

حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية

الطالبة: مجدوب نوال. طالبة دكتوراه التسجيل الثالث
القانون الجنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان

المخلص :

عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة تجاوزات و إنتهاكات صارخة من لدن المتعاملين الإقتصاديين ، هذه التجاوزات التي أضحت تهدد الأفراد و تمس بأمنهم و سلامتهم ، مما دفع بالمشرع الجزائري للإلتفات إلى المستهلك و السعي لتوفير ترسانة قانونية تحمي حقوقه .

إذ وفر المشرع الجزائري حماية جنائية للمستهلك من جريمة الخداع في عملية التسويق ، و ذلك بموجب قانون العقوبات و كذا القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الإستهلاك الجديد.
الكلمات المفتاحية : النقل البحري ، المتدخلين ، الحاويات ، المسؤولية.

Résumé :

Notre pays a connu ces dernières années des dépassements émanant des agents économiques. Lesquels dépassements ont touché la sécurité et la sûreté des personnes,

Ces dépassements qui ont poussé le législateur algérien pour protéger le consommateur.

Donc , le consommateur algérien est désormais bien protégé contre la tromperie en matière de marketing , grâce au code pénale et la nouvelle loi relative a la consommation .

Mots clés Consommateur – marketing - tromperie – protection pénale

مقدمة :

مما لا شك فيه أن الخداع يعد من الآفات الاجتماعية المعاصرة التي تستغل مختلف مجالات الحياة و من أجل التصدي لهذه الآفة الماسة بأمن و سلامة المستهلك فإن المشرع نظم هذه الجريمة تنظيمًا مزدوجًا وذلك من خلال المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش⁽¹⁾ و قبلها المادة 429 من قانون العقوبات ، و الواردة في الباب الرابع من الكتاب الثالث تحت عنوان "الغش في بيع السلع و التديس في المواد الغذائية و الطبية"⁽²⁾.

مع الإشارة أن المشرع الجزائري على غرار المشرع الفرنسي لم يعرف جريمة الخداع⁽³⁾ و إنما اكتفى بتبيان نطاقها و عقوبتها و تدخل الفقه من خلال اجتهاداته لسد هذا الفراغ التشريعي و إعطاء مفهوم للخداع⁽⁴⁾ على أنه: "القيام بأعمال من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرًا يخالف ما هو عليه في الواقع"⁽⁵⁾، و بالتالي فالخداع هو كل تصرف من شأنه إيقاع المتعاقد في الغلط حول البضاعة أو الخدمة.

و على هذا الأساس فإن الإشكالية التي تطرح في هذا السياق تدور حول :

إلى أي مدى يمتد نطاق الحماية الجنائية للمستهلك من جريمة الخداع في عقود الإستهلاك ؟

و دراسة سالف الإشكال تقودنا إلى تحديد نطاق الخداع من حيث الأشخاص و الموضوع و الوسائل(المحور الأول) ثم القيام بعد ذلك بدراسة الأركان المقومة للجريمة (المحور الثاني).

المحور الأول: نطاق جريمة الخداع.

إن تحديد معالم جنحة الخداع بإعتبارها واحدة من أخطر الجرائم المهددة لأمن و سلامة المستهلك لاسيما و أن قوامها الخداع يتطلب بالضرورة التطرق إلى نطاقها من حيث الأشخاص (الفرع الأول) و من حيث الموضوع (الفرع الثاني) و كذا من حيث الوسائل (الفرع الثالث)، لاسيما و أن هذا النوع من الجرائم هو ذو تجريم مزدوج .

الفرع الأول: نطاق جنحة الخداع من حيث الأشخاص:

لقد نصت المادة 429 من قانون العقوبات على أنه: "يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد..."، في حين نصت المادة 68 من القانون 03/09 سالف الإشارة إليه على ما يلي: "يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك...".

فمن خلال هذين النصين يمكننا استنباط ما يلي:

إن نطاق المادة 429 أوسع من نطاق المادة 68 من منطوق أن الإرادة التشريعية قد تبنت المفهوم الضيق للمستهلك⁽⁶⁾ من خلال التعديل الأخير لقانون الاستهلاك الذي كان بموجب القانون 03/09 سالف الإشارة إليه.

و على هذا الأساس، فإن كل عون اقتصادي أو متدخل أو وسيط تعاقد بغرض الاستهلاك سواء لاستخداماته الشخصية أو المهنية يمكنه الاحتماء تحت ظل المادة 429 من قانون العقوبات بصفته متعاقد⁽⁷⁾ دون الاستناد إلى المادة 68 من قانون الاستهلاك كونها تحمي المستهلك النهائي لا الوسيط كما نستشف من خلال المادة 429 و المادة 68 أنهما تتميزان بالاتساع و الشمول من حيث صفة الجاني و لأدل على ذلك من عبارة "... كل من..."، إذ يكفي خداع أو محاولة خداع المستهلك أو المتعاقد بغض النظر عن صفة الجاني.

الفرع الثاني : نطاق جنحة الخداع من حيث الموضوع

بالرجوع إلى نص المادة 429 سالف الإشارة إليه نجد أن المشرع إستعمل لفظ "سلعة" ⁽⁸⁾ و لكن بالرجوع إلى نص المادة 68 من قانون الاستهلاك نجد أنه إستعمل مصطلح "منتوج"⁽⁹⁾ .

