

الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب بموجب قانون العقوبات والقواعد الخاصة

الطالبة نورة جحايشية باحثة دكتوراه

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

djehaichiawidad@gmail.com

الملخص

أصبحت الإشهارات الكاذبة أو التضليلية تلعب دورا هاما في خلق اضطرابات بالنسبة للمستهلك ، حيث أنه يقدم على التعاقد بسبب هذه الإشهارات لكن النتيجة لا تكون في غالب الأحيان مثلما هي متوقعة ، هذا ما جعل المشرع يتدخل بصرامة لحماية المستهلك - الذي يعد دائما الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف - من مثل هاته التصرفات التضليلية.

The summary

False or misleading statements play an important role in creating consumer disruptions, as they are contracted because of these statements, but the result is often not as expected. This has led the legislator to intervene strictly to protect the consumer - who is always the weak party in the contractual relationship With the professional - such as these deceptive acts.

المقدمة

عرف العالم خلال السنوات الأخيرة تطورا اقتصاديا و تكنولوجيا هائلا على مستوى كافة الأصعدة، الأمر الذي جعل المستهلك أصبح يسعى إلى إشباع حاجياته اليومية الضرورية، من خلال البحث عن أفضل الخيارات المتاحة،

هذا التطور ظهر في جانبه الإيجابي كونه خلق روح المنافسة داخل السوق، حيث أصبح كل محترف يسعى جاهدا إلى تقديم أفضل سلعة وأجود الخدمات وبأسعار معقولة، ومع كل هذه التطورات أصبحت وسائل التسويق القديمة لا تؤد الغرض المطلوب ما جعل المحترف يسعى إلى وسائل تواكب هذه التطورات لعرض سلعه أو خدماته.

حيث بات الإعلان لدى التجار والمحترفين يشكل أهمية قصوى للوصول إلى مخاطبة عقل المستهلك وحثه على اقتناء منتجاتهم وخدماتهم من خلال بيانه لما تتضمنه هذه المنتجات والخدمات من مزايا، وما يمكن أن يحققه المستهلك من كسب، حتى وإن كان معنوياً، عند اقتنائه لأي منها.

وبصفة عامة فإن هذا الإعلان هو إشهار تجاري غرضه توضيح وتوصيل المعلومة والمعرفة حول منتج أو خدمة معينة، عن طريق إبراز محاسنها ومزاياها على نحو يؤدي إلى زيادة الإقبال عليها من قبل المستهلكين باستعمال وسائل متعددة في الإشهار معتمدا في ذلك على أفضل الصور والألفاظ المنتقاة من قبل خبراء في مجال التسويق .

لكن في بعض الأحيان قد يكون هذا الإشهار غير صحيح ويحمل في طياته إدعاءات قد تضلل المستهلك، هذا ما جعل المشرع الجزائري يتدخل بقوة لتوفير الحماية اللازمة من هذه الأنواع من الإشهارات، حيث أن المشرع لم يكتف بالحماية المدنية للمستهلك، إذ أن هذه الأخيرة وإن كانت صالحة نوعا ما في بعض الأحيان ومع مجموعة محددة من التجار أو المحترفين، إلا أنها مع البعض الآخر قد لا تجد نفعاً،

هذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى وضع أحكاما ذات طابع جزائي لحماية المستهلك من كافة أنواع الإشهارات التضليلية.

وهذا هو محور دراستنا في هذه المداخلة، إذ سنحاول من خلالها الإجابة على الإشكالية التالية: ما مدى كفاية الأحكام الجنائية في توفير حماية للمستهلك من الإشهار التضليلي؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم المداخلة كالتالي:

المحور الأول: الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار التضليلي بموجب القواعد العامة

أولاً: حمايته على أساس جريمة النصب

ثانياً: حمايته على أساس جريمة الخداع

المحور الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك بموجب القواعد الخاصة

أولاً: جريمة الإشهار الكاذب

ثانياً: العقوبات المقررة لحماية المستهلك

خاتمة

المحور الأول: الحماية من خلال القواعد العامة.

