

إبرازها في المادة 91 فقرة 2 من مرسوم 1669 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش "الإشهار هو جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج أو تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية"³. أي أن الإشهار هو عمل فني تجاري يهدف إلى تحقيق الربح .

وعليه فهو كل ما يقوم التاجر وغيره بنشره في الصحف والمجلات وفي نشرات خاصة، تعلق على الجدران أو توزع على الناس، وكل ما يريد إعلانه والترويج له.

وهو كذلك مجموعة من الوسائل المستخدمة بقصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري أو امتداح

منتوج ما. وقد عرفه المشرع الجزائري في المادة 3 من قانون 02.04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية: المادة 3 / ف 3: "الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

و هذا أيضا ما أكدته تعريف دائرة المعارف الفرنسية الكبرى: " هو مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بامتياز منتجاتها و الاعزاز اليه بطريقة ما و حاجته اليها"⁴.

وللإشهار دورا هام في تنمية المشروعات الاقتصادية وتسويق منتجات معينة، ويشترط فيه أن يكون إشهارا صادقا صريحا .

إن الاشهار التجاري سلاح ذو حدين، يمكن استخدامه استخداما جيدا بأن يكون نزيها وصادقا، فيحقق فوائد كبيرة. وقد يستخدم الاشهار استخداما سيئا بأن يكون كاذبا أو مضللا، فيكون أداة خداع للمستهلكين حول المنتجات أو الخدمات. فالإشهار التجاري الكاذب أو المضلل من شأنه افساد إرادة المستهلكين حيث يوقعهم في الغلط⁵ حول المنتج او الخدمة وبذلك يؤدي الى انعدام الثقة بين التاجر المعلن والمستهلك. كما يضر بمهنة الاشهار عموما. فهو يؤثر على مصداقية الاشهار التجاري بصفة عامة. الأمر الذي أوجب واستلزم توفير حماية وإجراءات رديعية تحمي المستهلك من الإشهارات الكاذبة

سيما في التشريع الجزائري، و ما يقابلها في التشريع الفرنسي وهذا لمعرفة الجزاءات التي يمكن تطبيقها على الإشهارات الكاذبة أو المضللة سيما منها المدنية أي أمام القضاء المدني⁶. ومنه نطرح الإشكالية التالية:

ماهي الآليات المدنية القانونية التي أقرها المشرع الجزائري و الفرنسي لحماية المستهلك من المعلومات الإشهارية الكاذبة؟ ولإحاطة بهذه الإشكالية سنتناول بالتحليل المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الحماية المدنية الفردية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

المبحث الثاني: الحماية المدنية الجماعية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

المبحث الأول: الحماية المدنية الفردية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

حتى لا يبقى الإشهار الكاذب أو المضلل حرا، دون قيد كان يجب البحث عن وسائل قانونية للحد من آثاره السلبية ووقف التجاوزات، وهذا بهدف حماية المستهلكين من جهة، وخلق جو ملائم لمنافسة مشروعة ونزيهة من جهة أخرى وهذا بتوقيع جزاءات مدنية وجنائية، وكذلك إجراء نوع من الرقابة والاحتياط الذاتي من جانب أصحاب المهنة والجهات الادارية .

فحسب قواعد القانون المدني هناك جزاءات مدنية متعددة يمكن تطبيقها على الاشهار الكاذب أو المضلل وهذه الجزاءات ليست نفسها التي تطبق على كليهما، فإذا كان الاشهار ناتج عن إبرام عقد بين المنتج والمعلن، وكذلك إذا كان الفعل يشكل جريمة أم لا، فهنا يكون وتطبيقا للقواعد العامة للمتضرر من الاشهار الحق في عدة خيارات. لعل أهمها طلب إبطال العقد للتدليس أو الغلط، تنفيذ العقد أو طلب التعويض، وفيما يلي سنبين هذه الخيارات في ثلاث مطالب.

المطلب الأول: طلب ابطال العقد للتدليس أو الغلط.