فإذا كان المشرع قد ضيق نطاق التجريم من حيث الأشخاص في قانون الاستهلاك، ووسعه في قانون العقوبات فإن الصورة قد انعكست فيما يخص نطاق التجريم من حيث الموضوع⁽¹⁰⁾.

مع الإشارة أن لفظ السلع يشمل في نطاقه المياه والغاز و الكهرباء، بدليل أن القضاء الفرنسي قد استقر في أحكامه مؤخرا على أن لفظ السلع يشمل كل شيء مادي سواء كان صلب أو غازي أو سائل⁽¹¹⁾، ومثال الخداع في الكهرباء أو الغاز أو الماء قيام المشترك عمدا بتعطيل سريان العداد لجعله بطيء في التسجيل أو لإيقاف سيره نهائيا أو حتى إدخال إبرة في الجهاز ليسجل أقل مما أستهلك فعلا.

و ما تجدر الإشارة إليه أن الأفعال المذكورة قد أثارت إشكالا قانونيا صعبا يتعلق بصعوبة تكييف هذه الممارسات، فهل يمكن تكييفها من قبيل الخداع أو الغش أو النصب أو السرقة؟.

و عموما متى أرتكب التلاعب في العداد نفسه، فإن الفعل يكيف من قبيل خداع المتعاقد لا المستهلك، مع إمكانية متابعة الجاني من أجل السرقة مادام محل الجريمة ماء أو كهرباء أو غاز، و ذلك عملا بمقتضيات نص المادة 450 من قانون العقوبات الجزائي التي جرمت كل سرقة لمحصولات أو غيرها من المنتجات الصالحة من الحقل ...

و لو أن الأنسب هو أن تكييف هذه الجريمة من قبيل سرقة الأموال العامة باعتبار أن الهدف الذي يصبو إليه المشرع من تجريم الغش و الخداع هو حماية المستهلك بمفهومه الضيق و الواسع باعتباره ضحية دون سواء ، في حين أنه عند القيام بمناورات بهدف تسجيل العداد أقل مما أستهلك فإن مرتكب هذه الجريمة هو مستهلك الماء أو الكهرباء أو الغاز .

الفرع الثالث: نطاق جنحة الخداع من حيث الوسائل .

كقاعدة عامة إعتبر المشرع أن جنحة الخداع قائمة بغض النظر عن الوسائل المستعملة في الخداع إذ لم يشمل الوسائل بالتنظيم ، و حسنا فعل المشرع كل باعتبار أن جرائم الإستهلاك من الجرائم المنظورة التي تكشف في كل يوم عن وجه جديد مختلف عن سابقه .

غير أنه باستقراء المادتين 429 من قانون العقوبات و المادة 68 من قانون الإستهلاك أنفتي الذكر فإن المشرع من خلال نص المادة 429 إستعمل عبارة "... يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد..." في حين أنه في المادة 68 إستعمل عبارة "... يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت..." .

وبالتالي فقد أضاف المشرع عبارة بأية وسيلة أو طريقة كانت، مما يفيد أن نص المادة 68 من قانون الحماية و القمع جاء أكثر راهنية و مردودية ليدخل في نطاقه الواسع طرق الخداع التقليدية أو الالكترونية⁽¹²⁾. وانطلاقا من كل ما سبق يكفي الكذب أو الكتمان و لو كان شفوي يل حتى و لو كان بإيماء الرأس للإجابة عن سؤال المستهلك و هذا راجع طبعا لصعوبة حصر صور الخديعة في نطاق موحد لعلم المشرع أن للخداع ألف سبيل لخداع المستهلك أو المتعاقد.

إلا أنه كاستثناء عن القاعدة جاء المشرع بوسائل معينة تجعل من الخداع جنحة مشددة و ذلك من خلال نص المادة 430 من قانون العقوبات ،و المادة 69 من قانون الاستهلاك و المتمثلة في الخداع بواسطة الكيل أو عن طريق الغش في التركيبة .

غير أن الإشكال الذي يطرح هو أن الوسائل التي اعتبرها المشرع ظرفا مشددا في الخداع الواقع على المستهلك ،قد دمجت الخداع بجرائم مستقلة بذاتها باعتماد مصطلحات لا يعد الوقوف عليها بالأمر الهين ومن هذه المصطلحات نجد كتيبات و إعلانات وأدوات أخرى وأدوات مزورة و يطرح التساؤل عن المعيار الفاصل المميز لجنحة الخداع عن باقي الجرائم و أولها جريمة الإعلان

الكاذب أو التضليلي ، لأنه بالوقوف على المعنى الحرفي لنص المادة 69 من قانون الاستهلاك ،هل نفهم أن جنحة الإعلان الخداع هي وليدة الخداع المشدد⁽¹³⁾ ؟.

و مادام الأمر كذلك ما هي الحاجة لتنظيم جنحة الإعلان الخداع في قانون خاص به ؟ وإذا كان الفيصل بين جريمة الخداع و باقي الجرائم هو وجود عقد في جنحة الخداع و غيابه في الجرائم الأخرى، ألا تستحق هذه الخصوصية أن تنظم كل جريمة على حدى؟.

