

ضوابط الاشهار التجاري في مجال حماية البيئة

الدكتورة سهيلة بوخميس

أستاذة محاضرة أ

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

ملخص:

يختلف الاشهار التجاري الاخضر عن بقية الاشهارات التجارية الهادفة وغير الهادفة، ذلك لأن يسعى للترويج للمنتجات الصديقة للبيئة وتوجيه سلوك المستهلك نحوها ، بل أكثر من ذلك فهو يمكنه أن يوجه ليس فقط المستهلك بل أيضا المنتج، خاصة إذا صاحب نتاجتك المنتجات والترويج لها حوافز مالية وجمركية تقدمها الدولة مقابل التقليل من التلوث في كل أشكاله.

مقدمة:

تعتبر الإعلانات والإشهارات التجارية على اختلاف أنواعها ، حلقة وصل تربط بين المنتج الذي يرغب في تسويق منتجاته والمستهلك الذي يرغب في تلبية احتياجاته وتحديد خياراته، وفي مجال البيئة لا يمكن إقناع المستهلك بسهولة، للاستغناء عن مصادر الرفاهية لمجرد أنها تتسبب في تلويث البيئة، على الرغم من إدراكه التام بما يمكن أن تتسبب به من أخطار ومشاكل على البيئة وعلى صحته، وهنا يكمن دور الإشهارات التجارية التي بمقدورها الترويج لاقتناء منتجات صديقة للبيئة، وفي نفس الوقت تلبية حاجات الأفراد، لكن ذلك منوط بما يمكن لتلك المنتجات أن تحتويه من مزايا لا تتوفر عليها بقية المنتجات التي يتخدمها¹، وحتى ولو أنها لا تتوفر على مزايا كثيرة فإن الإشهارات التجارية خاصة الإلكترونية منها تلعب دورا بارزا في ترويجها، خاصة وأنها تتخذ من شبكة الأنترنت وسيلة للعرض والاعلان فتضمن بذلك تسويقا أكثر فعالية وأرباح خيالية،

¹ - إن ما يجعل المركبات التي تستعمل الوقود المصدر الرئيسي للتلوث الهوائي هو نوعية الوقود المستعمل الذي يحتوي على مركبات أكسجينية مضافة إليه لتحسين أداء المحرك ، عدم الاحتراق الكامل للوقود داخل محرك المركبة ...

وتواصل فعال بين المنتج والمستهلك فلا يحتاج هذا الأخير الوقوف لمدة طويلة ليحصل على منتج معين، ولا يمكن لغيره أن يتدخل في اختياره ، لكن الإشكال الذي يطرح نفسه هو مدى إمكان تلك الاشهارات التجارية من تحقيق أهداف الدولة في مجال حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة المحلية والوطنية؟.

إن هذه الإشكالية تتطلب اتباع المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك وكذا النصوص القانونية المتعلقة بحماية البيئة، مع ضرورة الاستعانة بالمنهج المقارن لمقارنة الوضع في الأنظمة المقارنة الرائدة في هذا المجال، متبعين في ذلك الخطة أدناه:

المبحث الأول: مفهوم الاشهار التجاري

المبحث الثاني: دور الاشهار التجاري في تكريس الديمقراطية التشاركية في مجال حماية البيئة

المبحث الثالث: دور الاشهار التجاري في تشجيع المشاريع الاستثمارية الخضراء

المبحث الأول

مفهوم الاشهار التجاري

يعتبر الإشهار التجاري من وسائل التسويق الهامة والضرورية للمنتجات على اختلاف أنواعها، لأنه بواسطته يمكن الوصول للمستهلك أينما كان وفي أي وقت ناهيك عن إمكانية توجيه رغباته الاستهلاكية حتى ولو لم تكن موجودة، فيساهم بذلك في تنمية السوق²، لذا يمكن للدولة ومؤسساتها التي تعنى بالبيئة الاستفادة منها لتوجيه سلوك المستهلك نحو المنتجات التي تكون صديقة للبيئة بل وأيضا سلوك المنتج لإنتاج منتجات صديقة للبيئة، وقبل الخوض في ذلك لابد أولا من التعرف على الإشهار التجاري وعلى تصنيفاته.