يعتبر كل من التدليس والغلط من العيوب الجوهرية المعيبة والمضللة لاختيار المستهلك، لذا يتم التمسك بهما باعتبارهما معييان لرضا المستهلك و ذلك لحمايته من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل. و فيما يلي سنتناول الاشهار المعاقب عليه وفقا لتدليس والغلط.

أولاً: التدليس:

يعرفه بعض الفقهاء بأنه " استعمال احد طرفي العقد وسائل غايتها تضليل الطرف الآخر و الحصول على رضاه في الموافقة على ابرام عقد ما".
ويعرفه آخرون بأنه نوع من الغش يصاحب تكوين العقد، و هو إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه الى التعاقد نتيجة الحيلة".

ومن خلال التعريفين يتضح لنا أن التدليس يقوم على عنصرين: المادي و يتمثل في نشاط إيجابي أو سلبي يقوم به المدلس و هذا باستعمال طرق احتيالية لتوليد الغلط في ذهن المتعاقد الاخر فتخفى الحقيقة عنه. أما العنصر المعنوي يتمثل في نية التضليل لتحقيق غرض غير مشروع، فمن خلال مبالغة المعلن في مدح سلعه و خدماته، قد يصل إلى حد الكذب، فهذا عمل إيجابي من شأنه ان يخلق لبسا في ذهن المستهلك أو خداعه، فيكون من حق المستهلك طلب ابطال العقد إذا ما أثبت قيام المعلن بالتدليس⁷.

و بذلك يجب أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد، وقاضي الموضوع هو الذي يثبت في ذلك، فيقيم وقع وأثر الإشهار الكاذب أو المضلل في نفس المستهلك، حتى يتمكن من الجزم بأن الإشهار المدلس هو الذي دفعه إلى التعاقد، و بذلك يمكن حماية المستهلك من الإشهار الكاذب أو المضلل و هذا استنادا إلى القواعد العامة التي تجيز إبطال عقد التدليس إذا توفرت شروطه حسب الفقرة 1من

المادة 86 ق.م.ج. "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد

المتعاقدين أو من ناب عنه من الجسامة حيث لوالها لما ابرم الطرف الثاني العقد".⁸ والتي تقابلها المادة 119 من التقنين المدني الفرنسي و الفقرة 1 / من المادة 111 ق . مدني مصري.

ثانيا: قدرة نظرية التدليس المدني في حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل :
إن نظرية التدليس المدني المبنية على القواعد العامة التقليدية محدودة الأثر إذا طبقناها على الإشهار الكاذب أو المضلل لأنه لتطبيق نظرية التدليس يفترض إبرام عقد بين المعلن والمستهلك والذي نتج عنه إشهار كاذبا أو مضلل فإذا لم يوجد عقد فلا يمكننا الحديث عن التدليس.

إن دعوى إبطال العقد للتدليس توفر حماية فردية للمستهلك الفرد، ومن ثم فإن تأثيرها محدود الأثر، إذا أخذنا بعين الاعتبار أن المستهلك وهو الطرف الضعيف غالبا ما لا يلجأ إلى القضاء بسبب الجهل وكذلك عدم قدرته على دفع مصاريف التقاضي، والوقت الذي تأخذه مثل هذه الدعوى ولذلك فإن المشرع الفرنسي والمصري قد جعل من التدليس الذي يقع على عناصر معينة جوهرية من المنتج محلا للإشهار هو الذي يسمح بإبطال العقد. مع العلم أن إثبات التدليس صعب، حيث اعتاد التجار في العمل التجاري التسامح في حدود معينة عن امتداح المنتجات والخدمات.

