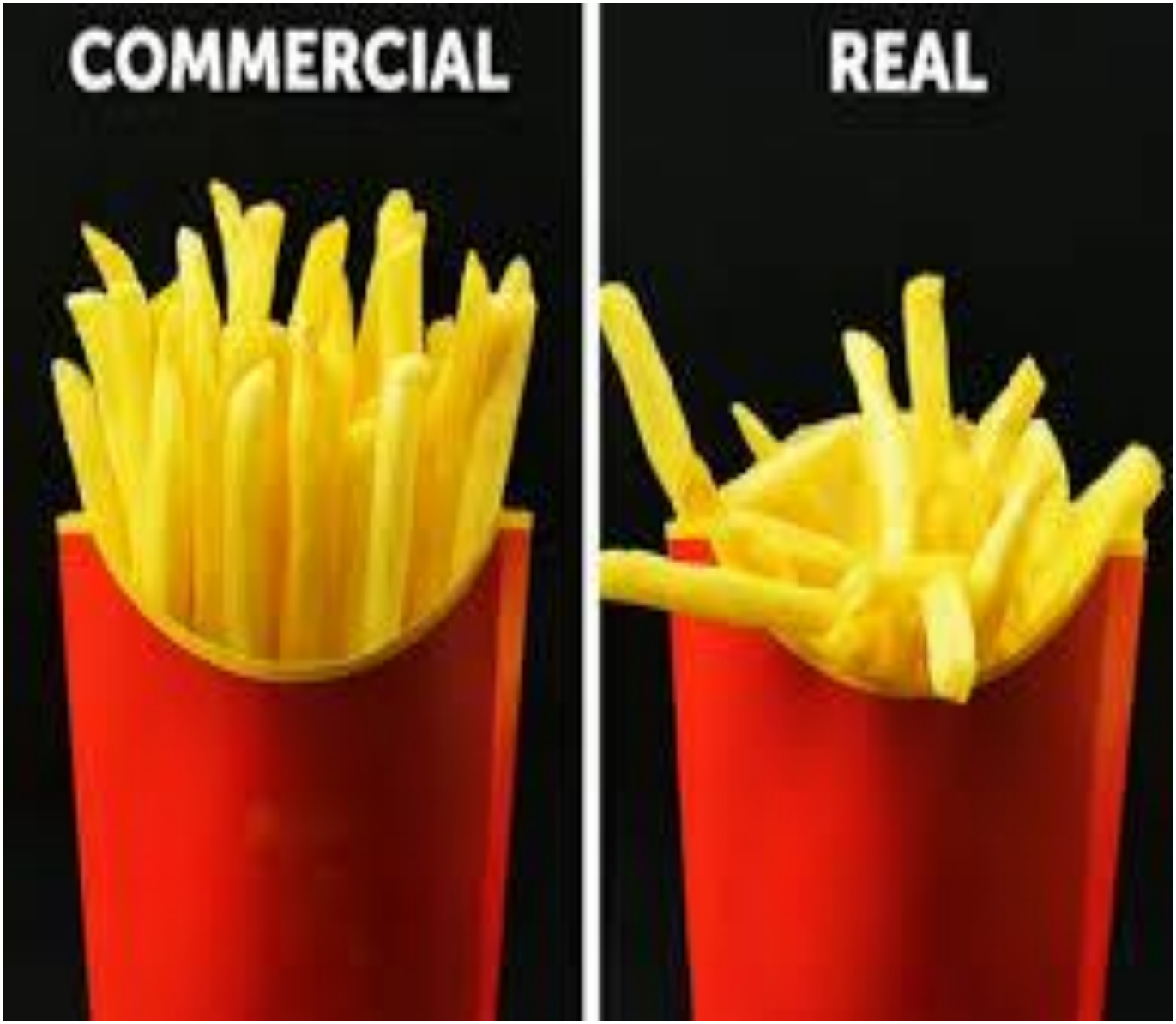
- ضرورة سن قانون اشهار جديد يتماشى والتوجهات السياسية للبلاد مع تحديد تعريف مفهوم كل من الاشهار التضليلي والكاذب بدقة ، ويجب أن .يراعى عند سنه اقامة التوازن بين مختلف المتدخلين في النشاط الاشهاري ، وذلك من خلال مراعاة ضروريات الاقتصاد ، وضروريات متلقي الرسالة الاشهارية.

- إنشاء هيئات إدارية رقابية وتفعيلها متخصصة لإجراء فحص سابق على نشر الإشهارات، وهيئات رقابية تتمتع بحق الرقابة اللاحقة على نشر الإشهار ومتابعته وكذلك تلقي شكاوي المستهلكين والأعوان الاقتصاديين.
- اصدار النشريات والمجلات المتخصصة لحماية المستهلك وتفعيلها قصد توعيته ، واعلامه بحقوقه، ورفع درجة ثقافته الاستهلاكية ، ففي فرنسا مثلا ونظرا للتطور المذهل الذي عرفته جمعيات حماية المستهلك نجدها تقوم بإصدار مجلات ونشريات متخصصة، ولعل أشهرها مجلة ماذا تختار « Que Choisir» الصادرة عن أكبر تجمع لجمعيات المستهلكين المعروف بالاتحاد الفدرالي للمستهلكين، وتتضمن معلومات مختلفة في مجال الاستهلاك، كما نجد جمعيات أخرى تنشر نشريات ومجلات على نطاق محدود، بالإضافة إلى مجلة جد متطورة في مجال الاستهلاك وإن كانت لا تصدر عن جمعيات بل تصدر عن المعهد الوطني للاستهلاك « 60 millions de consommateurs »

الملحق رقم: 01



الملحق رقم: 02



الملحق رقم: 03



الملحق رقم: 04



الملحق رقم: 05



الملحق رقم 06





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

باسم الشعب الجزائري

مجلس قضاء: الجزائر
الغرفة: التجارية

نسخة عادية
مستاف تواتي
06، شارع طاغور
أحمد سيدي
أمحمد - الجزائر
المجلس

قرار

إن مجلس قضاء الجزائر بجلسته العلنية المنعقدة بقاعة الجلسات لقصر العدالة في الثلاثون من شهر جانفي سنة ألفين و تسعة عشر

رقم القضية: 18/05595
رقم الفهرس: 19/00686
جلسة يوم: 19/01/30

برئاسة السيد (ة): داودي غنية رئيسا مقررا
و بعضوية السيد(ة): بلكرم ايمان مستشارا
و بعضوية السيد(ة): لباز بومدين مستشارا
وبمحضر السيد (ة): سخري بوبكر نائب عام
وبمساعدة السيد (ة): عطاء الله صونية أمين ضبط

صدر القرار الآتي بيانه في القضية المنشورة لديه تحت رقم 18/05595

بين:

بين:
اتصالات الجزائر ، شركة ذات اسهم ، مؤسسة اقتصادية ممثلة في شخص الرئيس المدير العام ممثلها القانوني

1): اتصالات الجزائر ، شركة ذات اسهم ، مؤسسة عمومية اقتصادية ممثلة في شخص الرئيس المدير العام ممثلها القانوني — مستأنف — حاضر
العنوان : الطريق الوطني رقم 05 المحمدية الجزائر
المباشر للخصام بواسطة الأستاذ (ة): رمضان بوداودي و عبد الغفور معاذ

ضد /

من جهة

و بين:

المنظمة الجزائرية لحماية و ارشاد المستهلك و محيطه جمعية وطنية ذات طابع اجتماعي ممثلة في شخص رئيسها السيد زبدي مصطفى

1): المنظمة الجزائرية لحماية و ارشاد المستهلك و محيطه جمعية وطنية ذات طابع اجتماعي ممثلة في شخص رئيسها السيد زبدي مصطفى — مستأنف عليه — حاضر
العنوان : 07 طريق السبالة بلدية دراية الجزائر
المباشرللخصام بواسطة الأستاذ (ة): تواتي جمال

من جهة أخرى

** بيان وقائع الدعوى **

بمقتضى عريضة مودعة لدى كتابة ضبط المجلس بتاريخ 2018-05-26 والمسجلة تحت رقم 5595/18 أقام المستأنف إتصالات الجزائر شركة ذات أسهم القائم في حقها الأستاذين رمضان رمضان بوداودي و عبد الغافور معاد استئنافا ضد الحكم الصادر عن محكمة الدار البيضاء القسم التجاري البحري بتاريخ 2018-06-13 تحت رقم 18-1348 فهرس رقم 18-3195 الذي قضى في النزاع القائم بينه وبين المنظمة الجزائرية لحماية وإسناد المستهلك بالتصريح بان الشروط الخاصة لعقد الاشتراك المبرم بين مشتكي خدمة الجيل الرابع للتزويد بالانترنت و مؤسسة اتصالات الجزائر تضمن شروط تعسفية و نتيجة لذلك القضاء بتعديلها كما يلي :

1/ إلغاء شروط إعفاء اتصالات الجزائر من المسؤولية في حالة انقطاع الخدمة و ذلك بتعويض المشترك عن فترة الانقطاع ما عادا في الحالة القاهرة .
2/ إلغاء في تعديل شروط العقد و شروط الخدمة دون الرجوع إلى الزبون .
3/ حق الزبون في فسخ العقد و لو خلال فترة الالتزام المقدرة ب 12 شهرا في حال ثبوت سوء نوعية الخدمة و الانقطاعات المتكررة مع حق في التعويض .
4/ تحديد مدة العقد لمدة معلومة مسبقا و معقولة تجدد بالتراضي بين الطرفين مع الإبقاء على