المطلب الأول: الاشهار التجاري في مواجهة التكنولوجيا الرقمية

المطلب الثاني: أنواع الاشهارات الجارية

المطلب الأول: الاشهار التجاري في مواجهة التكنولوجيا الرقمية

حاول المشرع الجزائري تعريف الإشهار التجاري بموجب نص المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش³، التي تنص: "الاشهار التجاري هو جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية"، وكذا عرف بموجب نص المادة الثالثة من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁴ على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة"، كما وضع المشرع مجموعة من الضوابط القانونية لضبط الاعلانات التجارية قبل وضعها وإشهارها حماية للمستهلك، ومحاولة منه قمع الغش بجميع أنواعه.

² - د. شباكي سعدان وأ. حفيظ مليكة، الإشهار التجاري في الجزائر، مجلة الإقتصاد والمجتمع، مخبر

المغرب الكبير الإقتصاد والمجتمع العدد 5 لسنة 2013، ص 87.

³ - جريدة رسمية رقم 5 لسنة 1990.

⁴ - جريدة رسمية رقم 41 لسنة 2004.

ومسايرة للتطور في مجال التكنولوجيا الرقمية صدر القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الالكترونية⁵، لينظم ما يعرف بالاشهار التجاري الالكتروني الذي يكون موجها للمستهلك الالكتروني⁶، عن طريق المورد الالكتروني⁷ وقد حدد المشرع الجزائري المعنى الدقيق للاشهار التجاري الالكتروني بموجب نص المادة السادسة من القانون أعلاه بأنه: كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية".

المطلب الثاني: أنواع الاشهارات التجارية

تختلف الاشهارات التجارية وتتنوع حسب المعايير المعتمدة في التصنيف وحسب الوجهة أو الزاوية التي ننظر منها فمن حيث طبيعة المستهلك تنقسم الاشهارات التجارية ما بين الاشهارات العادية والاشهارات الالكترونية الخاصة بالتجارة الالكترونية، ومن حيث الأداة المستخدمة في الاشهار هناك الاشهار المطبوع والمرئي والمسموع، ومن حيث الموضوع ينقسم الاشهار الى اشهار تجاري أخضر وآخر عادي، ومن حيث الهدف ينقسم إلى اشهار هادف وآخر توعوي وآخر تجاري.

المبحث الثاني

دور الاشهار التجاري في تكريس الديمقراطية التشاركية في مجال حماية البيئة

يلعب الاشهار التجاري دور بارزا في تغيير سلوك المستهلك وتوجيهه نحو السلع الخضراء وكذا اعلامه بقيمته وقيمه دوره في الحفاظ على البيئة على مستوى الدولة والمجتمع فمجهودات الدولة لوحدها لا تكفي للحد من التلوث التي تعاني منه وكذا الخسائر المادية التي تتكبدها بشكل دوري، لذا كان لابد من اللجوء الى التوعية البيئية

⁵ - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 و المتعلق بالتجارة الالكترونية، جريدة رسمية رقم 28، المؤرخة في 16 ماي 2018.

⁶ - وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يقنتي بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي، المادة السادسة الفقرة الثالثة من القانون رقم 18-05 المرجع السابق.

⁷ - وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يقنتي بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي، المادة السادسة الفقرة الرابعة من القانون رقم 18-05 المرجع السابق.

باستخدام آلية الاشهار التجاري للترويج للسلع الخضراء التي من شأنها أن تحقق الغاية المرجوة، الا وهي تحقيق التنمية المستدامة في مجال حماية البيئة والتشجيع لاستخدام مصادر الطاقة المتجددة. ومحاولة تسيير النفايات وضبط مخلفات المنشآت الصناعية التي تقذفها دون معالجة⁸ ومن هذا المنطلق سيتم التطرق الى ضوابط الاشهار التجاري في تكريس الديمقراطية التشاركية لحماية البيئة من خلال المطلب الآتي:

المطلب الأول: الترويج لمنتجات خضراء تساعد على مواجهة المخاطر البيئية

يساهم الاشهار التجاري الاخضر في اعلام المواطن بالمخاطر والكوارث البيئية التي يمكن ان تواجهه وكيفية تجنبها، عن طريق تعريفه بالمنتجات البيئية وكيفية استخدامها لمد يد العون لكل من يحتاج المساعدة، وقبل كل ذلك يساهم الاشهار التجاري بطريقة غير مباشرة في اعلام المواطن بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالبيئة والتدابير الموجهة لضمان حمايتها⁹، إذ له الحق في الحصول على المعلومات عن الأخطار التكنولوجية والطبيعية المتوقعة التي يتعرض لها في بعض المناطق وتدابير الحماية منها، وقد تم تكريس الحق في الاعلام وقبلها في التسيير بموجب المادة الخامسة من القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، ثم ابداء الرأي والمشاركة عن طريق الجمعيات بموجب المادة 35 منه إما بالتأثير في صنع القرارات البيئية التي تتخذ من قبل سلطات الضبط الاداري البيئي أو عن طريق رفع دعوى أمام الجهات القضائية المختصة عن كل فعل من شأنه أن يشكل

⁸ - المادة الثانية من القانون رقم 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها، جريدة رسمية رقم 77 المؤرخة في 15 ديسمبر 2001. التي تنص على: "يرتكز تسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها على المبادئ الآتية: - الوقاية والتقليل من إنتاج وضرر النفايات من المصدر.

- تنظيم فرز النفايات وجمعها ونقلها ومعالجتها.

-تثمين النفايات بإعادة استعمالها أو برسكلتها أو بكل طريقة تمكن من الحصول باستعمال تلك النفايات على مواد قابلة لإعادة الاستعمال أو الحصول على الطاقة.

- المعالجة البيئية العقلانية للنفايات."

⁹ - المواد 7 و 9 من القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة ، جريدة رسمية رقم 43 مؤرخة في 20 يوليو 2003.

جريمة بيئية في مفهوم هذا القانون¹⁰، بمعنى أن يمس الإطار المعيشي للمواطن وحماية المياه والهواء والجو والارض وباطن الأرض والفضاءات الطبيعية وال عمران ومكافحة التلوث.

ويجدر التنويه أن الأشهار التجاري الأخضر في كثير من الأحيان ويطريقة غير مباشرة يجعل من المواطن قادرا على:

- ✓ معرفة الاخطار والاصابات الموجودة في المكان الاقامة والنشاط.
- ✓ معرفة تدابير الوقاية من الأخطار الكبرى المطبقة في مكان الاقامة .
- ✓ معرفة الاجراءات والتدابير المسطرة للتكفل بالكوارث كما هو الحال في حالة الفيضانات والسيول نتيجة التساقط المتزايد للأمطار، والتي خلفت خاصة في الجزائر وفي ولايات الشرق خسائر مادية ضخمة¹¹.
- ✓ اعداد حملات وأنشطة اعلامية للوقاية من الكوارث وتسييرها من أجل تحسين الاعلام العام للمواطنين أو للتمكين من إعلام خاص في مناطق تتطوي علة مخاطر خاصة.
- ✓ برمجة الأخطار الكبرى ضمن البرامج التعليمية لدى المؤسسات التربوية على اختلاف مستوياتها، لنشر وتعميم فكرة الأخطار الكبرى ناهيك عن تلقين المنتفعين بخدمات المؤسسات التربوية الاعلام عن معرفة المخاطر ودرجات القابلية للإصابة ووسائل الوقاية الحديثة من الرياح القوية أو سقوط الامطار الغزيرة، أو الجفاف أو التصحر أو الرياح الرملية أو العواصف الثلجية .
- ✓ المشاركة في إعداد وتنفيذ مخططات تنظيم النجدة حسب درجة خطورة الكارثة إذ يعتبر المواطنون من بين الوسائل الواجب الاعتماد عليها في تنفيذ هذه المخططات سواء

¹⁰ - المواد من 35 إلى غاية 38 من القانون 03-10 ، المرجع السابق.

¹¹ - أكد وزير الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية نور الدين بدوي أن أثر الفيضانات الأخيرة سببه بعض النقائص في التكفل بنظافة المدن وتطهير منشآت الري، ودعا أيضا إلى تصويب الأولويات في الميزانيات المحلية والاهتمام بتفويضات المرفق العام بهدف تذليل الصعوبات وترقية الشراكات ما بين القطاع العام والخاص.

- [https://www.echoroukonline.com/%d8%a7%d9%84%d9%81%d9%8a%](https://www.echoroukonline.com/%d8%a7%d9%84%d9%81%d9%8a%81)

على المستوى الوطني أو ما بين الولايات أو على المستوى الولائي أو البلدي أو في الواقع الحساسة¹².