ثالثا: الغلط:

وهو ذلك الوهم الذي يقوم في ذهن الشخص فيتصور الأمور، إما على غير حقيقتها فيكون هو الدافع إلى التعاقد، وإما على غير الواقع فيتوهم الواقعة الصحيحة بأنها غير صحيحة أو العكس، يتضح لنا أن المستهلك قد يقع في غلط بدون دخل من المعلن، فإشهار هذا الأخير صحيح و صادق، وكل ما هنالك أن المستهلك تصور أمورا لا وجود لها أو على غير حقيقتها، و من ثم عيب الغلط لا علاقة له بالضرر الذي قد يلحق المستهلك من جراء تنفيذه للإشهار التجاري. ومع ذلك قد يطلب إبطال العقد للغلط

الجوهري والذي هو حسب ما نصت عليه المادة 82 من ق م ج " يكون الغلط جوهريا إذا بلغ من الجسامة بحيث يمتنع عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط".⁹

ويكون الغلط جوهريا إذا ما وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهرية أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية، وكذا إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته إذا ما كانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد.

و عليه إذا وقع المتعاقد في غلط جوهري جاز له أن يطلب إبطال العقد إن كان المتعاقد الآخر

وقع مثله في هذا الغلط أو كان على علم به أو كان من السهل عليه أن يتبينه و هو ما نصت عليه المادة 81 ق.م. ج " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد

أن يطلب إبطاله " و التي تقابلها المادة 119 من التقنين المدني الفرنسي . ووفقا للمادة 111/1 مدني مصري.

ورغم هذا فإن نظرية الغلط أوسع نطاق من نظرية التدليس فهناك حالات يكفي فيها الغلط لإبطال العقد كالغلط في الباعث أو الغلط في القيمة، وعليه يمكن القول أن كل تدليس يعتبر غلطا لكن العكس غير صحيح فكل عقد يبطل للتدليس ويبطل في نفس الوقت للغلط .

إذن يجوز طلب إبطال العقد للتدليس أو لغلط، وهذا إذا توافرت شروط كليهما، وهنا نركز على العقد أي أن العقد شريعة المتعاقدين وفي نفس الوقت يرتب التزامات على كليهما المادة 81 إلى 82 ق.م.ج. و عليه ووفقا لما سبق ذكره فإن المتضرر يبقى له الحق في المطالبة بالتعويض إذا كان يمكن إثباته طبقا للقواعد العامة.

لكن إذا كان المتضرر من الإشهار الكاذب أو المضلل تاجرا، فهناك حماية توفرها دعوى المنافسة غير المشروعة. فهي تجربة حديثة النشأة حتى بالنسبة للمشرع الفرنسي الذي بدأ الأخذ بها ابتداء من 19 جانفي 1622، أما المشرع الجزائري فإنه نص عليها في

قانون 90-91 المطبق على الممارسات التجارية، أما قبل هذا فإنه كانت تتم حماية التجار بمقتضى قواعد القانون الجنائي أي اعتبار الإشهار الكاذب أو المضلل جريمة نصب أو احتيال إذا توفرت شروطها، لأن المنافسة غير النزيهة تلحق ضررا بالتاجر، وبناء على هذا تم توقيع عقوبات مدنية على من يقوم بإشهار كاذب أو مضلل، شرط أن يكون رافع الدعوى تاجرا.¹⁰

ودعوى المنافسة غير المشروعة تعطي لتاجر المتضرر من الإشهار الكاذب أو المضلل طلبات كثيرة لحماية مصالحه التجارية. حيث يمكن للمتضرر طلب وقف الإشهار الكاذب أو المضلل، ويمكن له كذلك أن يطلب من القاضي نشر إشهار تصحيحي على نفقة المعلن وإن كان هذا النوع من الالتزام يكون في العقد المبرم بين المنتج التاجر والمعلن.

ويمكن للمحكمة أن تقضي بنشر الحكم في الصحف وعلى نفقة المعلن ويجوز لها أن تلجأ إلى الغرامات التهديدية لإجبار المحكوم عليه أو طلب التعويض النقدي، إذا أمكن إثبات الضرر. وتجدر الإشارة إلى أن المحكمة المختصة بالفصل في هذا النوع من الدعاوى (دعوى المنافسة غير المشروعة) يكون أمام القضاء المدني إذا لم يكن كذلك في حالة الدعوى الجنائية أو المصلحة العامة. أما إذا مثل الإشهار جريمة كان على المضرور رفع دعواه أمام القضاء الجنائي. وهذا هو الوضع في القانون الفرنسي منذ صدور قانون 1 يوليو سنة 1690. ومن دراستنا لدعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة للحماية من الإشهار الكاذب أو المضلل، يلاحظ أنه لا يوجد ارتباط بين المنافسة غير المشروعة والإشهار الكاذب أو المضلل، لأن الإشهار الكاذب أو المضلل يمثل حتما منافسة غير مشروعة، إلا أن العكس غير صحيح فقد تقوم منافسة غير مشروعة حتى