السعر المتفق عليه ثابتا طوال فترة سريان العقد.
و لقد جاء في عريضة الاستئناف :
من حيث الشكل :قبول الاستئناف شكلا لاستيفائه جميع الإجراءات القانونية.
في الموضوع :
إعادة الوقائع و الإجراءات إن المستأنفة هي مؤسسة عمومية اقتصادية تأسست بتاريخ 11/05/2002 و ذلك وفقا للقانون 200/03 المؤرخ في 05/08/2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ،مجال نشاط هو خدمات الهاتف الثابت و الانترنت،و منذ سنة 2014 أطلقت خدمة الانترنت بتقنية" LTE 4g " و ذلك من خلال عروض مختلفة لمن يرغب من الزبائن في الاشتراك في هذه الخدمة و انه لا يمكن الاستفادة من هذه الخدمة إلا بعد اقتناء جهاز موزع يعمل بنظام LTE لدى الوكالات التجارية و للمستأنفة و للحصول على خدماتها و نظمت العلاقة في شكل عقد نموذجي مكتوب بعنوان الشروط الخاصة لعقد اشتراك " LTE 4g العقد النموذجي الأول الذي كان معمول به منذ سنة 2014 تاريخ انطلاق خدمة G4 الغاية نهاية 2017 أين طرحت عروض جديدة أخضعتها لعقد نموذجي جديد كليا على العقد الأول الذي كان بتاريخ 2014 يتضمن عدد من البنود تتضمن الحقوق و الإلتزامات المستأنفة الزبون لاستفادة المشترك من خدمة الجيل الرابع للإنترنت التي توفرها " إتصالات الجزائر "
و نظرا الحساسية وحيوية مجال الاتصالات إقتصاديا و أمنيا ، و لتهيئة الأجواء لهذا النشاط أمام المتعاملين صدر قانون 2000/03 المؤرخ في 2000/08/05 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و الذي بموجبه أنشأة المستأنفة لمقتضيات المادة 12 منه،و أن أعمال و نشاطات و عقود المستأنفة أخضعت للرقابة المسبقة من طرف سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية ر بي تي قبل الشروع فيها و أن هذه الرقابة ملزمة لها ولا يمكن تخطيها بأجلها و مضمونها طبقا للمادة 13 من القانون 2000/03،و قرارات سلطة الضبط نافذة و لا نستطيع الطعن فيها إلا أمام مجلس الدولة في أجل شهر 01 وليس لهذا الطعن أثر موقف وهذا طبقا للمادة 13 من القانون 2000/03.
من خلال ما سبق فإن العقد النموذجي للمستأنفة لعروضها منذ نشأتها إلى حد اليوم محصنة بموافقة سلطة الضبط التي من ضمن مهامها التحكيم في النزاعات القائمة بين المتعاملين أو المستعملين كم اهو ظاهر من المادة 13 الفقرة 09،وأن نشاطها مراقب في جانبه التجاري و التنافسي مراقبة مسبقة وفقا للقانون 2000/03.
ومنذ شهر جوان 2017 قامت بإطلاق عروض جديدة تخص تقنية " G4LTE" من أجل العمل على التحقيق ضمان جودة عالية لهذه الخدمة لفائدة المشتركين ، وهذا برفع من حجم التدفق إلى أعلى مستوى لمواجهة تشبع شبكة الإنترنت ،و أخضعت هذه العروض الجديدة و عقدها النموذجي على سلطة الضبط لمقتضيات المادة 13 من القانون2000/03 كما سبق و وافقت هذه الأخيرة على هذه العروض كما جاءت به و سجلت في بعض النقاط و التي على أساسها حرر العقد النموذجي الجديد الساري العمل به حاليا مع المشتركين و بدأت بالنشاط الفعلي بهذه العقود بعد موافقة سلطة الضبط المختصة ،و أن المستأنف عليها رأت في العقد النموذجي للمستأنفة خرقا للقانون أين قامت برفع شكوى لسلطة الضبط بتاريخ 2017/06/03 تزعم فيها أن في عقدها النموذجي في خدمة الجيل الرابع جاءت فيه بنود تعسفية ، كما أنها قدمت شكوى للسيد وزير التجارة مؤرخة 2017/06/03 ، و أخطار لرئيس مجلس المنافسة ، و إلتماس تدخل و إنصاف للوزير الأول ،وكذلك وجهت المستأنفة ضدها إعذار لها محرر في 2017/07/03 ومبلغ بتاريخ 2017/07/04 جاء فيها التماسات من المستأنفة بوجوب تعديل الشروط العامة للعقد بإلغاء جميع البنود التعسفية وذلك من خلال عدم تعديل الأسعار دون القبول المشترك ، لا سيما خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهر،تحديد مدة العقد بفترة زمنية و تمديدها تلقائيا ، على أن يبقى السعر ثابتا و غير قابل للتعديل طول فترة العقد الساري ،تعويض الزبون عن فترة إنقطاع الخدمة بالتزويد بالإنترنت الحق في التعويض المشترك عن ثمن إقتناء الجهاز في حالة تكرار الإنقطاعات في منطقة إقامته وعدم التمكن من إصلاحها ،الإبقاء على عرض التدفق

رقم الجدول: 18/05595
رقم الفهرس: 19/00686

اللامحدود بسرعة 512 كليلو في الثانية بالنسبة لتعبئة 1000دج بإعتبار العرض الأنسب لغالبية المشتركين،و أن المستأنفة عليها لم تتلقى أي رد رسمي من سلطة الضبط و لا من وزارة التجارة و لا من المستأنف عليها كانت في واد و العقد النموذجي في واد آخر ،وكانت تتكلم على العقد النموذجي الذي كان ساري منذ 2014 و أن هذا العقد النموذجي عدل ووضع عقد نموذجي آخر يتناسب و عروض المستأنفة جائت في 2017.

و أن المستأنفة ضدها قامت بمرافعة المستأنفة أمام محكمة الدار البيضاء القسم التجاري التمست من خلالها من المحكمة :أولا : التصريح بأن الشروط العامة الواردة في العقد النموذجي حسب زعمها في 2017 تمثل العقد المبرم بين مشتركي خدمة الجيل الرابع للتزويد بالإنترنت و مؤسسة إتصالات الجزائر تتضمن شروطا تعسفية ، ونتيجة لذلك القضاء بتعديلها غير أنها قدمت للنقاش العقد النموذجي القديم لسنة 2014 كما يلي :

1-إلغاء شرط الإعفاء من المسؤولية في حالة انقطاع الخدمة و ذلك بتعويض المشترك عن فترة الانقطاع ما عدا في حالة القوة القاهرة .

2-إلغاء الحق في التعديل شروط العقد و شروط الخدمة دون الرجوع إلى الزبون.

3-الحق في فسخ العقد من طرف الزبون و لو خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهر وذلك في حالة ثبوت سوء نوعية الخدمة و الانقطاعات المتكررة مع حق في التعويض.

4- تحديد مدة العقد لمدة معلومة مسبقا و معقولة ، تجدد هذه المدة تلقائيا مع إبقاء السعر المتفق عليه ثابتا طوال فترة العقد الساري المفعول .

ثانيا : التصريح بأن التعديل ورفع الأسعار المتعلقة بخدمة الجيل الرابع ناتج عن الوضعية الاحتكارية للمدعي عليها ، مما يعتبر تعسفا بمفهوم القانون المتعلق بالمنافسة ، ونتيجة لذلك ، التصريح بإلغاء تطبيق العروض التجارية المعلنة إبتداءا من جوان 2017 بالنسبة الخدمة الجيل الرابع ، و إبقائها العرض القديم ساري المفعول لحين رفع الإحتكار أو إثبات نوفر خدمة الإتصال السلكية بمقر إقامة المشترك.

أنه ورغم أنه لم يقدم العقد النموذجي لسنة 2017 على الإطلاق و لم يطلع على مواده و لا بنوده و لم تتم مناقشته من المحكمة وقدم بدله العقد النموذجي لسنة 2014 الذي لم يعد ساري المفعول .

ورغم ذلك تفاجأت بصدور الحكم المؤرخ 2018/06/13 الحكم المستأنف وقضى بقبول الدعوى شكلا ، و في الموضوع التصريح بأن الشروط الخاصة لعقد الاشتراك المبرم بين مشتركي خدمة الجيل الرابع للتزويد بالانترنت و مؤسسة اتصالات تتضمن شروط تعسفية ونتيجة لذلك القضاء بتعديلها كما يلي :

1-إلغاء شروط إعفاء إتصالات الجزائر من المسؤولية في حالة انقطاع الخدمة و ذلك بتعويض المشترك عن فترة الانقطاع ما عدا في حالة القوة القاهرة.

2-إلغاء الحق في تعديل شروط العقد و شروط الخدمة دون الرجوع الى الزبون .

3-حق الزبون في فسخ العقد ولو خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهر في حال ثبوت نوعية الخدمة و الانقطاعات المتكررة في التعويض.

4-تحديد مدة العقد لمدة معلومة مسبقا ومعقولة تجدد بالتراضي بين الطرفين مع الإبقاء على السعر المتفق عليه ثابتا طوال فترة سريان العقد.