لا تكفي الإشارة إلى جنحة الإعلان أو الإشهار التضليلي كظرف مشدد للخداع ، فالإعلان الخداع أو المضلل هو سلوك مجرم حتى و لو لم يدفع متلقيه إلى التعاقد هذا من جهة ، و من جهة أخرى مادام أهم ما يميز جريمة الخداع عن باقي الجرائم و أولها جريمة الغش ،فإن لهذه الذاتية ما يكفي من الأهمية حتى تنظم كل جريمة على حدا.

مع ضرورة تنظيم جريمة الإشهار المضلل بنص خاص في القانون رقم 03/09 ،أو ترك مسألة التنظيم إلى القانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية سالف الإشارة إليه .

المحور الثاني: أركان جنحة الخداع في عملية التسويق

ومادام المشرع أصاب بإدراج السلع و الخدمات تحت لواء المنتج من خلال المادة 03 من القانون رقم 03/09 سالف الإشارة إليه، فلا حاجة لحصر نطاق الحماية على المواد الغذائية على المواد الغذائية و المواد الطبية ،حتى لا يحرم مستهلك مواد التجميل و مستهلك الخدمة من الحماية القانونية ، و باعتبار أن التدليس من المسائل التي أولاها

المشرف المءنى بالانظفم ، فإنه من الأءر إسبءال مصطءل الءءلفس بالءءاع، ماءام المشرف ءرم الءءاع صراءة بموءب الماءفن 429 ، 430 من قانون العقوباء .

إء ففوءب ءءءل عنوان الباب الرابع من الكئاب الءالف ءف لا ففءارض مع ما ءاء به قانون الإسءءلاك و ءلك ءء الءسمفة الءالفة " العش و الءءاع فف بفب المءنءاء " .

وئقوم ءرفمة ءءاع المسءءلك أو المءءاقء عموما بئوافرفرءن شرعى بفءرم فعءل الءءاع (الفرع الأول) و المنصب على السلعة أو المءنوء عموما (الفرع الءانى) ، من ءلال إءفان بعض السلوكفاء الماءفة (الفرع الءالف) و النابعة عن إراءة آئمة هءفها هو ءءاع المسءءلك أو المءءاقء عموما و ءرق الءفة و الائئمان الءى يأمل المسءءلك وءوءها فف المءاملاء الءءارفة (الفرع الرابع).

الفرع الأول: الرءن الشرعى.

الئزاما بمبءأ الشرعة المنصوء علىه فف الماءة الأولى من قانون العقوباء و الءى نصء على أن " لا ءرفمة و لا عقوبة و لا ءءبفر آمن بففر نص...".

و باءءبار أن الرءن الشرعى هو نص الءءرفم الواءب الءطبفق على الفعل، فمكن القول أن نص الماءة 429 من قانون العقوباء هو الرءن الشرعى لءرفمة ءءاع المءءاقء، بالإءافءة إلى الماءة 430 من نفس القانون.

و من ءلال القانون رقم 03/09 سالف الإءارة إليه فقء ءطى المشرف ءحو ءكرفس ءماففة ءنائففة للمسءءلك مما ءرئب عنه مفلاء فرع ءءفء فسمى بالقانون ءنائف للاسءءلاك فمكن اءءبار الماءفن 68، 69 الرءن الشرعى لءنءة ءءاع المسءءلك.

الفرع الءانى: الرءن المفءرض

إن مءالءة الرءن المفءرض ففءضى الءطرق إلى المءطلباء القانونفة لقفام ءنءة ءءاع المءءاقء(أولا) و ءءلك المسئزماء القانونفة لقفام ءنءة ءءاع المسءءلك (ءانفا).

أولا: المءطلباء القانونفة لقفام ءنءة ءءاع المءءاقء:

لا فمكن الءءفء عن ءءاع المءءاقء ما لم ءئوافر فف المءنى علىه صفة المءءاقء⁽¹⁴⁾، و بالءئالف فءب أن فوءء مءءاقءان و أن فءءع أءءهما الآخر بأفة طرففة من الطرق، و هو شرط أولف لقفام ءرفمة⁽¹⁵⁾.

ءما أنه لا مانع من أن فكون ءانف أو المءم فف ءرفمة الءءاع فف عقوء الاسءءلاك هو المسءءلك، ماءام أن المشرف قء اسءءمل مصطءل مءءاقء ءون أن فءءء أف طرف من أطراف العءء فءمءها بءرفمة الءءاع⁽¹⁶⁾، و مءالها قفام المسءءلك بالإنقاص من ءصائص سلعة ءم اقءءاءها و رءها إلى البائع و إسءراء ءمئها بءءة أنها فر مءابفة⁽¹⁷⁾.

و زفاءة على وءوء مءءاقء، لا بء من وءوء عءء ءفى نءون بصءء ءرفمة ءءاع المءءاقء و ئشفر بءاففة إلى أن المشرف ءنائف لم فءءء نوع أو طفبفة العءء⁽¹⁸⁾ الءى فءم الءءاع ففه ، و بالءئالف فأمام صمء المشرف عن ءءءء نوع العءء فإن ءنءة الءءاع ءسرف على ءمفب أنواع العقوء و هو ما سار علىه ءل من القضاء الفرنسى و المصرف⁽¹⁹⁾ فر أن الشائع هو أن فءم الءءاع فف عقوء المءاوضة⁽²⁰⁾ و بالءءءء فف عءء البفب⁽²¹⁾.