وإن كان الإشهار صادقا وحقيقيا، وفي هذه الحالة الأخيرة لا يكون أمام التاجر المتضرر سوى رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، غير أنه في الحالة الأولى أي التي يكون فيها الإشهار كاذبا أو مضللا، هناك جريمة حسب القانون الفرنسي، فمنذ صدور قانون 1 يوليو سنة 1690 "جواز دعوى المنافسة غير المشروعة"¹¹.

المطلب الثاني: طلب تنفيذ العقد.

وهذا يعني إلزام المعلن الذي قام بالإشهار بتنفيذ العقد، فيجبر المعلن على تسليم العميل المتعاقد شيء محل العقد "السلع و الخدمات" طبقا لما اتفق عليه و أعلن عنه أو شيء آخر يكون محلا للعقد ويكون مطابقا للإشهار (المادة 1120 قانون مدني فرنسي، المادة 190 قانون مدني جزائري) أو الحصول على قيمة الشيء وذلك بالاستناد الى ما ورد في الاشهار من بيانات، كما أنه في حالة عدول المعلن عن ايجابه بعد اعلان المستهلك رغبته في اقتناء الشيء المعلن عنه، يمكن للمستهلك المطالبة بتنفيذ التزامه التعاقدى عينا. كما يمكن للعميل المتعاقد، بدلا من طلب التنفيذ العيني أن يطالب بفسخ العقد، لعدم قيام البائع المعلن بتنفيذ التزامه .

المطلب الثالث: طلب التعويض:

سبق لنا أن رأينا أن الإشهار التجاري أبتدع من أجل الترويج عن السلع و الخدمات، و هو موجه إلى مقتني السلعة و طالب الخدمة، ألا و هو المستهلك، و لكن يحدث أن المنتج بقصد تحقيق الربح الوفير، و لو كان ذلك على حساب المستهلك يلجأ إلى الإشهار التجاري المضلل، فلا يبقى أمام المستهلك المتضرر من هذا إلا اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر و هو ما نصت عليه المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من التقنين المدني الفرنسي و ذلك لردع هذه الإشهارات المضللة، و هنا القاضي لتقدير مدى وجود التضليل في الإشهار

التجاري من عدمه، لا بد عليه أن يعرف أي نوع من المستهلك هي الضحية، وذلك بالاعتماد على معايير معينة.

- فقد تعتمد المحاكم على معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، و هو الشخص المتلقي، الذي يشترط فيه درجة من اليقظة و التبصر و الذكاء، و هذا بالإستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.

و الإعتماد على هذا المعيار يجعل التضليل المرتكب من المعلن في إشهارته واحد بالنسبة إلى لجميع الناس، فإذا لم يقع المستهلك المتوسط الذكاء تحت تأثير التضليل الصادر عن المعلن، فالإشهار الذي قام به هذا الأخير لا يعتبر مضللاً.

- و نظرا للنتائج التي قد تترتب نتيجة الإعتماد على المعيار السابق، فإن المحاكم قد تلجأ إلى المعيار الذي يأخذ حالة كل مستهلك ضحية على حدى، و ذلك بالنظر إلى مستواه الثقافي و الوضعية التي تلقى فيها الرسالة الإشهارية، فبذلك سيستفيد من الحماية، حتى الشخص دون المستوى العادي من الفطنة و الذكاء أو الساذج .¹²

و بالتالي سيكون أي إشهار تجاري محل إتهام بالتضليل، فقط لأن المستهلك هو دون المستوى العادي من الفطنة و الذكاء، الذي يصدق كل ما يبث عليه من إشهار تجاري، لاسيما في الإشهارات التي يفرط من خلالها في مدح السلع والخدمات المعلن عنها، بحيث يكون من السهل تبين المبالغة فيها .