و أن هذا الحكم تراه المستانفة تعسفيا قد أجحف في حقوقها الشيء الذي جعلها ترفع ضده هذا الاستئناف من أجل إلغاء و التصدي من جديد للأسباب التالية :

1-حول صفة التقاضي لمصلحة الغير بالنسبة للمستأنف عليها:

أن الصفة و المصلحة شروط جوهرية وهي من النظام العام لمباشرة الدعاوي طبقا لأحكام المادة13 قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ،وأن المستأنف عليها و كما تضمنته المادة02 من قانونها الأساسي ، وهي جمعية وطنية هدفها العناية بشؤون المستهلك و رعاية مصالحة ، الدفاع عن المصالح المادية و المعنوية له و العمل على ترقية جودة المواد الاستهلاكية و الخدماتية ،و خلال القانون الأساسي للمستأنف ضدها و القانون 12/06 المتعلق بالجمعيات فإن مجال التقاضي بالنسبة للجمعية منحصر في الدفاع عن مصالحها الخاصة بها أو أعضائها فقط ،و أن

هذا الحصر أخرجها من دائرة التقاضي للصالح العام المطلق لصالح الغير و الذي يبقى حقا للدولة فقط و نص المادة و واضح لا يحتاج لا للتأويل و لا للتفسير،و أكثر ما يمكن المستأنف عليها القيام به النشاط في خلال هدفها مع الهيئات و الإدارات العامة و هو الأمر الذي كان لها من خلال مراسلتها مع الجهات الإدارية،لذا فيتجلى لنا أن الدعوى الأصلية رفعت من غير ذي صفة خارقة بذلك مقتضيات المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ، لذا يستوجب إلغاء الحكم المستأنف و التصدي من جديد برفض الدعوى الأصلية لإنعدام الصفة في المستأنف عليها .

و من خلال هذه المادة 23 التي جاءت في قانون 03/09 المؤرخ 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الجزائية فقط التي يسمح لها أن تكون إلى جانب المتضرر المستهلك وليس منفردة و ذلك للدفاع عن حقوق المستهلك فيما يخص التعويض عن الأضرار فقط.

أنه لا اجتهاد بوجود نص و لا يمكن العمل خارج النص فيما يخص الاجراءات خاصة تلك المتعلقة بالصفة كونها مقرونة بالنظام العام،لذلك وطبقا لما تقدم أعلاه تجلت لنا المراكز القانونية للأطراف و اتضح بما لا يدع مجال للشك أن الصفة التقاضي لمصلحة الغير منعدمة في المستأنف عليها.

02-حول عدم الاختصاص:أنه من خلال ما سبق فإن العقد النموذجي للمستأنفة لعروضها منذ نشأتها إلى اليوم محصنة بموافقة سلطة الضبط التي من ضمن مهامها التحكيم في النزاعات القائمة بين المتعاملين أو المستعملين كما هو ظاهر من المادة 13 فقرة 09 ،و أن نشاط المستأنفة مراقب في جانبه التجاري و التنافسي مراقبة مسبقة وفقا للقانون 2000/03 أنه ووفقا لما سبق فإن قانون خاص و الخاص بقيد العام،لذلك لا مجال للتكلم على عقود المستأنفة مع المستهلكين أأمام القضاء العادي في الدعوى.

3-حول انعدام الأساس القانوني:

أولا: أن دعوى الحال جاءت من طرف المستأنف عليها من أجل إلغاء أو تعديل الشروط التعسفية حسب زعمها الموجودة في العقد النموذجي في الشروط الخاصة لعقد اشتراك 4GLTE الواردة في النموذج لشهر ماي 2017 حسب مزاعم المستأنف عليها في عريضتها الإفتتاحية و التي أكدتها بملفها للموضوع بعقد نموذجي محرر في سنة 2018 دفعته للمناقشة و شكوى إلى سلطة الضبط لبريد و المواصلات محرر بتاريخ 2017/06/03،وأن المستأنف عليها استبقت الأمور و بنت شكواها ودعواها على العروض التي كانت تنشر في العرائض و التي كانت كمجرد عروض لم تنشأ عن عقد لأن العقد النموذجي أنشأ بعد أواخر 2017 بعد التحفظات التي نالت من عروض المستأنفة من طرف سلطة الضبط و التي على أساسها حرر العقد النموذجي الساري المفعول و الذي كان من الأجدر أن ترافع المستأنف عليها ضده من أجل إلغاء البنود التي ترق لها فيه و الذي هو ساري المعمول به الى حد اليوم،و كان على المستأنف عليها التريث تطلع على العقد و لا تبني قناعات على مجرد عروض كانت قبل صدور العقد النموذجي و تأسس دعواها على العقد النموذجي القديم المنهي العمل به ومنه فإن المستأنف عليها أسأت تأسيس دعواها فأساس دعواه عقد نموذجي منعدم ، لأن العقد محل طلب إلغاء بعض شروطه الخاصة و المقدم للنقاش في الوثيقة رقم 07 و الذي يظهر من خلالها أن التعاقد كان في سنة 2015 وهو العقد الذي لم يعد ساري في الواقع و الذي بنيت على أساسه الدعوى الأصلية .

لذا يستوجب إلغاء الحكم المستأنف من هذا الجانب و التصدي من جديد برفض الدعوى الأصلية لعدم التأسيس.

ثانيا : أنه ومن جهة أخرى المستأنف ضدها رافعة المستأنفة من أجل إلغاء البنود الخاصة في العقد النموذجي للعارضة المتعلق بشروط الخاصة للعقد 4GLTE الساري المفعول منذ شهر جوان 2017، و تدفع للمناقشة عقد نموذجي آخر الذي كان ساري ابتداءا من سنة 2014 بدليل العقد المقدم من طرفها في الملف الموضوع المحرر في سنة 2015 على أساس أنها بنود تعسفية و أسست دعواها على أساس المواد 70 و 110 من القانون المدني و قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية وقانون

2000/03 المحدد للقواعد العامة المتعلق بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية والأمر03/03 المعدل و المتمم المتعلق بالمنافسة و المرسوم التنفيذي رقم 06/306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التعسفية.

أن هذا هو موضوع الدعوى و الأساس الذي اعتمدته المستأنف عليها كما سبق تبيانه لمرافعة المستأنفة أمام القاضي التجاري وقبل التطرق لذالك يجب أن نتكلم عن قانون الخاص الذي يمكن على أساسه مقاضاة المستأنفة من أجل إلغاء البنود التعسفية ومن له الحق بالقول بالبنود التعسفية ومن له الحق في إلغاءها أو تعديلها أو الأمر بتوقيف العمل بها،وأن هذا الأمر يجرنا الى التدقيق في كل القوانين السالفة الذكر مجتمعه و الهدف من وجودها و هل تكفي لتكون الأساس القانوني للمستأنف عليها لمقاضاة المستانفة بدل المستهلك في تعديل هذه البنود أمام القاضي التجاري .

أن تجدر الإشارة و القول إلى أن قانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على ممارسات التجارية وضع أسس للممارسات التجارية ووضع آليات لمتابعتها ومعاقبة من يخالفها و أنه خص الممارسات التعاقدية التعسفية بالمادة 29 منه وبين المادة 30 منه ، أنه بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه و أنه يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم

أنه وبموجب المرسوم التنفيذي 06/306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصادية و المستهلكين و البنود التعسفية ، جاء في مادته الأولى تطبيق لأحكام المادة30 من قانون 04/02 المبين آعلاه وبين البنود التي تعتبر تعسفية ووضع لجنة تسمى لجنة البنود التعسفية في مادته 06 هي وحدها من لها الحق أن تبحث في العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين و البنود ذات الطابع التعسفي و تصيغ توصيات في هذا المجال تبلغ للوزير المكلف بالتجارة و المؤسسات المعينة بهذه الشروط ومنه لا مجال للتكلم على البنود التعسفية في العقد بعد صدور هذا المرسوم الذي جاء تطبيقا للقانون 04/02 إلا من بعد الإطلاع عليه من طرف لجنة البنود التعسفية ، كما جاء في المادة 06 من المرسوم 06/306 ، لذا لا مجال للقول بالبنود التعسفية أمام القضاء ضد المتعاملين الاقتصادين إلا من بعد إقرارها من طرف هذه الأخير.

أنه يتضح لنا أن المستأنف عليها يمكنها فقط أن تبدي رأيها أمام اللجنة التي يخولها القانون النظر في تعسفية البند و لا يمكن للمستأنف عليها حسب القانون أن تأسس نفسها مدعية بحق الغير أي المستهلك في مرافعة تجارية من أجل إبطال هذه البنود التي لم تقر بعد أنها تعسفية بالإضافة الى إمكانيتها بالتقاضي الخاص لصالح الغير ، لذا يستوجب رفض الدعوى الأصلية لعدم التأسيس القانوني من هذا الجانب أيضا.

ثالثا : أنه ومن جهة أخرى وبما أن العقود التي تباشر المستأنفة العمل بها يجب أن تحترم المادة 19 من قانون 04/02 التي تنص على أنه " يمنع إعادة بيع سلعة من سعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي..."فإذا اعتبرنا مثلا اعتبار بند من بنود العقد الذي اذا أعيدت صياغته سيضع المستأنفة في خانة المنع لأنه سوف يضع هذه السلعة بتكلفة أقل من تكلفته الحقيقية وهنا العودة إلى لجنة البنود التعسفية هي المخول الأول لمراقبة هاته الأمور و القول في مجملها هل هي تعسفية لأن الفرق بين الظاهر و الواقع لا يفهمه إلا صاحب الإختصاص الذين بينتهم المادة 06 من المرسوم التنفيذي 06/306 الشيء الذي يجعل المستأنف عليها لا تتمتع بالقدرة بوصف بند تعسفي و عرضه على القضاء ، مما يجعل الدعوى الحالية غير مؤسسة من هذا الباب يستوجب معه إلغاء الحكم المستأنف و التصدي من جديد برفض الدعوى لعدم التأسيس من هذا الوجه .