أما عن آءر شرط قانونف لقفام ءنءة الءءاع، فهو ضرورة وءوء مءل للءءاقء أف سلعة ، هءه الآءفر لم فعرففها المشرف فف قانون العقوباء بل عرفها من ءلال قانون الاسءءلاك، مع الإءارة أنه لا مءال للءءفء عن ءنءة ءءاع المءءاقء فف ءءمة⁽²²⁾، ماءام المشرف ءنائف قء ءصر ءماففة على السلعة ءون ءءمة .

ءانفا: المءطلباء القانونفة لقفام ءنءة ءءاع المسءءلك:

فءفى وءوء المسءءلك و ءءا المءنوء لقفام ءنءة ءءاع المسءءلك ءون أفة قفوء ءءاقءفة .

الفرع الءالف: الرءن الماءف.

جرم المشرع الخداع كما جرم مجرد الشروع فيه⁽²³⁾، وهو ما عبر عنه بعبارة " ... يحاول... " و تعود الحكمة من تجريم الفعل التحضيري و تشديد العقوبة إلى الوقاية من ارتكاب الجرائم .
و باعتبار أن جريمة الخداع ذات طابع جنحي و هو ما يستشف من خلال العقوبة المحددة له، و بالاطلاع على نص المادة 30 من قانون العقوبات التي اشترطت العقاب على الشروع في الجنابة أو الجنحة بنص صريح ، يمكن القول أنه بمجرد الشروع في الخداع تتحقق الجريمة و كأنها جريمة تامة.
و لما كان الأصل أنه لا تقوم جريمة الخداع ما لم يوجد متعاقد ، إلا أن أمن و سلامة المستهلك يحتم إفتراض وجود متعاقد عند عرض منتجات غير مطابقة من حيث مصدرها أو تركيبها أو من حيث صلاحيتها ، و هو ما يتوافق مع مبدأ الإحتياط الذي تبناه المشرع بموجب الفصل الأول من الباب الرابع من القانون رقم 03/09 سالف الإشارة إليه ، وذلك تحت عنوان "التدابير التحفظية ومبدأ الإحتياط"، باعتبار أن جرائم الإستهلاك من جرائم الخطر لا من جرائم الضرر .

و من خلال نص المادة 429 من قانون العقوبات و المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ستم دراسة الركن المادي المقوم لجريمة خداع المتعاقد على الشكل التالي:

أولا : خداع المتعاقد في كمية المنتج

لقد نظم المشرع هذه الصورة من خلال القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش سالف الإشارة إليه و كذلك قانون العقوبات و يتم الخداع في هذه الصورة إما في الوزن أو الكيل أو العدد بغض النظر عن طرق الخداع، و عموما تدور فكرة الخداع في هذه الصورة حول المقدار⁽²⁴⁾.

وبالتالي فإنه بمجرد بيع سلع تحتوي على بيانات غير حقيقية حول الوزن أو الكيل، وذلك بعد ضبط وجود فارق بين الوزن الحقيقي و الوزن المبين على الغلاف، فإن الجريمة تصبح قائمة ولو بمجرد عرض تلك السلع.

أما عن الخداع في كمية الخدمات فنجد مثالها طلاء عمارة بعدد من الطبقات أقل من العدد المبين في المقايسة⁽²⁵⁾، و نشير في هذا الصدد أن تحديد الكمية الصافية غير إلزامي بالنسبة للمواد الغذائية القابلة لفقدان حجمها أو التي تباع بالقطعة أو التي توزن أمام المستهلك.

ثانيا : خداع المتعاقد في هوية المنتج

نظم المشرع هذه الصورة من صور الخداع في كل من قانون العقوبات و قانون الاستهلاك ، و يتحقق الخداع في هوية المنتج عند حدوث استبدال للمبيع محل التعاقد دون علم أحد المتعاقدين أو رضاه ، و بالتالي يكون المنتج المسلم غير ذلك المتفق عليه⁽²⁶⁾ ، و مثالها دخول المشتري إسطلب البائع و اختيار أضحية العيد ، ليجد يوم التسليم أن بائع الأغنام يسلمه أضحية أو كبش غير المتفق عليه، مع ضرورة وقوع هذه الجريمة أو هذه الصورة بعد التعاقد أو عند التسليم.

ثالثا : الخداع في الطبيعة و التركيب (القابلية للاستعمال):

يقصد بالخداع في طبيعة الشيء، التغيير الجسمي في خصائص الشيء المبيع إما لدرجة إفقاده طبيعته الأولى ، و إما لجعله غير صالح كليا للاستعمال الذي أعد من أجله ، حيث يغير في الحقيقة إلى درجة التحول لمنتج جديد .
و مثالها بيع تحفة أثرية على أساس أنها من القرون القديمة في حين أنها مصنوعة حديثا⁽²⁷⁾ أو وصف عسل مصنوع بالسكر العادي على أنه عسل طبيعي (نحل)، و كذلك وصف شمعدان من نحاس في حين أنه من نحاس مطلي⁽²⁸⁾، مع الإشارة أنه لا يعد من قبيل الخداع في الطبيعة و وصف مياه صناعية أنها طبيعية مادامت المياه الطبيعية و الصناعية تحتوي على نفس العناصر .