و بالتالي يكون المعيار الأول الذي يأخذ بالمستهلك المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود التضليل في الإشهار التجاري من عدمه، و هو المعيار الذي يفرض على المستهلك التحلي بروح النقد و الانتباه إلى كل ما يعلن عنه في الوسائل الإشهارية.

ومن خلال ما سبق يتضح لنا أنه لو أخذنا بالمعيار الثاني، فإن ذلك سيجمد كل مبادرة للمعلن في مجال الإبداع الإشهاري، بتقييد حريته في التعبير والابتكار، أما إذا أخذنا بالمعيار الأول فإن ذلك سيقبل من الحالات التي يحصل فيها المستهلك على تعويض للضرر الذي أصابه من الإشهارات التجارية، و ذلك إذا كنا أمام حالة المبالغة و الإثارة

التي يثيرها الإشهار في نفس المستهلك المتوسط الذكاء، إذا ما ارتبطت هذه المبالغة المسموح بها في الإشهارات بالتقدم العلمي و التكنولوجيا في بلد ما، فيستغله صاحب الإشهار في البلد المتطور كي يبيته إلى بلد أقل تطور، و هو واثق أن يصدقها حتى الرجل الحريص، و على هذا الأساس فإن القاضي لكي يحكم بالتعويض للمستهلك الذي يدعي التضرر من الإشهار التجاري لابد عليه أن يتحرى الأمر جيدا، فإذا كان المستهلك ساذجا مصدقا لكل رسالة إشهارية يتلقاها، فإنه يعتبر مغفلا فلن يكون له تعويض، أما إذا كان المستهلك المدعي التضرر من الإشهار التجاري، حذرا وفطنا عند تلقيه للرسالة الإشهارية، و رغم ذلك تم تضليله من طرف المعلن، فإنه سيحكم له القاضي بالتعويض، إلى جانب ردع الإشهار مضلل.

و تجدر الملاحظة أنه عندما يدعي المستهلك أمام السلطة القضائية، يكون عليه فقط تقديم الدليل عن الضرر الذي لحقه بسبب الإشهار التجاري المضلل، و لا يلزم بإثبات الفعل الذي ارتكبه المعلن، و هذا راجع أصلا لكون أن مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، جعل من جرائم الإشهار التجاري، جرائم مادية تقوم بمجرد تنفيذ المعلن لركنها المادي، بحيث سوء نية المعلن أم حسنها ليس محل اعتبار، و لا يعمل المستهلك على إثباتها، إنما على المعلن أن يثبت حسن نيته و أنه لم يقصد التضليل¹³، فيكون بذلك المشرع قد أعفى المستهلك من الإثبات، و نقل عبء هذا الإثبات إلى المعلن.

المبحث الثاني: الحماية المدنية الجماعية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

تتنوع صور الحماية المدنية للمستهلك بتنوع صفة المتضرر بين المستهلك الفرد وجماعة المستهلكين، ذلك أن الاشهار عملية ليست مقتصرة على الفرد فقط وتسمى العديد من التشريعات الى تعزيز حق المستهلك في ضمان حقوقه من خلال الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بالحق في إقامة دعوى جماعية للمطالبة بحقوقه ومنه جاء ما يعرف بالحماية الجماعية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

المطلب الأول: الدور الوقائي للجمعيات في حماية للمستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

تنشأ جمعية حماية المستهلك طبقا لقانون الجمعيات المعمول به القانون رقم : 06-12 المتضمن قانون الجمعيات¹⁴ وهي جمعية لا تسعى إلى تحقيق ربح ، ويجب أن تخصص لإنجاز المشاريع المسطرة في برامجها . كما تنص المادة 21 من قانون المستهلك الجزائري : "جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

إذ تكتسي جمعيات حماية المستهلك، أهمية بالغة في الدفاع عن مصالح المستهلكين وحقوقهم وسلامتهم ولذلك تعتبر الأقدر على التعبير عن حاجاتهم ومتطلباتهم¹⁵ فالتشريعات المختلفة اهتمت بتوعية المستهلك وتثوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود ، وأنشأت لذلك أيضا جمعيات مدنية تهدف لحمايته وتتبع في دفاعها عدة طرق من أهمها التوعية الدعاية المضادة والامتناع عن الشراء ، الامتناع عن الدفع مع تذكير أنها جمعيات لا تهدف إلى الربح.