ومنه :

أصلا : القضاء بإلغاء الحكم المستأنف الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بعدم قبول الدعوى الأصلية شكلا لإنعدام الصفة في المستأنف عليها.

إحتياطيا :القضاء بإلغاء الحكم المستأنف الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بالقضاء الدعوى لعدم الإختصاص .

إحتياطيا جدا:القضاء بإلغاء الحكم الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13

تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بالقضاء برفض الدعوى لإنعدام الأساس القانوني.
مع القضاء على المستأنف عليها لتدفع للعارضة مبلغ 200.000دج كتعويض عن الدعوى الكيدية التعسفية القضاء على المستأنف عليها بالمصاريف القضائية .
ولقد جاء في جواب المستأنف عليها بواسطة الأستاذ تواتي جمال :
عن الدفوع الشكلية:
عن الدفع بإنعدام الصفة :
أن المستأنفة تدفع بإنعدام صفة المستأنف عليها في التقاضي :
لكن أن المستأنف عليها تستمد شرعية حقها في التقاضي بالاستناد إلى:
قانون الجمعيات رقم 12/06 المؤرخ في 12/01/2012 ، ولا سيما المادة 17 التي تنص صراحة على حق الجمعية في التقاضي و القيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها .
أن تسمية الجمعية الكاملة مثلما يتبين من وصل التصريح التأسيسي (المتمثل في الإعتماد) هو " المنظمة الجزائرية لحماية و إرشاد المستهلك ومحيطه".
أن أعضاء الجمعية هم بالتالي من فئة المستهلكين ، هي الصفة اللصيقة بجميع زبائن المستأنف عليها المتضررين من ممارسات المستأنف عليها التعسفية.
وبعبارة أخرى ، فإن دفع المستأنفة قد يكون أية صفة تجاه المستأنف عليها أما قضية الحال ، فإن أعضاء جمعية حماية المستهلك هم من فئة المستهلكين ، وهي الصفة التي تطلق على جميع زبائن المستأنفة وللجمعية الصفة المطلقة في التقاضي بإسمهم.
عن القانون 04/02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية:
أن القانون 04/02 المذكور ينص بالمادة 65 منه أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام هذه القانون وبالتالي فإن صفة التقاضي قائمة في دعوى الحال ، مما يستوجب رفض الدفع بإنعدام الصفة لعدم التأسيس .
عدم الدفع بعدم الإختصاص :إن المستأنف عليها تدفع بعدم اختصاص القضاء العادي في قضية الحال ، مستندة الى أحكام القانون 2000/03 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، زاعمة أن سلطة الضبط هي الوحيدة المختصة للبث في مثل هكذا نزاعات و أن قراراتها قابلة للطعن أمام القضاء الإداري،لكن ، أن القانون المذكور أعلاه لم يعطي لسلطة الضبط إختصاصا مانعا لمعالجة النزاعات التي تقوم بين المتعاملين و المستعملين (أي الزبائن)وإن كل ضمن اختصاصاتها التحكيم بينهم،كما أن القرارات التي تكون قابلة للطعن أمام المجلس الدولة التي تنص عليها المادة 17 من القانون المذكور أعلاه تدخل ضمن القرارات الإدارية التي تصدر في مجال ضبط المنافسة بين المتعاملين و في الإعتمادات التي تمنحها أو ترفضها ، وليس بصفتها هيئة تحكيم بين المتعاملين و الزبائن.
يتعين التصريح بالتالي بعدم جدية الدفع بعدم الإختصاص .
عن الدفوع المتعلقة بالموضوع :
عن الدفع بإنعدام الأساس القانوني :إن المستأنفة تزعم أن المستأنف عليها إستندت الى عقود نموذجية قديمة ، و أن دعواها بالتالي غير مستندة لأساس قانوني لكن هل تصريح المستأنفة يعني أن جميع عقود الزبائن المسلمة قبل نهاية سنة 2017 غير سارية المفعول و أصبحت ملغاة كلية فإذا كان الجواب نعم ، فمعناه أن المستأنفة تقر أمام المجلس أنها تقوم بمراجعة و تعديل العقود دون الرجوع إلى الزبون ، وذلك تأكيد على تعسفها و 'اذا كان الجواب ، فذلك يعني أن العقود المبرمة قبل نهاية 2017 لا تزال سارية المفعول و بالتالي فإن دعوى الحال تتعلق بجميع العقود المبرمة قبل ذلك التاريخ و تتعلق بأكثر من مليون مشترك ،وفضلا عن كل ذلك ، فإن العقود الجديدة المزعومة جاءت بعد رفع دعوى الحال ، والذي كان شهر جويلية 2017 ، و لا يمكن بأي حال من الأحوال التحجج بها الآن.

2-عن لجنة البنود التعسفية :أن المستأنفة تدفع بإختصاص لجنة البنود التعسفية في البحث في مجال البنود التعسفية لكن: أن دور لجنة البنود التعسفية هو دور استشاري بحث و ليس تحكيم اجباري و اختصاصها مانعا للقضاء ، طبقا لأحكام المادة 6 و7 من المرسوم التنفيذي 06/306 بالبنود التعسفية،و الدليل على ذلك هو إمكانية لجوء القاضي ، الى هاته اللجنة لطلب الرأي والتوصيات حول النزاعات المعروضة أمامه إذا رأى ضرورة في ذلك ، و لا سيما في الحالات التي تتطلب اختصاصا معينا ،وأن قاضي الدرجة الأولى رأى على صواب أرجة الأولى رأى على صواب أن البنود المذكورة في العقود المبرمة بين الزبائن و المستأنفة تتضمن شروطا تعسفيا واضحة و لا تحتاج لأي تأويل أو إختصاص،كما أن تدخل القاضي في تعديل هاته البنود يدخل في صميم اختصاصه الذي منحه إياه القانون و لا سيما بالمادة 110 من القانون المدني .
عن الدفع بالمادة 19 من القانون 04/02إن المستأنفة في محاولة يائسة من طرفها لتبرير تعسفها المفضوح في حق زبائنها تدفع بنص المادة 19 من القانون 04/02 المتعلق بالممارسات التجارية ، و المتعلقة بمنع إعادة بيع سلعة أو خدمة بأدنى من سعر تكلفتها الحقيقي " تذكر المستأنفة مرة أخرى أن البنود التعسفية التي تتضمنها عقودها لا علاقة لها بالسعر و التكلفة ، هذا من جهة ،ومن جهة أخرى ، فإن المستأنفة تحاول أن تقوم بأن احترام القانون سيؤدي بها إلى خسائر و بالتالي يجب إعفاؤها من تطبيق القانون و احترام حقوق المستهلكين لأن ذلك قد يؤدي إلى إلحاق خسائر بها ويجدر التذكير هنا الى أن الممارسات التجارية تخضع لضوابط و قواعد يتعين على المتعاملين احترامها ، و لا يحوز بأي حال من الأحوال الدوس على القوانين بحجة احتمال الخسارة ، وما على المستأنفة سوى احترام قواعد التجارة المعمول بها.
عن الاستئناف الفرعي :
أنها تتقدم بإستئناف فرعي طبقا للمادة 337 من ق إ م إ:
أن المستأنفة فرعيا قدمت طلبين رئيسيين يتعلقان بالإشتراك في صيغة الجيل الرابع الأول يتعلق بالبنود التعسفية التي يتضمنها العقد ، و لا سيما تعديل صيغة الإشتراك .
الثاني يتعلق بتعديل الإشتراك الأخير ، وذلك على أساس التعسف في وضعية الإحتكار المحظور بموجب قانون المنافسة،إن كلا الطلبين متلازمين ، ويتعلقان بنفس عقود الإشتراك
أن محكمة ارتأت الإستجابة إلى الطلب الأول ، في حين استبعدت الطلب الثاني وصرف العارضة لرفع دعوى مستقلة لكونه مستقل عن الطلب الأول .
لكن :يتعين على ما سبق تأييد الحكم المستأنف مبدئيا ، و تعديلا له ، التصدي للطلبات المتعلقة بإلغاء العروض الجديدة بسبب التعسف في وضعية الاحتكار لحين رفعها .
عن الطلب المتعلق بالتعويض عن الاستئناف التعسفي :
يظهر جليا أن الإستئناف الحالي جاء بهدف ربح الوقت و الإضرار أكثر بالمشتركين و المستأنف عليها ، خصوصا و أن عدد المشتركين يفوق مليون مشترك ، أي أكثر من مليون عائلة أن المستأنفة عليها مؤسسة للمطالبة بتعويضات عن الإستئناف التعسفي ، طبقا للمواد 342 و 347 من قانون الإجراءات المدنية الإدارية .
وتلتمس :
في الشكل :إثبات أن المستأنف عليها تملك الصفة و أهلية التقاضي بموجب قانون الجمعيات و القانون 04/02 المتعلق بالممارسات التجارية .
اثبات أن اختصاص سلطة الضبط ليس اختصاصا مانعا للقضاء العادي .
بالنتيجة : استبعاد الدفوع الشكلية لعدم تأسيسها .
في الموضوع :رفض جميع الدفوع لعدم التأسيس .
عن الإستئناف الفرعي :
تأييد الحكم المستأنف مبدئيا ، وتعديلا له ، التصدي لطلب المستأنفة فرعيا و التصريح بإلغاء التعديلات التي جاءت بالعروض الجديدة في أسعار الإشتراك .
التعويض عن الإستئناف التعسفي :
إلزام المستأنفة بأن تدفع للعارضة مبلغ مليوني دينار جزائري (2 مليون دج) كتعويض عن الاستئناف التعسفي.