يعرف الإشهار على أنه " مجموعة الإدعاءات والإشارات والبيانات التي يوصلها المعلن إلى المستهلك حول مزايا ومواصفات السلعة أو الخدمة المراد الإشهار عنها

من خلال الوسيلة الإشهارية المناسبة بغية إعلامه حولها، وحثه في الأخير على ضرورة اقتنائها عن طريق جلب انتباهه و إثارة اهتمامه"¹

يحقق الإشهار العديد من الآثار الإيجابية على النشاط الاقتصادي مثل:

- خلق الرغبة في شراء سلع جديد مما يدفع بالنشاط الاقتصادي للأمام،
- الدعوة دائما إلى التجديد والإنتاج
- ينمي الإشهار حجم الأعمال التجارية والصناعية والخدمية.²

من هذه التعاريف يمكننا الوصول إلى أن الإشهار الكاذب هو مجموعة الادعاءات والعروض التي من شأنها أن تخدع المستهلك،

هذا ما جعل المشرع يولي أهمية بالغة لحماية المستهلك من هذا النوع الإشهار من خلال القواعد العامة في قانون العقوبات على أساس جرمي النصب والخداع.

أولا: جريمة النصب.

يعرف الإستلاء على أموال الغير باستعمال طرق احتيالية، ونظمها المشرع من خلال المادة 372 من قانون العقوبات، ونظرا لما في الإشهار الكاذب من استعمال لطرق قد تظل المستهلك يمكن اعتبارها من قبيل جريمة النصب ، ويجب لاعتبارها كذلك قيام أركان جريمة النصب، وتتمثل هذه الأركان في:

1- الركن المادي: يتكون الركن لجريمة النصب من العناصر التالية:

أ- استعمال طرق احتيالية

ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة

¹الماجستير في القانون الخاص، جامعة وهران، 2013، ص03

شبايكي سعدان، الإشهار التجاري في الجزائر وحماية المستهلك، مجلو العلوم الاقتصادية

²وعلوم التسيير، العدد 06 ، 2006، ص19

الادعاء وحده لا يمكن اعتباره جريمة نصب، إنما لابد من استخدام طرقا احتيالية تدليسية بوسائل مادية ملموسة تؤدي إلى تضليل المستهلك وإيهامه بشئ مصطنع وخيالي أو لا وجود له، كالاستعانة بشخص آخر لتأكيد الإدعاءات المزعومة، أو نشر هاته الإدعاءات في الصحافة المكتوبة أو المسموعة، وكذا الاستعانة ببعض الصحفيين الذين يتمتعون بشهرة واسعة، أما من حيث الغرض من هذه الطرق الاحتيالية فيجب أن يكون من بين إحدى الأمور الواردة في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، مع كون صياغة هذه المادة جاءت ركيكة نوعا ما³ إلا أنها أوردت الطرق الاحتيالية على سبيل الحصر وتتمثل هذه الطرق في:

- اتخاذ اسم كاذب
- اتخاذ صفة كاذبة
- اعتماد مالي خيالي
- إحداث الأمل في الفوز بشئ ما
- الكذب بحصول حادث أو واقعة وهمية⁴
- ب- الاستيلاء على أموال الغير: عدت المادة 372 الأموال التي يمكن الاستيلاء عليها حتى تدخل ضمن جريمة النصب وتتمثل هذه الأموال في :
 - الأوراق المالية
 - المخالصات
 - التصرفات المالية
 - الوعود و الإبراء من الالتزامات

³ ، احسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، الجزء الأول، دار هومة، الجزائر ، 2007، ص 345.

⁴ رابح بوسنة، محاضرات في القانون الجنائي الخاص أقيمت على طلبه السنة الثالثة قانون خاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة قالم،2014.

وما يلاحظ أن محل جريمة النصب لا بد أن يكون مالا أو حقا ماليا ماديا، ويجب أن يكون منقولاً مملوكاً للغير.