أما عن الخداع في التركيبية فيتحقق متى وجد فارق أساسي في تكوين المنتج على النحو الذي يصوره البائع⁽²⁹⁾.

و يحدد التركيب إما عن طريق اللوائح المتعلقة بالمنتج متى وجدت، أو الأعراف التجارية أو بالرجوع إلى بنود عقد الإستهلاك، أو بالرجوع إلى الفاتورة⁽³⁰⁾، ومن ذلك عرض ملابس مكونة من ألياف صناعية أو نيلون وإيهام المستهلك أنها مصنوعة من الحرير أو الصوف⁽³¹⁾، و يستوي في ذلك أن يكون الخداع في التركيبية نافعا أو ضارا بالمستهلك.

و تجدر الإشارة أنه متى احتوت المادة الغذائية أو المنتج على حليب أو بيض أو أسماك أو فواكه... فإنه يجب أن توضح هذه المكونات على الوسم⁽³²⁾.

كما تعفى كل من الفواكه و الخضر الطازجة التي لم تقطع أو تقشر أو تخضع لإضافات من تحديد مكوناتها أو تركيباتها، و نفس الشيء يطبق على المياه الغازية متى ظهر في تسميتها هذه الخاصية، و كذا الأجبان و الزبدة و الحليب و القشدة إذا لم يطرأ عليها أية إضافة.

رابعا : الخداع في النوع و المصدر (الأصل):

نظرا لتشابه السلع فيما بينها من حيث الشكل و المظهر، و اختلافها من حيث النوع أو المصدر مما يترتب عليه تغيير قيمتها في نظر المستهلك أو المتعاقد، سعى المشرع لتوفير حماية جنائية للمتعاقد متى تم خداعه في نوع أو مصدر أو أصل السلعة أو حتى مصدر الخدمة⁽³³⁾.

غير أن الإشكال الذي يطرح في هذه الصورة من صور الخداع هو أن المشرع قد نظم هذه الصورة في التشريع العقابي دون قانون الإستهلاك، وهنا إذا كان المشرع قد حصر حماية المتعاقد في السلع فما الحكم إذا تم خداع المتعاقد أو المستهلك في نوع أو مصدر الخدمة؟.

لا شك أنه بإعتماد مصطلح منتج عوض سلعة لا يحرم مستهلك الخدمة من الحماية المقررة قانونا و تجدر أنه لا يشترط أن يكون المصدر و النوع سببا للتعاقد حتى نكون بصدد حماية جنائية، لأن غرض المشرع من حماية المستهلك من الخداع هو حماية الثقة و النزاهة في المعاملات.

هذا و يتحدد نوع السلعة بالمزايا و السمات التي توجد فيها أو تميزها عن منتجات من نفس الجنس، و مثال ذلك بيع زيت بذرة القطن باعتباره زيت زيتون.

وبالتالي يتم الخداع في أصل السلعة⁽³⁴⁾ و صدرها متى كان للشيء المبيع مصدرا آخر غير المتفق عليه و مثال ذلك بيع فرس إنجليزي على أنه فرس عربي أصيل على أن بعض الفقه قد اعتبر أن الخداع في مصدر السلعة هو في نفس الوقت خداع في النوع⁽³⁵⁾.

و الإشكال الذي يثار للمرة الثانية في هذه الصورة هو مصاحبة الخداع في النوع و المصدر لبيانات تجارية كاذبة أو علامات تجارية، مما قد يجعل القضاة في حيرة أمام صعوبة التكييف بين جريمة الخداع في النوع أو المصدر و جريمة التقليد في العلامات التجارية⁽³⁶⁾ لكون أن بعض العلامات أشهر من الأخرى مما يؤدي إلى تقليد هذه العلامات المشهورة⁽³⁷⁾ و يبقى اختيار الوصف الأشد أمرا حتميا و ذلك طبقا لنص المادة 35 من قانون العقوبات.

خامسا : الخداع في الصفات الجوهرية :

يقصد بالصفات الجوهرية تلك الصفات الرئيسية التي يتضمنها الشيء موضوع العقد و التي تقوم عليها القيمة الحقيقية للمنتج من وجهة نظر المستهلك هذا الأخير ما كان ليتعاقد عند تخلفها، مع اشتراط أن تكون السبب للتعاقد حتى نكون بصدد جنحة الخداع.

و بما أن المشرع قد نظم هذه الجريمة في المادة 429 من قانون العقوبات دون المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ، سالف الإشارة إليه ،يبقى نطاق الحماية ضيقا كونه يمتد للسلعة دون الخدمة .
و قد قضي في فرنسا بتحقق الخداع في الصفات الجوهرية متى قام الجاني ببيع سيارة نقل على أنها سيارة جديدة أو سيارات سبق ارتكابها لحادث و أجريت عليها ترميمات و تعديلات على أنها جديدة، أو خداع المتعاقد في العدد الكيلو متري للسيارة .