حيث أن القضية أدرجت في المرافعة لجلسة 2018/12/12 واستمرت لجلسة 2018/12/19 وأعيدت للجدول لجواب المستأنف عليها بعد تمكينها من ملف إضافي ثم أدرجت في المرافعة لجلسة 2019/01/09 واستمرت لجلسة 2019/01/16 بسبب تغيير التشكيلة وبناءا على ذلك قامت الرئيسة المقررة السيدة داودي غنية بتحرير تقريرها المكتوب وإيداعه أمانة كتابة ضبط الغرفة لتمكين الخصوم من الإطلاع عليه وفقا للمادة 546 من ق.إ.م إ.
حيث أن القضية أدرجت في المداولة لجلسة بتاريخ 2019/01/30 للنطق بالقرار الآتي بيانه :

** وعليه فإن المجلس **

بعد الإطلاع على عريضة الاستئناف والمذكرة الجوابية والأوراق المرفقة بالملف لاسيما الحكم المستأنف ومجمل الوثائق المرفقة بملف القضية
بعد الإطلاع على المواد 336-339- 404 - 539 إلى 550 -419 من قانون الإجراءات المدنية
بعد الإطلاع على أحكام القانون المدني و القانون التجاري
بعد الإطلاع على طلبات النيابة المكتوبة الرامية لتطبيق القانون
بعد الاستماع للسيدة داودي غنية الرئيسة المقررة في تلاوة تقريرها المكتوب خلال جلسة المرافعة وأثناء المداولة.
بعد المداولة وفقا للقانون
من حيث الشكل : حيث أن الحكم الصادر عن محكمة سيدي أمحمد بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 18/03195 لم يتم تبليغه للمستأنفة ، مما يجعل آجال الاستئناف لازالت مفتوحة ويتعين قبول الاستئناف لوروده ضمن الآجال القانونية .
حيث أن عريضة الاستئناف مستوفاة لجميع الشروط الشكلية المنصوص عليها في المادة 540 من ق إ م إ ، مما يتعين قبولها شكلا.
من حيث الموضوع :
حيث أن المستأنفة اتصالات الجزائر شركة أسهم تعرض على رقابة المجلس الحكم المستأنف الصادر عن محكمة سيدي أمحمد بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 18/03195 المشار إلى مقتضياته سالفا ، وتدفع بأنها مؤسسة عمومية اقتصادية تأسست في 2002/05/11 طبقا للقانون 03/200 المؤرخ في 2000/08/05 ومجال نشاطها هو خدمات الهاتف الثابت الانترنت وفي 2014 أطلقت خدمة الانترنت بتقنية G4 LTE من خلال عروض مختلفة و للتعاقد و الربط شبكاتها و الولوج لخدماتها وضعت عقدا نموذجيا ينظم العلاقة بينها وبين الزبون في شكل مكتوب بعنوان 2014 لغاية نهاية 2017 ،أين طرحت عروض جديدة أخضعتها لعقد نموذجي جديد كليا على العقد الأول وتضمن العقد عدد من البنود تتضمن الحقوق و إلتزامات ، وخضع العقد لرقابة المسبقة من سلطة ضبط البريد طبقا للمادة 13 من قانون 03/2000 و بالتالي فإن نشاطها مراقب من الجانب التجاري والتنافسي ، ووافقت سلطة الضبط على العروض وسجلت تحفظات في بعض النقاط التي على أساسها حرر العقد ،وبدأت بالنشاط الفعلي بهذه العقود ،غير أن المستأنف عليها رأت في العقد خرقا للقانون ،ورفعت شكوى لسلطة الضبط في 2017/06/03 وإخطار مجلس المنافسة و إلتماس تدخل الوزير الأول ثم وجهت لها اعذار ملتمسة تعديل الشروط العامة للعقد بإلغاء جميع الشروط التعسفية ، من خلال عدم تعديل الأسعار دون القبول المشترك خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهر، تحديد مدة العقد بفترة زمنية وتمديدها تلقائيا على أن يبقى السعر ثابت وغير قابل للتعديل طوال فترة العقد الساري ، تعويض الزبون عن فترة الانقطاع لخدمة التزود الانترنت ، الحق في التعويض المشترك عن ثمن اقتناء الجهاز في حالة تكرار الانقطاعات ، الإبقاء على عرض التدفق اللامحدود بسرعة 512كليلو في الثانية بالنسبة للتعبئة 1000دج بإعتباره العرض الأنسب لغالبية المشتركين ، ثم رفعت الدعوى الحالية التي أسفرت عن صدور الحكم المستأنف ، وهي تثير الدفع بإنعدام الصفة و

المصلحة في التقاضي بالنسبة للمستـأنف عليها طبقا للمادة 2 من قانونها الأساسي ، ذلك عدم الاختصاص النوعي لأن أعمالها و نشاطها تخضع للرقابة المسبقة من طرف سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و قرارات سلطة الضبط نافذة و لا تستطيع الطعن فيها إلا أمام مجلس الدولة في أجل شهر وليس للطعن أثر موقف ، كذلك من حيث الموضوع انعدام الأساس القانوني كون المستأنف عليها بنت دعواها على العروض التي كانت تنشر في العرائض و كانت مجرد عروض لم تنشأ عن عقد لأن العقد النموذجي انشأ في 2017 بعد التحفظات من طرف سلطة الضبط ، و أسس دعواها على عقد منتهي العمل به المؤرخ في 2014 ، كما أنه لا مجال للتكلم عن البنود التعسفية بعد صدور المرسوم التنفيذي06/306 الذي وضع لجنة البنود التعسفية التي تبحث في الطابع التعسفي ، وتلتمس : أصلا : القضاء بإلغاء الحكم المستأنف الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بعدم قبول الدعوى الأصلية شكلا لإنعدام الصفة في المستأنف عليها.

إحتياطيا :القضاء بإلغاء الحكم المستأنف الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بالقضاء الدعوى لعدم الإختصاص .

إحتياطيا جدا:القضاء بإلغاء الحكم الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 3195/18 و التصدي من جديد بالقضاء برفض الدعوى لإنعدام الأساس القانوني.

مع القضاء على المستأنف عليها لتدفع للعارضة مبلغ 200.000دج كتعويض عن الدعوى الكيدية التعسفية القضاء على المستأنف عليها بالمصاريف القضائية .

حيث أن المستأنف عليها تدفع برفض الدفوع الشكلية المتعلقة بإنعدام الصفة وبعدم الإختصاص ، وفي الموضوع فإن المستأنفة تقر أنها تقوم بمواجهة وتعديل العقود دون الرجوع إلى الزبون وهذا تأكيد على تعسفها ، كما أن دور لجنة البنود التعسفية هو استشاري بحث و ليس هيئة تحكيم اجباري و اختصاصها ليس اختصاص مانع للقضاء ، و أن قاضي الدرجة الأولى أصاب في حكمه ، و أنها تقدم استئناف فرعي فيما يتعلق بتعديل الاشتراك الأخير على أساس التعسف في وضعية الاحتكار المحظور بموجب قانون المنافسة ، الذي استبعدته المحكمة وصرفتها لإقامة دعوى مستقلة وتطالب أيضا بالتعويض عن الإستئناف التعسفي و تلتمس في الشكل : استبعاد الدفوع الشكلية لعدم تأسيسها .

في الموضوع :رفض جميع الدفوع لعدم التأسيس .

عن الإستئناف الفرعي :تأييد الحكم المستأنف مبدئيا ، وتعديلا له ، التصدي لطلب المستأنفة فرعيا و التصريح بإلغاء التعديلات التي جاءت بالعروض الجديدة في أسعار الإشتراك .

التعويض عن الإستئناف التعسفي :إلزام المستأنفة بأن تدفع للعارضة مبلغ مليوني دينار جزائري (2 مليون دج) كتعويض عن الاستئناف التعسفي.

حيث يستخلص من ملف القضية أن المستأنف عليها المنظمة الجزائرية لحماية و إرشاد المستهلك و محيطه جمعية وطنية ذات طابع اجتماعي رافعت المستأنفة الحالية أمام محكمة الدار البيضاء من أجل التصريح بأن الشروط العامة بالعقد المبرم بين مشتركي خدمة الجيل الرابع بتزود بالانترنت ومؤسسة اتصالات الجزائر، تتضمن شروط تعسفية و نتيجة لذلك القضاء بتعديلها ، و إلغاء شرط الإعفاء من المسؤولية في حالة انقطاع الخدمة و ذلك بتعويض مشترك عن فترة الإنقطاع الخدمة و ذلك بتعويض المشترك عن فترة الانقطاع ، إلغاء الحق في تعديل شروط العقد و شروط الخدمة دون الرجوع إلى الزبون ، الحق في فسخ العقد من طرف الزبون و لو خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهرا و ذلك في حالة ثبوت سوء نوعية الخدمة الانقطاعات المتكررة مع الحق في التعويض تحديد مدة العقد لمدة معلومة ومعقولة وتجديد تلقائيا مع إبقاء السعر المتفق عليه ثابتا طوال فترة العقد الساري المفعول ، التصريح بأن تعديل ورفع الأسعار المتعلقة بخدمة الجيل الرابع ناتج عن الوضعية الاحتكارية للمدعى عليها ، مما يعتبر تعسفا بمفهوم قانون المنافسة و بالنتيجة إلغاء تطبيق العروض التجارية المعلبة ابتداءا من جوان 2017 لخدمة الجيل الرابع ، و إبقاء العرض القديم ساري المفعول لحين رفع الاحتكار أو إثبات

توفر خدمة الاتصال السلكية بمقر المشترك ، ولقد أسفرت الدعوى عن صدور الحكم المستأنف المشار إلى مقتضياته في الوقائع أعلاه .