ج- العلاقة السببية بين الاستيلاء على أموال الغير والطرق الاحتيالية لا بد لقيام جريمة النصب من وجود رابطة سببية بين الاستيلاء على الأموال المملوكة للغير والطرق الاحتيالية، إذ أنه لا بد أن تكون هذه الأخيرة هي سبب هذا الاستيلاء.

2- الركن المعنوي: جريمة النصب من الجرائم العمديه، لهذا يتطلب قيامها القصد الجنائي العام و الخاص، فلا يكفي أن يكون الجاني عالما باحتياله و إنما لا بد أن تكون غايته هي أخذ مال الغير ، لهذا حتى يمكن اعتبار الإشهار الكاذب جريمة من جرائم النصب أن يكون المحترف قد استعمل طرقا احتيالية لسلب أموال المستهلك.

ثانيا: جريمة الخداع

يعرف الفقه جريمة الخداع بكونها: "إرادة جر المستهلك للخطأ حول خصائص ومميزات سلعة محددة"⁵

كما يعرف بأنه: القيام بالأكاذيب والحيل البسيطة التي قد تؤدي إلى إظهار الشيء على غير حقيقته⁶

و تنص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أنه: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من ألفين إلى عشرين ألف دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يخدع، أو يحاول أن يخدع المتعاقد، سواء في الطبيعة

عصام نجاح ، محاضرات في قانون حماية المستهلك أقيمت على طلبة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، 2014.

أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص188.

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

- سواء في نوعها أو في مصدرها.
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.
- وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة، إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

و تنص المادة 68 من قانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي طريقة كانت :

- كمية المنتوجات المسلمة
 - تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا
 - قابلية استعمال المنتج
 - تاريخ أو مدة صلاحية المنتج
 - النتائج المنتظرة من المنتج
 - طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.
- أما المادة 430 فقد نصت على الظروف المشددة لجريمة الخداع بقولها " ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى خمس مائة ألف دينار جزائري إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليهما قد ارتكبت:
- سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة
 - سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليظ عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش، تركيب أو وزن أو حجم السلع أو المنتجات، ولو قبل البدء في هذه العمليات

- سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة و صحيحة، أو إلى مراقبة رسمية لم توجد".

باستقراء هذه المواد يتضح لنا أن أركان جريمة الخداع تتمثل في:

1- الركن المادي.

من خلال استقراء النصوص السابقة يتضح لنا أن جريمة الخداع تقوم على خداع أو محاولة خداع المتعاقد سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب ...

وبالتالي فإن الركن المادي لهذه الجريمة يقوم حتى لو لم تتحقق النتائج، بل يكفي أن تكون هناك محاولة للخداع حتى نكون أمام جريمة خداع المستهلك⁷

أ- **فعل الخداع:** استعمل المشرع لفظ يخدع أو يحاول أن يخدع، حتى يتجنب الخلط بين مصطلحات القانون المدني والطابع الجزائي لهذا الفعل، بالإضافة لكون هذه الجريمة لا تطلب استعمال أية وسائل مثلما هو مطلوب في جريمة النصب السابق التطرق لها، حيث أن جريمة الخداع تقوم ولو قام أحد المتعاقدين وفي حالتنا هذه من المفترض أن يكون المحترف هو الذي قام بخداع المستهلك أو على الأقل سعى إلى ذلك.

بمعنى آخر فإن الخداع هو تصرف إيجابي من المحترف أو غيره لتضليل المستهلك⁸.

⁷ عصام نجاح، مرجع سابق.

محمد بوراس، الإشهار عن المنتجات والخدمات دراسة قانونية، رسالة لنيل دكتوراه في القانون

⁸الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص197

ب- محل الخداع: ينصب فعل الخداع على العديد من الأمور المتعلقة بالسلعة أو البضاعة محل التعاقد⁹ بين المستهلك والمحترف وهي كما حددها المشرع على سبيل الحصر في المادة 429 من قانون العقوبات الموضحة سابقا.