كما قضي في مصر أنه بقيام الجاني ببيع سمن تزويد حموضته على القدر المتفق عليه ،فإن الفعل يشكل خداعا في الصفات الجوهرية للمبيع لا غش⁽³⁸⁾ .

و تجدر الإشارة أن الخداع في الصفات الثانوية لا يعد محل تجريم لأن التشريع الجنائي لا يعاقب إلا على الوقائع الجسيمة التي تسبب أضرار، و هو ما لا يتحقق في الخداع في الصفات الثانوية للبضاعة أو السلعة.
سادسا : الخداع في صلاحية المنتج⁽³⁹⁾

هي الصورة الأكثر انتشارا في ساحة القضاء من خلال الخداع إما في التاريخ الأدنى⁽⁴⁰⁾ أو الأقصى للاستهلاك و على هذا الأساس تحدد صلاحية المنتج بالتاريخ الذي يكون فيه المنتج غير صالح للاستعمال متى تخطاه و يتحقق الخداع في هذه الصورة بتأخير التاريخ الأدنى⁽⁴¹⁾ أو الأقصى للاستهلاك أو الاستعمال⁽⁴²⁾ أو الخداع في تاريخ الإنتاج⁽⁴³⁾ أو تاريخ التوضيب⁽⁴⁴⁾

و باعتبار أن جرائم الاستهلاك كأصل هي من جرائم الخطر ، و نظرا لكون المشرع لم يشترط وقوع الضرر فانه لا يمكن التصل من المسؤولية الجنائية بحجة عدم وقوع الضرر،مع ضرورة التفارقة بين تاريخ الصلاحية و صلاحية المنتج .

إذ أن تاريخ الصلاحية لا يعد معيار لتحديد صلاحية المنتج فقد نجد منتج فاسد رغم عدم استنفاد صلاحيته⁽⁴⁵⁾، مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك و هو ما تؤكد القضايا المطروحة أمام القضاء الجزائري ،هذه القضايا التي لطالما تفاعل معها الرأي العام الجزائري و من ذلك مهزلة لحوم الحمير التي جرى تسويقها محليا في سنة 2003 و 2007⁽⁴⁶⁾ زيادة عن المهزلة الأخرى المتعلقة بالكاشير الفاسد و ما إنجر عنه من وفيات بالشرق الجزائري في ظل شهر ماي من سنة 2015.

بالإضافة على ما سبق ، فاللحوم منتهية الصلاحية لا تتحصر مخاطرها في فقدان خواصها و إنبعاث روائح كريهة منها بل إن الأخطر من ذلك هو إصابة تلك اللحوم منتهية الصلاحية أو التي أذيب الجليد عنها و بقيت عرضة للهواء و الضوء ببكتيريا " السلامونيا" مما قد يؤدي لوفاة مستهلكها أو إصابته بأمراض مسرطنة .

سابعا : الخداع في النتائج المنتظرة من المنتج:

قد نعني بالنتائج المنتظرة من المنتج درجة الأمن التي يطمح المستهلك لوجودها في المنتج ، و قد عبر عنها البعض بدرجة أمن المنتج باعتبار أن المنتج الآمن هو المنتج الذي يحقق مستوى معقول من الأمن و لا يحدث آثار جانبية إلا بصورة محدودة .

فهي معادلة ثنائية الطرف، فمن جهة يجب أن يكون هناك مستوى معقولا من الأمن⁽⁴⁷⁾ و الفعالية بدرجة عالية جدا ، و في المقابل حجم و مستوى الأعراض الجانبية بدرجة أقل فالبائع إذن ملزم بتسليم منتج خال من العيوب الظاهرة و الباطنة و قابل للاستعمال الذي أعد لأجله .

و بالتالي يتحقق الخداع في هذه الصورة بمجرد تسليم منتج ينطوي على عيب يحد من استعماله و مثاله بيع مولد كهربائي على أنه ينتج تيارا كهربائيا قدره 220 فولط لكن بعد استعماله يتضح أن إنتاجه الأقصى لا يتجاوز 110 فولط .

و لتكريس حق المستهلك في الحصول على النتائج المرجوة من المنتج فقد ألزم المشرع أن يكون كل جهاز يتم اقتناؤه مضمونا بقوة القانون ، وذلك بموجب المادة 13 من القانون 09-03 سالف الإشارة إليه و أمام هذا الالتزام حدد الجزاء المترتب عن مخالفة قواعد الضمان وخدمة ما بعد البيع .

ثامنا :الخداع في طرق الاستعمال:

يقع على عاتق المتدخل إعلام المستهلك بالحد الأدنى من المعلومات حول طريقة الاستعمال و طرق الوقاية من الأخطار المترتبة عن الاستعمال، و في هذا الصدد نسوق مثالا عن القضاء الأمريكي في إحدى القضايا التي تلخص وقائعها في نشوب حريق اثر إنفجار علبة ROOF PRIMER بسبب قيام أحد عمال المؤسسة بتسخينها، مما تسبب في إحداث خسائر مادية جسيمة و بعد الاطلاع على كتيبات التعليمات الخاص بالمنتج وجد أنه يحتوي عبارة " لا تقم بتسخين أو تخفيف فإذا حدث أيا منهما فان نوعية الجودة ... سوف تتلف " .