من حيث الدفع بإنعدام الصفة في المستأنف عليها :

حيث أن المستأنفة الحالية تدفع بإنعدام الصفة و المصلحة في المستأنف عليها (المدعية الأصلية) على أساس أن المادة 2 من قانونها الأساسي و القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات فإن مجال التقاضي بالنسبة للجمعية من حصر في الدفاع عن مصالحها الخاصة بها أو بأعضائها فقط .

حيث أنه من المقرر قانونا طبقا للمادة 13 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية لا يحوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون.

حيث أنه ثابت من ملف القضية أن المستأنف عليها المدعية الأصلية لإثبات صفتها في التقاضي قدمت القانون الأساسي المصادق عليه خلال الجمعية العامة التأسيسية المنعقدة في 2014/05/22 ، و وصل تسجيل التصريح التأسيسي للجمعية و أن القانون الأساسي ينص في المادة الثانية مدة(03) على أن المنظمة الجزائرية لحماية و إرشاد المستهلك هي جمعية وطنية اجتماعية وفي مادته الرابعة تنص على أن هذه الجمعية تهدف أساسا لعناية شؤون المستهلك ورعاية مصالحة و العمل على مواجهة حالات الغش و الخداع و الدفاع عن المصالح المادية و المعنوية للمستهلك ...الخ ضف إلى أن المادة 17 من قانون الجمعيات رقم 12/06 المؤرخ في 2012/01/12 ينص على حق الجمعية في التقاضي و القيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة ، سبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ، ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها ...، و أن الجمعية بهذه الصفة وهي متكونة من مستهلكين وهذا يعطيها الحق في التقاضي ، مما يتعين رفض الدفع المثار المتعلق بإنعدام الصفة.

من حيث الدفع بعدم الإختصاص النوعي: حيث أن المستأنفة تدفع بعدم الإختصاص النوعي على أساس أن المادة 13 من القانون رقم 2000/03 فإن أعمال و نشاطات و عقود المستأنفة تخضع للرقابة المسبقة من طرف سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و للاسلكية قبل الشروع فيها ، وأن هذه الرقابة ملزمة لها و أن قرارات سلطة الضبط نافذة لا تستطيع الطعن فيها إلا أمام مجلس الدولة في أجل شهر وليس للطعن إثر موقف ، ومنه لا يمكن الطعن في عقدها النموذجية إلا عن طريق الطعن في قرارات سلطة الضبط أمام مجلس الدولة:

حيث انه بخلاف ما تتمسك به المستانفة خطأ فإن موضوع الدعوى الحالية ينصب حول وجوب تعديل الشروط العامة للعقد بإلغاء جميع البنود التعسفية من خلال عدم تعديل الأسعار دون قبول المشترك لا سيما خلال فترة الإلتزام المقدرة ب 12 شهرا ، تحديد مدة العقد بفترة زمنية و تمديدها تلقائيا على أن يبقى السعر ثابت و غير قابل للتعديل خلال سريان العقد ، تعويض الزبون عن فترة انقطاع الخدمة بالتزود بالانترنت ،ألحق في التعويض المشترك عن ثمن إقتناء الجهاز في حالة تكرار الإنقطاعات وعدم إصلاحها ،وبالتالي فالطلب القضاء يتعلق بمناقشة البنود التعسفية للعقد المبرم بين الطرفين المؤرخ في 2017 ، وليس مناقشة قرارات سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و للاسلكية ، وبالتالي فالقضاء العادي مختص لمناقشة الشروط التعسفية للعقد.

من حيث عدم اختصاص القضاء العادي بمناقشة البنود التعسفية طبقا للمرسوم التنفيذي 06/306:

حيث أن المستأنفة تدفع بان المرسوم السالف الذكر وضع لجنة البنود التعسفية التي لها الحق وحدها في أن تبحث في العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين و البنود التعسفية.

حيث انه بخلاف ما تدفع به المستأنفة فان المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 2006/09/10 و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ذات طابع استشاري ، وبالتالي فإن هذه اللجنة لها طابع استشاري و اختصاصها ليس اختصاص مانع للقضاء ، مما يتعين رفض الدفع المثار لعدم التأسيس.

حيث أن بالرجوع بطلبات المستأنف عليها الأصلية فإنها انصبت على شقين الأول يتعلق بإلغاء

بالبنود التعسفية التي تضمنها العقد وهي الحق في تعديل الأسعار دون الرجوع للزبون الحق في تعديل شروط الخدمة دون الرجوع للزبون ، الإعفاء الكلي من الإلتزامات المتعلقة بنوعية الخدمة ، ورفض التعويض عند الفسخ ولو كان سبب راجع لاتصالات الجزائر على أساس مخالفتها القانون 04/02 المتعلق بالممارسات التجارية وكذا أحكام المرسوم التنفيذي 06/306 المتضمن العناصر الأساسية للعقد ، و البنود التعسفية و أحكام القانون المدني ، و الشق الثاني يتعلق بتعديل الاشتراك الأخير على أساس التعسف في وضعية الإحتكار الهيمنة على السوق .

حيث أن المستأنف عليها (المدعية الأصلية) أسست دعواها بأنها جمعية وطنية ذات طابع اجتماعي أنشأت لحماية المستهلك و أن المستأنفة أطلقت في نهاية 2014 عرض خاص للمستهلكين للتزويد بخدمة الانترنت بتقنية (الجيل الرابع4 جي ل تي يتضمن شراء جهاز استقبال رقمي من الزبون و شراء كمية التدفق للشروط التالية :تعبئة1000مقابل تدفق 1 جيغا لمدة شهر مع ضمان تدفق غير محدود بسرعة 512 كليو بايت في الثانية بعد استهلاكه لغاية انتهاء الشهر، وتعبئة 2.500دج مقابل 03 جيغا صالحة لمدة شهر، 3.500دج مقابل 5 جيغا صالحة لمدة شهر 6.500دج مقابل 10 جيغا صالحة لمدة شهر، لكنها فاجأت المستهلكين في شهر ماي 2017 بإلغاء التدفق الغير محدود بسرعة 512 كيلو في الثانية بالنسبة لتعبئة 1000دج دون سابق إنذار .

حيث أن المستأنفة تتمسك بأن المستأنف عليها استبقت الأمور و بنت دعواها على العروض التي كانت تشير في العرائض وكانت مجرد عروض لم تنشأ عن عقد لأن العقد النموذجي انشأ في أواخر 2017 بعد التحفظات من سلطة الضبط التي على أساسها حرر العقد النموذجي الساري المفعول في 2017 ،وتعيب عليها أنها أسست دعواها على العقد المنتهي به العمل المؤرخ في 2014و تتمسك بإساءة تأسيس دعواها.

حيث انه من المقرر قانونا وطبقا لنص المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون"

حيث أن القاعدة العامة المستخلصة من أحكام المادة 13 السالفة الذكر أنها تنص على شروط قبول الدعوى يجب توافرها وقت رفعها ويجب أن تتوافر في المصلحة شروط معينة في أنها قانونية وحالة وقائمة .

حيث انه الثابت من خلال الإطلاع على ملف الدعوى الأصلية ومن خلال عريضة افتتاح الدعوى أن المستأنف عليها "المدعية الأصلية "أسست دعواها على المستأنفة أطلقت في نهاية سنة 2014 عرضا خاصا للمستهلكين الراغبين في التزود بخدمة الإنترنت بواسطة الجيل الرابع وهذا العرض تضمن شراء جهاز استقبال رقمي من طرف الزبون على أن يقوم بشراء كمية التدفق وفقا للشروط التجارية المحددة وان المستأنف عليها والمستهلكين استقبلوا هذا العرض بارتياح كبير ،غير أنهم تفاجأوا خلال شهر ماي 2017 بإلغاء التدفق الغير محدود بسرعة 512 كيلو أوكتيه في الثانية بالنسبة لتعبئة بقيمة 1000 دج دون سابق إنذار ،ولذلك بعد اجتماعها مع المستأنفة وتوجيه لها اعذرا رفعت الدعوى الحالية وأسست دعواها على العروض التي كانت تنشر في العرائض ولإثبات مصلحتها قدمت تغطية لندوة صحفية إقامتها المستأنفة عن الإعلان عن إطلاق العرض الجديد 04 جي ،ونسخة من العرض الجديد لسنة 2017 المتضمن إلغاء الصيغة الأولى ومقتطفات من صحف وطنية حول الإجتماع المنعقد بين ممثلي المستأنف عليها والمدير العام لإتصالات الجزائر دون أن تقدم العقد النموذجي المؤرخ في 2017 المتضمن البنود التعسفية التي تطالب بإلغائها ،واكتفت بتقديم العقد النموذجي المؤرخ في سنة 2014 الذي لا يشكل أي احتجاج من طرفها كونها لا تنازع في بنوده .