ت- وسائل الخداع: لم يضع المشرع أية شروط في جريمة الخداع، إذ أنه يكفي مجرد الكذب حتى تقوم جريمة الخداع¹⁰، إلا أنه اشترط استعمال بعض الوسائل حتى تتحقق الظروف المشددة لهذه الجريمة، مثلما هو موضح في نص المادة 430 من قانون العقوبات.

2- الركن المعنوي.

جريمة الخداع من الجرائم العمدية يتطلب لقيامها القصد الجنائي، وتستلزم هذه الجريمة وجود عقد مما يعني توجيه أفعال الخداع اتجاه المتعاقد الآخر، أما إذا اقتصر الأمر على الإشهار و لم يتبعه تعاقد فلا تقوم الجريمة¹¹، حيث أنه لا بد من انصراف إرادة المحترف أو غيره إلى خداع المستهلك والعلم بتجريم هذا الفعل.

وحتى يتوفر القصد الجنائي لا بد من إثبات أن إرادة الجاني قد اتجهت إلى خداع المتعاقد الآخر، سواء لحظة التعاقد أو عند الشروع فيه.

⁹ مرجع نفسه، ص 198 .

¹⁰ مرجع نفسه، ص 199

¹¹ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن الجزائر دار الكتاب الحديث الطبعة 2006،

ص 197.

كل هذا يؤكد أن المشرع كان ولازال يسعى إلى توفير الحماية الجزائية اللازمة للمستهلك من كافة الجرائم التي قد تؤدي إلى تضليله أو إعطائه صورة خاطئة عن السلعة أو الخدمة التي يريد هذا المستهلك الوصول إليها ، من خلال القواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات، لكن هذا ليس كل شيء إنما المشرع لم يكتف بذلك وقام بالنص على مجموعة من القواعد الخاصة التي تتضمن أحكاما جزائية تهدف دائما إلى تزويد المستهلك بالسعة والخدمة المطلوبة وفي أحسن ظروف دون أية ضغوطات أو أكاذيب.

وهذا ما سنتطرق إليه في المحور الثاني من هذه المداخلة.

المحور الثاني: ا لحماية الجزائية للمستهلك من خلال القواعد الخاصة

تضمنت العديد من النصوص الخاصة بحماية المستهلك مجموعة من الأحكام تجرم الإشهار التضليلي الذي من شأنه إحداث تغيير في إرادة المستهلك، حيث سنتطرق أولا لجريمة الإشهار الكاذب ثم ثانيا سنتطرق إلى مختلف العقوبات التي تطبق على كل من يؤدي إلى تضليل المستهلك

أولا: جريمة الإشهار الكاذب

من المعلوم أن الإشهار عن الخدمات يختلف عن الترويج للسلع المادية، كون الخدمة تتسم بأنها غير ملموسة¹²، إلا أن المشرع الجزائري لم يتطرق تماما إلى مسؤولية المعلن سواء عن الخدمة أو البضاعة، حول جريمة الإشهار الكاذب ما عدا ما جاء به مشروع القانون لسنة 1999 الذي لم ير النور لحد الساعة إذ تنص المادة 23 منه على أنه " يكون المعلن مسؤولا بصفة شخصية عن الإشهار الذي أعد لصالحه في حالة موافقته على النص قبل بثه أو نشره" وقد عرفت المادة 06 من مشروع القانون المعلن بكونه " كل شخص طبيعي أو معنوي يدرج إعلانا أو يوكل الغير بإدراجه، وهو كل محترف يستخدم الإشهار في سبيل التعريف بمنتوج أو خدمة بهدف جلب العملاء" إذا يتضح أن المعلن هو المسؤول¹³ كفاعل أصلي عن جريمة الإشهار التضليلي

رغم عدم وجود نص خاص بالإشهار إلا أن المشرع قد نظم هذه الجريمة نوعا ما من خلال القانون 02/04 المؤرخ في 14/08/2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

و سنحاول توضيح أركان هذه الجريمة كالتالي:

1- الركن المادي لجريمة الإشهار التضليلي

يقضي قيام الركن المادي لجريمة الإشهار التضليلي توفر ثلاثة عناصر تتمثل في:

أ- أن يكون هناك إشهار تجاري: بوصفه إدعاء موجه للمستهلك بغرض حثه على طلب السلع و الخدمات.