و قررت المحكمة الأمريكية آنذاك أن التعليمات المتعلقة بكل من التسخين و التخفيف كانت موجهة صوب المنفعة فحسب ،و أنه لا يوجد أي تحذير مقترح و أن التسخين قد يمثل خطرا⁽⁴⁸⁾...

و على هذا الأساس فان كل خرق للالتزام بالتحذير أو الإفضاء⁽⁴⁹⁾ أو الإفصاح يقوم مسؤولية المتدخل لاسيما متى ارتبط هذا الإخلال بأضرار مست بالمستهلكين .

ومن بين الأحكام القضائية الفرنسية في هذا الصدد، إدانة صاحب مؤسسة HONNEUR لإنتاج اللعب بسبب نقص الأمان فيها من حيث عدم كفاية الالتزام بالإعلام و التنبيه ،بما في ذلك إدانة محكمة الجنح الفرنسية لليون منتج الطلاء في القضية المشهورة "cinq – sept" و ملخصها نشوب حريق في مرقص أودى بحياة 150 شخص ، أين ثبت أن سبب الحريق كان إستعمال مادة شديدة القابلة للإشتعال في طلاء جدرانه ، دون أن ينبه مستعملي المرقص بعدم جواز إشعال النار .

و كذلك نجد الفاجعة التي لا تزال متداولة عند الرأي العام العالمي و المتعلقة بالمستحضر الصيدلاني THALIDOMIDE الذي أدى لولادة ما يقارب 10.000 طفل في ألمانيا مشوه ، و وفاة العديد منهم بسبب تناول الأمهات لهذا المستحضر في فترة الحمل ،أين تمت الإدانة على أساس الإخلال بالالتزام بالتحذير⁽⁵⁰⁾.

أما عن موقف المشرع الجزائري فقد كرس هذا الإلتزام من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،كما كرسته جل المراسيم و التنظيمات المتعلقة بوسم المنتجات .

و يبقى السؤال مطروحا حول مدى مساءلة المتدخل جنائيا حول الضرر المترتب على مخاطر التطور⁽⁵¹⁾ لأن الفصل في مسألة إعفاء المتدخل من المسؤولية عن هذه الأضرار يقتضي الموازنة بين مسألتين متعارضتين : فمن جهة يبدو من الصعب ترك المتعاقد أو المستهلك دون حماية جنائية ،و من جهة أخرى فإن مساءلة المنتج أو المتدخل عموما عن خطر أفرزه التطور من شأنه الحد من عملية الإنتاج و تقيدها، و التعسف في حق هذا الأخير⁽⁵²⁾.

و انطلاقا من كل ما سبق يكفي تحقق صورة من الصور الخداع المنصوص عليها في المادتين 429 من قانون العقوبات و المادة 68 من قانون الإستهلاك لقيام الركن المادي للجريمة ، و يستوي في ذلك أن يكون الشخص المخدوع متعاقدا عاديا أو متعاقدا إلكتروني أو مستهلكا عاديا أو مستهلكا إلكترونيا.

الفرع الرابع: الركن المعنوي.

إن المشرع لم يتطلب صراحة توافر القصد الجنائي⁽⁵³⁾ في جنحة الخداع سواء في قانون الحماية و القمع أو في التشريع العقابي، إلا أنه رغم ذلك تبقى جنحة الخداع من قبيل الجرائم العمدية باعتبار أنه من مقومات التشريع الجنائي أن الجرائم تعد عمدية إلا إذا نص المشرع صراحة على اعتبارها جرائم غير عمدية قائمة على أساس الخطأ الجزائي.

و بالتالي ففب أن فعلم الجاني أن استعمال إحدى الصور المنصوص عليها في المادتين 429 من قانون العقوبات و 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سوف يؤدي لخداع المستهلك أو المتعاقد عموما ، كما أن الإهمال و لو كان جسيم لا فعد من قبيل الخداع باعتبار أن الإهمال فعد من إحدى صور الخطأ الجزائي كما أن الجهل و الغلط الذي فقع فيه البائع أو المتدخل تجاه المستهلك أو المتعاقد لا فرفق لدرجة وصفه بالخداع، مع الإشارة أن الغلط الذي من شأنه نفي وجود القصد الجنائي هو الغلط في الوقائع لا القانون.

كما لا فمكن للجاني التذرع بكثرة التشريعات و المراسيم المتعلقة بالاستهلاك و كثرة التنظيمات⁽⁵⁴⁾ و التشريعات في إطار قانون الاستهلاك للتصل من المسؤولية الجنائية.

و انطلاقا من كل ما سبق فإن جريمة الخداع تقوم بمجرد توافر القصد الجنائي بعنصره العلم و الإرادة وقت ارتكاب فعل الخداع أي وقت إبرام العقد⁽⁵⁵⁾ متى كانت الجريمة تامة أو متى تم تقديم السلعة ، أو عرضها للبيع متى كانت الجريمة موقوفة عند مرحلة الشروع .

الخاتمة:

إن جريمة خداع المستهلك أو المتعاقد عموما هي من أخطر الجرائم الماسة بأمن و سلامة المستهلك وكيف لا ؟وأن المتدخل في عملية التسويق قد خرق الثقة و الائتمان اللذان فعدان أساس المعاملات التجارية و التي لطالما ففترض المستهلك وجودها .