حيث انه للإعتبارات السالفة الذكر وطالما أن المستأنفة لإثبات الشروط التعسفية للعقد استندت إلى العروض التي كانت تنشر من طرف المستأنفة قبل أن ينشأ العقد النموذجي المنازع في بنوده ، فإن المصلحة لم تكن حالة وقائمة أثناء رفع الدعوى، مما يترتب عليه عدم قبول الدعوى لإنعدام المصلحة .

حيث أن قاضي الدرجة الأولى بنى حكمه على مجرد عروض نشرت في العرائض وان العقد المتضمن البنود التعسفية لم يعرض عليه لمناقشته ،وان قيام دعوى المستأنف عليها على مجرد عروض يجعل مصلحتها من الدعوى منتفية ولذلك فقاضي الدرجة الأولى بخوضه في موضوع الدعوى دون التحقق في شرط المصلحة يكون قد اخطأ في حكمه وأساء تطبيق القانون،مما يتعين إلغاء الحكم المستأنف الصادرعن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 03195/18 والفصل من جديد بعدم قبول الدعوى الأصلية لإنتفاء شرط المصلحة .
حيث أن المصاريف القضائية على المستأنف عليها طبقا لنص المادة 419 من ق إ م إ .

** لهـذه الأسباب **

قرر المجلس حال فصله في القضايا التجارية علنيا حضوريا نهائيا
في الشكل :قبول الإستئنافين الأصلي والفرعي .
في الموضوع : إلغاء الحكم المستأنف الصادر عن محكمة الدار البيضاء بتاريخ 2018/06/13 تحت رقم الفهرس 03195/18 والفصل من جديد بعدم قبول الدعوى الأصلية .
تحميل المستأنف عليها المصاريف القضائية .
وعلى صحة ما ذكر وقع أصل القرار كل من :

الرئيـس (ة) المقرر(ة) أميـن الضبـط

نسخة طبق الأصل

04 فبراير 2019

المراجع باللغة العربية

أولا – القواميس

1 - ابن منظور الإفريقي، لسان العرب ال ا ربع، بدون رقم الطبعة ،مصر ،القاهرة : دار الكتاب المصري، 1979.

2 - عبد الواحد كرم ، معجم مصطلحات الشريعة والقانون (عربي – فرنسي – انجليزي) ، بدون رقم الطبعة، بدون دار النشر ، 1995.

3- وليد بشارة فرهود, معجم إنجليزي- عربي للمصطلحات وللمفردات القانونية المستعملة في محاكم الولايات المتحدة الأميركية الطبعة الثانية 1 201 حقوق الطبع محفوظة لمكتب الشرق الأوسط الدولي للخدمات © وللمؤلف وليد بشارة فرهود.

4- المنجد في اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الثانية، لبنان، بيروت: دار المشرق، 2001

5- المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة 29، بيروت، دار المشرق، سنة 1989

ثانيا المؤلفات

1 - أحمد بسيوني أبو الروس ، جرائم النصب ، بدون رقم الطبعة ، الاسكندرية ، مصر : دار المطبوعات الجامعية ، 1986.

2 - أحسن بوسقيعة ،الوجيز في القانون الجزائي الخاص، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال ، جرائم التزوير، الجزء 2 ، طبعة 13 ، الجزائر : دار هومه، ، 2013 .

3 - - أسامة حمدان الرقب ، جرائم النصب والاحتيال ، الأساليب – الظاهر – العلاج ، الطبعة الأولى الأردن ، عمان : دار يافا العلمية للنشر والتوزيع ، 2012.

4- العربي بلحاج ، النظرية العامة للالتزامات في القانون الجزائري ، الجزء الاول ، المصادر الارادية (العقد والارادة المنفردة) ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 2015.

5 - بتول صراوة عبادي، التضليل الاعلاني التجاري واثره على المستهلك دراسة قانونية ، الطبعة الأولى، لبنان :منشورات الحلبي الحقوقية ، 2011.

6 - جميلة دوار ، أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري ، الطبعة الأولى ، الجزائر : دار قرطبة للنشر والتوزيع ، 2010.

7 - رشيد شميشم ،مناهج العلوم القانونية ،الجزائر دار الخلدونية للنشر والتوزع ،ص2006..

8 _ رضا متولي وهدان ، الخداع الاعلاني وأثره في معيار التدليس ، دراسة مقارنة في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقه الاسلامي ، الطبعة الأولى ، مصر : دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع 2008.

9 - زهية حورية سي يوسف ، دراسة قانون رقم09-03 المؤرخ في 5 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007 .

10- عبد الرزاق أحمد السنهوري ، الوسيط في شرح قانون المدني، دون رقم الطبعة ، بيروت ، لبنان : دار احياء التراث العربي ، 1964.

11- - عبد السلام ديب ، قانون الاجراءات المدنية والادارية الجديد ، الطبعة الثانية منقحة ، الجزائر : موسم للنشر ، 2011..

12 - علاء الدين عشي، مدخل القانون الاداري ، طبعة جديدة مزيدة ومنقحة ، الجزائر ، عين مليلة : دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2012

13 - علي فيلالي ، الالتزامات "الفعل المستحق للتعويض"، بدون رقم الطبعة ، الجزائر : موفم للنشر ، 2007.

14 - علي فلالي ، الالتزامات - النظرية العامة للعقد ، الطبعة الثالثة ، الجزائر: موفم للنشر ، 2013.

15- علي مراح ، منهجية التفكير القانوني (نظريا وعلما)، بدون رقم الطبعة، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية ، 2004.

16 -.عمار بوضياف ، التنظيم الاداري في الجزائر – بين النظرية والتطبيق ، الجزائر : جسور للنشر والتوزيع ، 2010.

17 - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" بدون رقم الطبعة ، القاهرة، مصر : دار الكتاب الحديث، 2006.

18 - محمد حسن قاسم، قانون العقود الفرنسي الجديد باللغة العربية ، المواد 1100 الى 7- 1231 من القانون المدني الفرنسي ، بيروت لبنان : منشورات الجلبي الحقوقية ،2018.

19 - محمد صبري السعدي ، الواضح في شرح القانون المدني - النظرية العامة للالتزامات ، أحكام الالتزام ، دراسة مقارنة في القوانين العربية ، بدون رقم الطبعة ، الجزائر ، عين ميلة : دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010.

20 - محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، بدون رقم الطبعة، الإسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة،2005.

21 - ناصر لباد ،الوجيز في القانون الاداري Précis De Droit Administratif ، الطبعة الرابعة ، الجزائر ، سطيف : دار المجدد للنشر والتوزيع ، 2010، ص 91.

ثانيا : المقالات

1 - بوحفص جلاب نعناعة ، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الاعلان التجاري المضلل ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2،المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ،المجلد 14 ،العدد02 ،2016.

2 - براشمي مفتاح، أ مساعد قسم ب ، الركن المادي لجنحة الاشهار التضليلي في التشريع الجزائري ، جامعة احمد زبانة غليزان ، مجلة القانون، العدد 06 ، جوان 2016.

3 - بوخالفة عبد الكريم ، باحث دكتوراه في قانون الاستثمار ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي الالكتروني.

4 - محمد شرايرية ، استاذ محاضر قسم ب ، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي ، جامعة 28 ماي 1945،قالمة ،مجلة الاجتهاد القضائي ،العدد2017،14.

5- منية شوايدية، جامعة قالمة ، ضوابط حماية المستهلك من الاشهار الكاذب وفق المرسوم التنفيذي رقم 13-378 ،مجلة تطوير العلوم الاجتماعية ، العدد الثاني عشر ،2015.

6- يمينة بليمان ، الاشهار الكاذب أو المضلل ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قسنطينة الجزائر ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد ب ، العدد 32 ، ديسمبر ، 2009.

7- ناصر لباد ، السلطات الإدارية المستقلة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، الجزائر ، المجلد 11 العدد 21 ، 2001.

ثالثا : الدراسات الأكادمية

1 - سارة عزوز، حماية المستهلك من الاشهار التضليلي في القانون الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه LMD في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، كلية الحقوق والعلوم الانسانية ، قسم الحقوق 2016-2017

2 – ملال نوال، جريمة الاشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون خاص تخصص علاقات الاعوان الاقتصاديين و المستهلكين، جامعة وهران كلية الحقوق و العلوم السياسية ،2013.

رابعا : النصوص التشريعية

أ – الأوامر

1 - الأمر رقم 66 – 155 المؤرخ في 08 جوان 1966 المتضمن قانون الاجراءات الجزائية المعدل والمتمم ،ج ر العدد 48 ، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 15 – 02 المؤرخ في 32 يوليو 2015،ج ر العدد 40 ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17 – 07 المؤرخ في 27 مارس2017 ، ج ر العدد 20، المعدل المتمم بالقانون رقم 18 – 06 المؤرخ في 20 يونيو 2018 ، ج ر العدد 34.

2- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 80 جويلية 1966 ، يتضمن قانون العقوبات ، ج ر العدد 49 معدل ومتمم بالقانون رقم 16 – 02 المؤرخ في 19 يونيو 2016 ، ج ر العدد 37.

3- الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر العدد 78. المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 07-05 المؤرخ في 20 ماي 2007 ، ج ر العدد 31

4- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة ج ر العدد 43 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15غشت 2010 ج ر العدد 46

ب – القوانين

1- القانون رقم 85-05 المؤرخ في 17 فيفري 1985 المتعلق بحماية الصحة و تقيتها ، ج ر العدد08 ، المعدل و المتمم بالقانون رقم 90-17 المؤرخ في 31 جويلية 1990 ،ج ر العدد 35.