ويعتبر الالتزام بالإعلام من الأدوار الوقائية لجمعيات حماية المستهلك وفي هذا المجال يكفل أعمال هذا الأثر الوقائي لدعوة الجمعيات حماية فعالة للمستهلكين في مواجهة الإخلال بالالتزام بالإعلام عن كل خصائص المنتج من جانب المعلن ، وذلك بمنع الضرر قبل وقوعه بما يتوافق وتحقيق المصالح الجماعية للمستهلكين ، ولا شك أن وقف الإعلان التجاري الكاذب والمضلل من شأنه أيضا أن يقي جمهور المستهلكين المحتملين من الوقوع في الخداع والغش الإعلاني ، ووقف إنتاج واستيراد او بيع او تداول نوعية معينة من المنتجات من شأنه أن يقي المستهلكين أضرارا.

ويتمثل دور جمعية حماية المستهلك في توعية المستهلكين واعلامهم ومساعدتهم لمعرفة حقوقهم ، كما تمثلهم لدى الهيئات العمومية المختلفة ، كما تعمل هذه الجمعيات على توحيد المستهلكين لمواجهة التنظيمات المختلفة للحرفيين والمهنيين¹⁶ فاهم دور هو التحسيس والإعلام وهو من الواجبات الأساسية للجمعيات حماية المستهلك تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله ، ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلكين، ولا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط ، بل يمتد دورهم الى المشاركة

في اعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين وهو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار¹⁷.

المطلب الثاني: الدور الدفاعي للجمعيات في حماية المستهلك من الاشهار التجاري الكاذب أو المضلل.

إذا كان الأصل هو أن ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه، فإنه استثناء أناط القانون لهيئات معينة، سلطة رفع الدعوى حماية لمصلحة جماعية أو مشتركة معينة.، و هذا حسب القانون 31/ 90 في مادته 2/16 التي نصت على أن "الجمعية لها الحق في أن تمثل أمام القضاء و تمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية، وتلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية" كما نصت المادة 23 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "عندما يتعرض مستهلك او عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات اصل مشترك ، يمكن جمعيات حماية المستهلكين تتأسس كطرف مدني¹⁸

لا جدال في أهمية الاعتراف لجمعيات المستهلكين بالحق في رفع الدعوى القضائية دفاعا عن المصلحة الجماعية التي تمثلها ، بالنظر إلى أن المستهلك الفرد قد يلتزم الصمت تفاديا لبطء إجراءات التقاضي والنفقات في حين ان الجمعيات تستطيع تحمل التكاليف وطول الإجراءات¹⁹.

إن المشرع الجزائري لم يكتفي بمنح جمعيات المستهلكين حق رفع دعوى جبرا للضرر الذي أصاب المستهلكين أمام الجهات القضائية المدنية نتيجة خطأ مدني ، بل خول لهم تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية المختصة : وكيل الجمهورية، قاضي التحقيق²⁰.

وبذلك أصبح المجال مفتوحا أمام الجمعيات للتأسيس كطرف مدني القضاء الجزائري أو رفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني، وذلك للمطالبة بتعويض الضرر الذي لحق بالمستهلكين جراء الاشهارات التجارية المضللة، كما يمكن لهذه الجمعيات التدخل في الخصومة.