غالم عبد الوهاب، الإشهار والثقافة الاستهلاكية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير،

¹² جامعة وهران السانبا، 2007، ص 14

¹³ نوال ملال، مرجع سابق، ص 202

ب- أن يكون هذا الإشهار مضللاً: يعد هذا العنصر أهم عنصر في الجريمة، وهو يوحي باستعمال الكذب من أجل إيقاع المستهلك في لبس حول طبيعة أو كمية السلعة أو الخدمة.

ت- أن يكون الإشهار التضليلي منصبا على إحدى العناصر الواردة بالمادة 28 من القانون 02-04 حيث تنص هذه المادة على: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

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

- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجات أو خدماته أو نشاطه

- 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 مقارنة مع ضخامة الإشهار"

2- الركن المعنوي لجريمة الإشهار:

لم تنص المادة 28 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على وجوب توفر عنصر سوء النية لدى العون الاقتصادي القائم بالإشهار من عدمه، ومع غياب أية اجتهادات قضائية أو آراء فقهية في المجال ما بيدنا حيلة سوى انتظار الإفراج عن مشروع القانون المتعلق بالإشهار.

و إلى جانب نص المادة 28 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن نص المادة 69 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و

قمع الغش وكذا المادة 430 من قانون العقوبات فإن المشرع قد جرم كل خداع أو خداع قد ترتكب بواسطة إشارات أو إدعاءات تدليسية، كتيبات أو منشورات ...

ثانيا: العقوبات المقررة في جرائم الإشهار التضليلي الماسة بالمستهلك

نص المشرع الجزائري على العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على المستهلك المختلفة، سواء تلك المطبقة على الجرائم التي يقوم بها الشخص الطبيعي أو تلك الصادرة من الشخص المعنوي، وتتمثل مجمل هذه العقوبات في تلك المنصوص عليها صراحة في قانون العقوبات أو تلك المنصوص عليها في مشاريع القوانين المتعلقة بالإشهار:

- 1- **العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات:** تتباين العقوبات الموضحة في قانون العقوبات من عقوبات أصلية إلى عقوبات أخرى تكميلية.
 - أ- **العقوبات الأصلية.**

العقوبات الأصلية هي العقوبات التي قررها المشرع باعتبارها الجزاء الأساسي المباشر للجريمة، و قد عرفت المادة 14 الفقرة الثانية من قانون العقوبات بأنها تلك العقوبات التي يجوز الحكم بها دون أن تقترن بها أية عقوبة أخرى، و لذلك فإن العقوبات الأصلية تتمثل في الإعدام و العقوبات السالبة للحرية سواء كانت هذه الأخيرة جنحة، أو كانت جنائية لإقترانها بإحدى ظروف التشديد المنصوص عليها، و العقوبات السالبة للحرية هي تلك العقوبات التي يتحقق قيامها عن طريق حرمان المحكوم عليه من حقه في التمتع بحريته، إذ تسلبه العقوبة هذا الحق، إما نهائيا أو لأجل غير معلوم يحدده حكم القضاء⁽¹⁴⁾.

¹⁴ فتوح عبد الله الشاذلي، شرع قانون العقوبات "القسم العام"، دار المطبوعات الجامعية، مصر، طبعة 1997، ص 205.

و يمكن أن تكون هذه العقوبة السالبة للحرية، والسجن المؤقت من 5 إلى 20 سنة، أو سجنا مؤبدا مدة حياة المحكوم عليه.