2 - القانون رقم 03-06 المؤرخ في 19 جوان 2003 ، المتعلق بالعلامات ، ج ر العدد 44.

3- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج ر عدد41 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 ج ر عدد 04.

4- لقانون 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية ، ج ر العدد21.

5 - القانون رقم 11 - 10 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بالبلدية، ج ر العدد 37.

6- القانون العضوي رقم 12- 05 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام ، ج ر العدد 02.

7 - القانون العضوي رقم 12- 05 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام ، ج ر العدد 02.

8 - القانون رقم 12- 07 المؤرخ في 21 فيفري 2012 ، المتعلق بالولاية، ج ر العدد 12.

9 - القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج ر العدد 16

10 - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، يتعلق بالتجارة الالكترونية ، ج ر العدد28.

ب – المراسيم

1- المرسم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في03 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ج ر عدد 21 ، معدل والمتمم.

2– المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 30 جانفي 1991، يتضمن تنظيم مهنة المحاماة ، ج رالعدد41.

3 - المرسم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20افريل 199المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، ج ر العدد 19

4- المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 1992 يتضمن مدونة اخلاقيات الطب ،ج ر العدد 52.

5- المرسوم التنفيذي رقم 92-384 المؤرخ في 60 جوان 1992 المتعلق بحماية المنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، ج ر العدد92 ،المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 02-09 المؤرخ في 22 جويلية 2002 ، ج ر العدد44.

6- - المرسوم التنفيذي رقم 01-396 المؤرخ في 17 فيفري 2001 ، المتضمن تنظيم نشاطات صنع التبغ و توزيعه ، ج ر العدد 04

7 - المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005 المتعلق بجرد المواد المحجوزة ج ر العدد 81

8- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 7 جوان 2006 ، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين، والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 ، ج ر العدد 56.

9- المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005 المتعلق بجرد المواد المحجوزة +- + ج ر العدد 81

10- المرسوم التنفيذي رقم 11-216 المؤرخ في 12 جويلية 2011 م المتعلق بصلاحيات وزير الاتصال، ج ر العدد 3

11- المرسوم التنفيذي رقم 11-217 المؤرخ في 12 جويلية 2011 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال، ج ر العدد 3.

خامسا - القرارات القضائية

1- القرار رقم 05595/18 بتاريخ 26 جوان 2018 ، الصادر عن الغرفة .التجارية، مجلس قضاء الجزائر.

المواقع الالكترونية

1 - https:// alghad.com

2 - www.alukah.net

المراجع باللغة الفرنسية

A- les dictionnaires

-1 Gaston GRIOLET , Charles VERGÉ , M. Henry WEBER , petit dictionnaire de droit ,paris : BUREAU DE LA JURISPRUDENCE GÉNÉRALE DALLOZ , édition 1909.

2- Le Petit Robert, Dictionnaire : le nouveau Petit Robert de la langue française. Paris: Le Robert, 2008

3 - GODE (P.). Dictionnaire juridique : consommation. Paris : Dalloz, 1983

3 - Le petit Larousse, Larousse , Paris 1997.

4 - Jacques PICOTTE , JURI DICTIONNAIRE- RECUEIL DES DIFFICULTÉS ET DES RESSOURCES DU FRANÇAIS JURIDIQUE - Actualisé au 15 octobre 2018-Faculté de droit Université de Moncton.

A – les ouvrages

1 –Denis Philippe , Droit des affaires , 2 édition , , Belgique , Bruxelle : édition Larcier , 2013

2-Eric Geerkens , Paul Delnoy , Aurélie Bruyére , Anne-lise Sibony , Méthodologie juridique , Méthodologie de la recherche documentaire juridique , 3eme édition , Belgique , Bruxelle : édition Larcier , 2010..

3- François Greffe , Pierre – Baaptiste Greffe ,La publicité et la loi , 11 édition , Lexsis Nexis Litec , Paris , France 2009.

4- Guinechard ,. Publicité commercial et protection de consommateurs ,Paris, juris classeurs, éditions techniques ,fas c, 900, 1989.

5- Marie Anne Frisson – roche , Droit commercial , act de commerce , commerçant , fond de commerce , concurrence , consommation , cours Dalloz série droit privé , paris , éditions Dalloz , 2005 , p 362

6 - René Galène , La publicité Mensongère ,1ere édition , Paris:L'hermès , septembre 1996.

7- Yves Picod : Droit de la consommation , sirey, dalloz,3e édition,2015.

B – Les thèses

1- Belimane Yamina, Le droit et la publicité commerciale , Thèse pour - 1 l'obtention du diplôme de doctorat es-science Option : Droit des affaires , université Mentouri Constantine , faculté de droit et des sciences , 2011 .

C- Décisions judiciaires

1 - Cour de cassation , chambre criminel du 05/08/1989. 2 - Cour de cassation , chambre criminel du 21 mars 2006, N° de pourvoi : 05-825892 .

3 - Cour de cassation , chambre criminel du 26 Octobre 1999, N° de pourvoi : 98-84446.

4 - Cour de cassation , chambre criminel du 7 mars 2006,N0 de pourvoi 05-86096

5 - cour de cassation , chambre criminelle , 98-80527 , 14 octobre 1989 , n 262.

6 - Cour de cassation, chambre criminel du 2001, N° 160.

7 -Cour de cassation, chambre criminel du 1997 N° 422.

8 - Cour de cassation, chambre criminel du 1997 N° 211

D– les lois

1- Loi n 93-949 du 26 juillet 1993, relative au code de la consommation JORF n 0171 du 27 juillet 1993

المراجع باللغة الإنجليزية

A – dictonaries

1 -Susan Ellis Wild, Webster's New World® Law Dictionary Published by Wiley, Hoboken, NJ , 2006.

2 – sally wehneier , Oxford Advanced learners Dictionary of current english , sixth edition , oxford : university press 2000.

B - Articles

1 - Judith L. Olans John F. Dobbyn , Fédéral Régulation of False Advertising , Boston College Law Review , Volume 5 | Issue 3 Article 17 5 B.C.L. Rev. 704 (1964).

2- Thomas W. Edman, Lies, Damn Lies, and Misleading Advertising: The Role of Consumer Surveys in the Wake of Mead , Johnson v. Abbott Labs, 43 Wm. & Mary L. Rev. 417 (2001).

C – Laws

1 - The lanham (trademark) act , federal tradmark statute of law in the united state , enacted july 5, 1946 .

شكر وتقدير	
أهداء	
مقدمة عامة	01
الفصل الأول: الإطار القانوني للإشهار التضليلي	
المبحث الأول : ماهية الإشهار التضليلي	06
المطلب الأول: مفهوم الإشهار التضليلي	07
الفرع الأول : تعريف الإشهار التضليلي	07
الفرع الثاني: صور وأساليب الإشهار التضليلي	13
الفرع الثالث : أطراف الإشهار التضليل	18
المطلب الثاني: عناصر الإشهار التضليلي.	20
الفرع الأول: العنصر المادي للإشهار التضليلي	20
الفرع الثاني : العنصر المعنوي للإشهار التضليلي	22
المبحث الثاني : محل الإشهار التضليلي	24
المطلب الأول: التضليل المتصل بذات السلع أو الخدمات	24
الفرع الأول: التضليل المتصل بالعناصر الجوهرية للمنتوج	24
الفرع الثاني: التضليل المتصل بالعناصر الثانوية للمنتوج	31
المطلب الثاني: التضليل الخارج عن ذات السلع أو الخدمات	33
الفرع الأول : التضليل المتصل بأسعار السلع أو الخدمات وشروط ودوافع البيع	33
الفرع الثاني : التضليل المتصل بالمُعلن	35
خلاصة : الفصل الأول	39
الفصل الثاني: الحماية القانونية من الإشهار التضليلي	
المبحث الأول: الحماية الإدارية من الإشهار التضليلي	43
المطلب الأول : دور الهيئات الإدارية في الحماية من الإشهار التضليلي	43
الفرع الأول: دور الهيئات الإدارية المركزية و اللامركزية في الحماية من الإشهار التضليلي	43
الفرع الثاني : دور سلطات الضبط المستقلة في الحماية من الاشهار التضليلي	50
المطلب الثاني : دور جمعيات حماية المستهلك في الحماية من الإشهار التضليلي	51
الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك	52
الفرع الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك	53
المبحث الثاني: الحماية القضائية من الإشهار التضليلي	56

المطلب الأول : الحماية المدنية من الاشهار التضليلي	56
الفرع الأول : الحماية المدنية للمستهلك من الاشهار التضليلي	56
الفرع الثاني : الحماية المدنية للتاجر من الإشهار التضليلي	61
المطلب الثاني : الحماية الجزائية من الإشهار التضليل	64
الفرع الأول : الحماية الجزائية من الاشهار التضليلي وفق القواعد العامة	64
الفرع الثاني: الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي وفق القانون رقم 04 ـ 02 المعدل والمتمم	68
الفرع الثالث : متابعة الجرائم المتعلقة بالإشهار التضليلي والجزاءات المقررة لها	69
خلاصة الفصل الثاني	75
خاتمة عامة	77
الملاحق	81
قائمة المراجع	101
الفهرس	110