والمشرع الفرنسي نص على حالتين يجوز فيهما لجمعيات حماية المستهلك رفع الدعوى المدنية بالتعويض ولو لم يتوفر وصف الجريمة الجنائية في العمل الغير مشروع فالحالة

الأولى : تخويل لهته الجمعيات حق التدخل أمام القضاء المدني في دعوى سبق رفعها بواسطة واحد او اكثر من المستهلكين بغرض الحصول على تعويض عن الضرر الناجم عن أفعال لا تشكل جرائم جنائية ، والحالة الثانية : التدخل أمام القضاء المدني بدعوى مبتدئة لمطالبة المحكمة بأن تأمر تحت تهديد الغرامة عند الاقتضاء بحذف الشروط التعسفية المدرجة في نماذج الاتفاقيات المبرمة بين المعلن و المستهلك.^{21 16}

الخاتمة.

إن الإشهار الكاذب أو المضلل يلعب دورا أساسيا في التأثير على الاقتصاد ولا يكتفي بالاعتداء على مصالح الأفراد لذا فإن الجزاء الجنائي أصبح ضروريا وأصبحت الجزاءات المدنية غير كافية، وتوفر حماية محدودة بالقياس مع الحماية الجنائية.

إن اللجوء إلى الردع الجنائي وسيلة قديمة في المجال الاقتصادي وفي ضوء عدم كفاية الحماية المدنية التي توفرها نظرية المنافسة الغير مشروعة ونظرية التدليس المدني فقد اتضح عدم كفاية هذه القواعد وضرورة استكمالها بحماية جنائية، وترجع عدم كفاية الحماية المدنية إلى أسباب عدة ومن أهمها ما يلي :

-إن الحماية المدنية تشترط من الناحية العملية، إذا كان المتضرر مستهلكا ضرورة وجود عقد بين المعلن والمتضرر لأن القانون المدني لا يمكنه توفير الحماية الكافية إلا للمتعاقدين وهي ما يطلق عليها بالحماية العقدية .

-كذلك القانون المدني لا يوفر سوى حماية محدودة مقارنة بالحماية الجنائية التي تذهب إلى أبعد مما تذهب إليه نظرية التدليس المدني أو قواعد المسؤولية التقصيرية التي تتأسس عليها دعوى المنافسة غير المشروعة إذا كان الضرور تاجرا، لذا كان اللجوء إلى الردع الجنائي وسيلة قديمة خاصة في المجال الاقتصادي وكذا في مجال حماية المستهلك .

-ولغياب نصوص خاصة تجرم الإشهار الكاذب أو المضلل وكذلك عدم

كفاية الحماية المدنية التي توفرها نظرية المنافسة غير المشروعة ونظرية التدليس المدني، حيث كان القانون الفرنسي وقبل صدور قانون 31 جويلية 1690 كما هو الحال بالنسبة لوضعية الإشهار في الجزائر في الوقت الحالي، حيث كان يفتقر لنصوص خاصة تجرم الإشهار الكاذب أو المضلل، فكان يطبق الأحكام الجنائية العامة التي تعاقب على النصب وانتحال صفات أو ألقاب كاذبة وقوانين براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات والعالمات والأسماء التجارية.

¹-عبد السلام أبو قحف: "محاضرات في علم هندسة الاعلام"، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص28.

²- "حماية المستهلك من الإشهارات التجارية المضللة"، مقال منشور على موقع الانترنت:

Dspace.univ_km.dz

³-بليمان يمينة: "محاضرات حول الاشهار الكاذب أو المضلل"، جامعة منتوري قسنطينة، مقال منشور على موقع الانترنت:

Montada.echorokonline.com

⁴- Grande encyclopédie française : Larousse, page 606.

⁵-محمد بويكضارن: "حماية رضا المستهلك من الاشهار الكاذب أو المضلل"، مقال منشور في مجلة الحوار المتمدن، عدد 3932، سنة 2012 على موقع الانترنت:

<http://www.ahewar.org/debat/show>.

⁶-رمضاني نسيم: "الحماية الوقائية للمستهلك من الاشهارات التجارية"، مذكرة تخرج منشورة على موقع الانترنت:

<http://nassimdroit.blogspot.com>

⁷-أحمد السعيد الزقرد: "الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن"، مجلة الحقوق الكويتية، عدد3، 1995، ص178.