و العقوبات المالية المتمثلة في الغرامة أو المصادرة، بحيث لا تعتبر هاته الثانية من العقوبات الأصلية، بل جعلها القانون طبقا للنص المادة 09 من قانون العقوبات من العقوبات التكميلية، و عليه تكون الغرامة كأحد العقوبات الأصلية المنصوص عليها في المادة 5 من قانون العقوبات.

ب- العقوبات التكميلية.

العقوبة التكميلية هي عقوبة إضافية تتمثل في حرمان المحكوم عليه من بعض الحقوق تلحق بعقوبة أصلية ، حيث تنص المادة 3/4 من قانون العقوبات، على أن العقوبات التكميلية هي تلك العقوبات التي لا يجوز الحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية، فيما عد الحالات التي ينص عليها القانون صراحة، و هي إما إجبارية أو اختيارية و لقد حددتها المادة 09 من قانون العقوبات على سبيل الحصر بنصها على أن العقوبات التكميلية هي:

- الحجز القانوني.
- الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية و المدنية و العائلية.
- تحديد الإقامة.
- المنع من الإقامة.
- المصادرة الجزائية للأموال.
- المنع المؤقت من ممارسة مهنة أو نشاط. و
- إغلاق المؤسسة.
- الإقصاء من الصفقات العمومية.
- الحضر من إصدار الشيكات أو استعمال بطاقات الدفع.

- تعليق أو سحب رخصة السياقة أو إلغائها مع المنع من استصدار رخصة جديدة.

- سحب جواز السفر.

- نشر أو تعليق حكم أو قرار الإدانة.

و بما أن المشرع في جرائم الغش و التدليس لم ينص على العقوبات التكميلية السابقة الذكر، حيث نصت المواد المتعلقة بها على العقوبات الأصلية فقط، و بما أن المادة 3/4 من قانون العقوبات قد نصت على أن العقوبات التكميلية يمكن أن تكون جوازيه أو وجوبيه، و -عليه فإن قاضي الموضوع ملزم بالحكم بالعقوبات التكميلية وهذا حسب نصوص المواد 9 و 9 مكرر من قانون العقوبات .

كل هذه العقوبات تم النص عليها في قانون العقوبات، وفيما يلي سنحاول تبيان بعض العقوبات التي نص عليها المشرع في مشاريع القوانين المتعلقة بالإشهار .

2- العقوبات المنصوص عليها في مشاريع القوانين المتعلقة بالإشهار

وضع المشرع أول مشروع قانون للإشهار سنة 1988، وأدرج عقوبة قاسية للإشهار التضليلي حيث تتمثل في :

- السجن من شهرين إلى سنتين.

- غرامة مالية من 5000 إلى 100.000 دج، أو بإحدى العقوبتين

- إيقاف الإشهار الكاذب أو المضلل.

- الاعتراف بالافتراء عن طريق إشهار آخر مصحح ويبث بنفس الوسائط وبشروط كافية من حيث المساحة والزمن

كما يجوز للقاضي أن يأمر بنشر الحكم القاضي بالإدانة كاملا أو مجزءا في جريدة أو عدة جرائد يعينها على نفقة المحكوم عليه، وأن يأمر بإعلان ذلك الحكم في أماكن يعينها على أن لا تتعدى فترة الإعلان شهر واحد.

ولم تتغير هذه العقوبات في ظل مشروع القانون لسنة 1992. أما مشروع القانون لسنة 1999، نجد المشرع قد تراجع عن القسوة في العقوبات من خلال حذفه لعقوبة الحبس مكثفيا بعقوبة الغرامة المالية من 500.000 إلى 1000.000 دج مع إمكانية نشر الحكم.