✓ اعلام المواطنين بكل ضرر أو خطر يمس التلوث الجوي أو الأرضي أو البحري أو المائي، والتدابير المتخذة بشأنها، لمد يد العون للجهات المسخرة والمسؤولة عن تنفيذ المخططات الخاصة للتدخل في حالة وقوع كارثة¹³، بل الأكثر من ذلك يساهم المواطنون في إعدادها عن طريق امداد الجهات المسؤولة بالمعلومات الضرورية التي من شأنها أن تساعد في اعداد المخطط.

المطلب الثاني: الترويج لمنتجات تساعد على اعادة تدوير النفايات

يسعى الاشهار التجاري الاخضر الى القضاء على النفايات المكدسة في جل الاماكن الحضرية وغير الحضرية، من خلال توجيه سلوك المستهلك نحو منتجات تسعى لاعادة تدوير النفايات خاصة المنزلية العضوية والبلاستيكية وغيرها، كما يساهم في إعلام المواطن وتحسيسه بطبيعة الأخطار الناجمة عن النفايات وآثارها على الصحة وعلى البيئة ، وكذلك طبيعة التدابير الوقائية المتخذة من قبل سلطات الضبط الاداري البيئي للوقاية من الأخطار والحد منها أو تعويضها¹⁴ ، بل أكثر من ذلك وضع أجهزة دائمة مهمتها اعلام المواطنين وتحسيسهم بآثار النفايات المضرة بالصحة العمومية والبيئة والتدابير الرامية للوقاية من هذه الآثار¹⁵. كما سمح لمنتجي النفايات الخاصة أو الحائزين عليها بالمشاركة في تسبير نفاياتهم على حسابهم الخاص في شكل تجمعات معتمدة من قبل الدولة¹⁶.

¹² - المادة 52 من القانون رقم 04-20 المتعلق بالوقاية من الأخطار الكبرى وتسيير الكوارث في إطار التنمية المستدامة، المرجع السابق.

¹³ - المادة 59 من القانون أعلاه.

¹⁴ - المادة الفقرة الرابعة المادة الثانية من القانون رقم 01-19 ، المرجع السابق.

¹⁵ - البند الثالث من المادة 34 من القانون أعلاه.

¹⁶ - المادة 16 من نفس القانون .

المبحث الثالث

دور الاشهار التجاري في تشجيع المشاريع الاستثمارية الخضراء

تعد المشاريع الاستثمارية في مجال الطاقات المتجددة من أهم المشاريع التي تسعى إلى دفع عجلة الاقتصاد الوطني وفي نفس الوقت تحقيق التنمية المستدامة الاقتصادية وفي النهاية حماية البيئة من التلوث بأنواعه، لذا فإن الاشهار التجاري الأخضر يمثل أهم آلية قانونية تسويقية ترويجية لتوجيه سلوك المستهلك نحوها، لذا سنحاول التطرق الى المطلوب أدناه:

المطلب الأول: " دور الاشهار التجاري في الترويج للاستثمار في مجال الطاقة الشمسية
المطلب الثاني: دور الاشهار التجاري في الترويج للاستثمار في مجال اعادة التدوير
النفائيات

المطلب الأول: " دور الاشهار التجاري في الترويج للاستثمار في مجال الطاقة الشمسية

يسعى الإشهار التجاري الصديق للبيئة لجذب اهتمام المستثمرين المتبعين إلى المنتجات الصديقة للبيئة في مجال استخدام الطاقة الشمسية ، هذا الجمهور قد يكون أشخاصا طبيعيين أو أشخاص معنوية مهتمة بتلك المنتجات وما تحققه من مزايا، لذا يجب أن تكون الرسالة الإشهارية في شكلين:

أولهما: يجب أن يراعى في الاشهار حجمه ورسالته وموقعه وشكله والألوان المستخدمة فيه.

ثانيهما: مدى جاذبية الرسالة الإشهارية ليسهل إقناع الجمهور بمحتواها، من خلال خلق صورة إيجابية للمنتج.