⁸- المرجع نفسه، ص 221

⁹- عيوب الرضا في القانون المدني الجزائري" مقال منشور على موقع الانترنت:

<http://www.ouargla30.com>

¹⁰- أحمد السعيد الزقرد، المرجع نفسه، ص180.

¹¹-بليمان يمينة، الموقع السابق.

¹²-Voir: calais auloy la loi Royer et les consommateurs: D, 1974, ch, p91

¹³- حماية المستهلك من الإشهارات التجارية المضللة"، مقال منشور على موقع الانترنت:

Dspace.univ_km.dz

¹⁴- القانون رقم : 06-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتضمن قانون الجمعيات.

¹⁵- رمضاني نسيم ، المرجع السابق.

¹⁶-سليم سعد اوي: "حماية المستهلك، الجزائر نموذجاً"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط.1، الجزائر، 2009، ص ص: 141-140.

¹⁷-علي بولحية بن بوخميس: "القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، بدون طبعة، الجزائر، دون سنة، ص 66.

¹⁸-عبد الفتاح بيومي حجازي: "حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت"، دار الفكر الجامعي، ط.1 الاسكندرية، سنة، 2006 ص 56.

¹⁹-منى أبو بكر الصديق: "الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات"، دار الجامعة الجديدة للنشر، بدون طبعة، الإسكندرية، 2013، ص 251.

²⁰-علي بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 67.

²¹- منى أبو بكر الصديق: المرجع السابق، ص ص: 261-260.

قائمة المراجع:

أ _ باللغة العربية:

1_ الكتب:

- 1_ سليم سداوي : "حماية المستهلك، الجزائر نموذجا"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، ط.1، الجزائر، 2009.
- 2_ عبد السلام أبو قحف: "محاضرات في علم هندسة الاعلام"، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص28.
- 3_ عبد الفتاح بيومي حجازي : "حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت"، دار الفكر الجامعي ، ط.1 الاسكندرية ، سنة : 2006.
- 4_ علي بولحية بن بوخميس : "القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، بدون طبعة ، الجزائر ، دون سنة.
- 5_ منى أبو بكر الصديق : "الالتزام باعلام المستهلك عن المنتجات"، دار الجامعة الجديدة للنشر، بدون طبعة، الإسكندرية، 2013 .

2_ المجلات:

- 1_ أحمد السعيد الزقرد: "الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي و المقارن"، مجلة الحقوق الكويتية، عدد3، 1995.

3_ القوانين:

- 1_ القانون رقم : 06-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتضمن قانون الجمعيات.
- 2_ القانون رقم: 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق حماية المستهلك وقمع الغش.
- 3- القانون رقم 04-02 الصادر في 05 جمادي الأول عام1425 الموافق 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 4_ المراجع باللغة الفرنسية:

1-Calais auloy la loi royer et les consommateurs : D, 1974

2-Grande encyclopédie française: Larousse, page 606.

أ_ باللغة العربية:

1_ بليمان يمينة: "محاضرات حول الاشهار الكاذب أو المضلل"، جامعة منتوري قسنطينة، مقال منشور على موقع الانترنت:

Montada.echorokonline.com

2_ "حماية المستهلك من الإشهارات التجارية المضللة"، مقال منشور على موقع الانترنت:

Dspace.univ_km.dz

3_ رضاني نسيم: "الحماية الوقائية للمستهلك من الاشهارات التجارية"، مذكرة تخرج منشورة على موقع الانترنت:

<http://nassimdroit.blogspot.com>

4_ محمد بويكضارن: "حماية رضا المستهلك من الاشهار الكاذب أو المضلل"، مقال منشور في مجلة الحوار المتمدن، عدد 3932، سنة 2012 على موقع الانترنت:

<http://www.ahewar.org/debat/show>.

5- عيوب الرضا في القانون المدني الجزائري" مقال منشور على موقع الانترنت:

<http://www.ouargla30.com>

6_ www.m.ahewar.org