خاتمة

على ضوء ما تقدم عرضه في هذه المداخلة توصلنا إلى أن المشرع قد سعى جاهدا لحماية المستهلك من كافة أنواع الإشهارات التضليلية، ونظرا للأهمية للمستهلك كونه دائما طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف الأمر الذي يجعل هذا الأخير في مركز قوة، نظرا لما له من اطلاع على كافة تفاصيل المنتج الذي يعرضه أو الخدمة التي يقدمها، ونستنتج من هذه المداخلة النتائج التالية:

- إن كون ما يقوم عليه الإشهار التجاري من غايةٍ تتمثل بجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، يعني بالضرورة أن هذا الإشهار يُعتمد فيه من الوسائل الأكثر شدا للانتباه، مما قد يؤدي إلى إمكانية استخدام بعض من الخيال في طريقة العرض تلك ، أو قد تكون النتائج المتحصل عليها غير مطابقة لما تم الإشهار عنه، وهذا ما اعتبره المشرع إشهارا كاذبا

- إن حماية المستهلك من الإشهار الكاذب أو التضليلي بموجب قانون العقوبات على أساس أن المحترف قد قام بجريمة نصب على المستهلك، نظرا لاستخدامه لطرقا

احتياالية، قد لا توفر الحماية اللازمة للمستهلك كون المحترف قد يجد ثغرات قانونية تمكنه من التملص من توفر أركان هذه الجريمة

- الحماية التي يوفرها المشرع للمستهلك على أساس جريمة الخداع قد تكون أفضل من الحماية المقررة على أساس جريمة النصب، لكن كسابقها لن توفر الحماية الكافية للمستهلك كون أن أركان جريمة الخداع قد لا تتوفر كليا في جريمة الإشهار الكاذب

- وبالتالي يمكننا القول أن الحماية المقررة للمستهلك بموجب القواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات غير كافية، بالمقارنة مع تلك المقررة بموجب القواعد الخاصة في قانون حماية المستهلك أو في مشاريع القوانين المتعلقة بالإشهار التضليلي.

ومن هذا المنبر ارتأينا تقديم البعض من التوصيات التي نرجو أن تؤخذ بعين الاعتبار، وتتمثل مجملها في:

- ضرورة وضع قانون خاص يتعلق بالإشهار التجاري، وعدم الاكتفاء بتلك المشاريع التي لا تزال حبيسة الأدرج، كون مشاريع القوانين تبقى غير سارية المفعول.
- توضيح المصطلحات الخاصة بالإشهار التضليلي، وتجنب المصطلحات الغامضة، حتى لا تفتح أي فرصة للمحترف من التملص من هذه الجريمة
- ضرورة تعديل قانون العقوبات بما يتماشى والتطورات الحاصلة، في المجال الاقتصادي.

قائمة المراجع

- 1- النصوص القانونية
- قانون العقوبات
- القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جويلية 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، ص 3.
- القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وجمع الغش.
- مشروع القانون المتعلق بالإشهار التجاري لسنة 1988-1992-1999.
- 2- المؤلفات
- أ- الكتب

- احسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الأول، دار هومة، الجزائر ، ط2007.
- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة،دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع،ط1، 2008.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن الجزائر دار الكتاب الحديث الطبعة 2006.
- فتوح عبد الله الشاذلي، شرع قانون العقوبات "القسم العام"، دار المطبوعات الجامعية، مصر، طبعة1997.
- ب- المذكرات**
- محمد بوراس، الإشهار عن المنتجات والخدمات دراسة قانونية، رسالة لنيل دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،2012.
- نوال ملال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة وهران،2013.
- غالم عبد الوهاب، الإشهار والثقافة الاستهلاكية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران السانبا،2007.
- ت- المحاضرات**
- عصام نجاح ، محاضرات في قانون حماية المستهلك أقيت على طلبة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، 2014.
- رابح بوسنة، محاضرات في القانون الجنائي الخاص أقيت على طلبة السنة الثالثة قانون خاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة قالمة،2014
- ث- المقالات**
- شبايكي سعدان، الإشهار التجاري في الجزائر وحماية المستهلك، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 06 ، 2006.