بما أن المستهلك هو الذي يحدد طبيعة المنتج الذي يتم تسويقه في الأسواق التجارية، فقد لجأ الكثير من المستثمرين من شركات صناعة السيارات، وحولت اهتمامها نحو صناعة السيارات الكهربائية لما تتوفر عليه من مزايا حماية البيئة ولما لاقته من

استحسان وروج لدي المستهلكين¹⁷، ناهيك عن الامتيازات الجبائية والتحفيزية التي تقدمها الدول لترويج هذا النوع من المركبات مما يجعلها متميزة عن السيارات التي تتزود بالوقود وقد سعت الاشهارات التجارية لابراز هذا الاختلاف بالاعتماد على العديد من المعايير التي نجمها في الفروع أدناه.

المطلب الثاني: دور الاشهار التجاري في الترويج للاستثمار في مجال اعادة التدوير النفايات

يسعى الإشهار التجاري الأخضر الترويج للاستثمار في مجال اعادة تدوير النفايات على اختلاف انواعها، فتحقق بذلك هدفين أساسية تحقيق الربح والثاني حماية البيئة من التلوث الناجم عن تكسد النفايات في الأماكن غير المخصصة لها، فبدل رميها لابد من اعادة استخدامها بطريقة تمكن المستهلك من الاستفادة منها وهذا هو دور الاستثمار في هذا المجال، والترويج يكون للعديد من المشاريع، نذكر منهل على سبيل المثال:

- المشاريع الخاصة بالمنتجات العضوية كالمسامد الذي يتم انتاجه من المخلفات الحيوانية والزراعية، ويعتبر من العناصر المغذية للتربة .

¹⁷ - تم إطلاق سيارة تويوتا بريوس الأولى عام 1997، لتدشن بذلك مستقبل النقل المستدام وترسخ مكانة تويوتا على قمة فئة المركبات الصديقة للبيئة. ويأتي الجيل الرابع من سيارة بريوس الجديدة بتصميم متطور، وتجربة قيادة فائقة، ومزايا سلامة محسنة، وذلك ضمن مواصفات مدمجة كما تعترم «دايملر» الألمانية استثمار 755 مليون دولار في الصين، وذلك لإنتاج سيارات كهربائية، في إطار مسعى لمساعدة عملياتها في الصين على الامتثال لحصص إنتاج ومبيعات السيارات الصديقة للبيئة في البلاد. وقال رئيس عمليات «دايملر» في الصين هربرتوس تروسكا للصحافيين إن الاستثمار جزء من مبادرة «دايملر» العالمية للسيارات الصديقة للبيئة البالغة قيمتها عشرة بلايين يورو (11.8 بليون دولار) انظر: - لؤي عبد الله، المركبات الكهربائية في تنافس عالمي، تاريخ الاطلاع : 2018/02/09 على الساعة: 18:35

- المشاريع الخاصة بالمنتجات التي يتم صناعتها من المخلفات البلاستيكية و المعدنية والكرتونية والذي عادة ما يسمى بإعادة التدوير .
- المشاريع الاستثمارية الخاصة بالمنتجات الإنشائية التي يتم صناعتها من خلال إعادة تدويرها من المخلفات الإنشائية والركام والمتمثلة في الاسمنت وأحجار البناء وقضبان الحديد وغيرها.
- المشاريع الاستثمارية الخاصة بالمنتجات المعدنية الناتج عن إعادة تدوير الحديد.
- المشاريع الاستثمارية الخاصة ببعض المنتجات الصناعية الخضراء التي اسهمت في تحويل الدخان المنبعث من عوادم السيارات إلى ماء وملح.
- المشاريع الاستثمارية الخاصة بالمركبات ووسائل النقل الصديقة للبيئة التي تعمل على الطاقة الشمسية .

الخاتمة:

في الأخير نخلص إلى أن الفرد على مستوى الدولة يخضع لتأثير لا متناهي لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها العادية والإلكترونية، لذا ينبغي التركيز على هذه المسألة من خلال توجيه سلوك الفرد من السوء إلى الحسن وتربيته تربية بيئية تساعد على تحقيق الأهداف المرجوة في مجال حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، فهو المتسبب في الكوارث البيئية التي تحدث وهو الوحيد الذي يمكنه تفادي وقوع الأسوأ لكن فقط عن تظافر الجهود ، وتوجيه كل الإمكانيات الإعلامية والمؤسسية وتركيزه حول سلوك الفرد اليومي.