وتعد جريمة الخداع الجريمة الأم التي تبنى عليها باقي الجرائم، وبقى ارتباطها بعقد هو المعيار الفاصل بينها وبين الجرائم الأخرى و التي نذكر منها جريمة الغش و جريمة الإعلان المخادع أو التضليلي .

و عندما فبتعلق الأمر بالمنظومة القانونية المتعلقة بحماية المستهلك فإنه يأخذ على نصوص التجريم جملة من الثغرات التشريعية الصارخة و المتجسدة أساسا في نطاق جنحة الخداع من حيث الأشخاص و التي تنصب على المستهلك بموجب قانون الإستهلاك و على المتعاقد من خلال قانون العقوبات ، و فطرح ذات الإشكال عندما فبتعلق الأمر بنطاق جنحة الخداع من حيث الموضوع فتارة فنصب الخداع على السلعة بموجب أحكام قانون العقوبات و تارة أخرى فنصب على المنتج الذي فحمل تحت لواءه السلعة و الخدمة و ذلك من خلال قانون الإستهلاك هذا الإشكال الذي فنعكس سلبا على الإخلالات التي تشكل صورة من صور الخداع المنصوص عليها في قانون الإستهلاك دون قانون العقوبات .

مما فدفننا للقول أن التنظيم التشريعي المزدوج لجريمة الخداع في عقود الإستهلاك لا فمكن أن فرفق لمستوى طموح المستهلك الجزائي ما لم فتم التنسيق بين نصي التجريم ، مادام وراء ذلك مصلحة المستهلك باعتبار أن الكل مستهلك .

و ما نصبو إليه في الختام هو أن التنظيم التشريعي لوحده لا فكفي لإنصاف و حماية ضحايا إجرامية الإستهلاك فقد أن الألوان حتى تتحمل الإدارات المنوطة بحماية المستهلك نصيبها من المسؤولية في حماية المستهلك ، كما أن الألوان لفظهر المستهلك الجزائري كمتطلب في كل مرة فتم المساس فيها بأمنه و سلامته لفطالب بإحقاق حقوقه مع وضع حد فاصل لشعوره بأنه ضحية مغلوب على أمرها ، مع ضرورة أن نشر التربية الإستهلاكية على مقاعد المدرسة قبل المطالبة بنشرها على مدرجات الجامعات و من خلال وسائل الإعلام بشتى أنواعها .

الهوامش :

- 1- القانون رقم 03/09 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، الصادر بتاريخ 25 ففراير 2009 ، الجريدة الرسمية للجمهورية ، العدد . 15 ، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009
- 2- الأمر . 66-156 المؤرخ في 18 جوان 1966 و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.

3 - يقال خدع فلان أي: أظهر له خلاف ما يخفي و ألحق به مكروه من حيث لا يعلم، و يقال رجل خدعة بفتح الدال أي يخدع الناس، أما الرجل الخدمة بسكون الدال فهو الرجل الذي يخدعه الناس كثيرا، إذن فالمخادعة هي إظهار غير ما تخفي النفس، لمزيد من التفاصيل في هذا الصدد أنظر:حسن غنايم، الحماية في المواد الاستهلاكية، مداخلة في ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون، جامعة الإمارات، 8،9 ديسمبر 1998.

4- WILFRID JEANDIDIER ,Droit des affaires , 2 éme ED , Dalloz , Paris, 1996, p.228.

5 - محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية- دراسة مقارنة، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006 ، ص.09.

6- المفهوم الضيق يجسد فكرة الاستهلاك النهائي دون الوسيط و هو ما نستشفه من خلال تعريف المستهلك الوارد في المادة 1/3 القانون 03/09 سالف الإشارة إليه .

7 - انتقد مصطلح المستهلك في المادة 68 و حبذ لو تم تغييره بمصطلح متعاقد ، وقد اعتبر الفقه ذلك نقطة محسوبة على المشرع كما عبروا عنها، إلا أن مصطلح المستهلك جاء منسجما مع المعيار الضيق الذي تبناه المشرع لتوفير حماية شاملة لجمهور المستهلكين، متخليا عن المعيار الواسع الذي يدخل المهني و المتدخل ضمن فئة المستهلكين .

8 - عرفتها المادة 03 من القانون 03/09 على انها كل شئ مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو بدون مقابل .

9 - يعرف المنتج وفق نص المادة من 3 من القانون 03-09 على أنه كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون محل تنازل بمقابل أو مجانا .

10 - وسع المشرع من محل الحماية في قانون الاستهلاك باعتماده مصطلح منتج و الذي يشمل كل من السلعة و الخدمة، في حين حصره في قانون العقوبات في السلعة التي تندرج تحت لواء المنتج دون الخدمة ، و بالتالي فقد انحاز المشرع للمستهلك المخدوع دون المتعاقد المستهلك و هذا بناء على مفهوم كل من السلعة و المنتج الواردين في نص المادة 3 من القانون رقم 03-09 سالف الإشارة إليه .

11- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية- دراسة مقارنة، ص.13.

12- يعرف الخداع في البيئة الالكترونية أنه كل فعل تستخدم فيه تقنيات المجتمع الالكتروني بهدف تحقيق كسب 1مادي غير مشروع و كذا خداع المستهلك ، لمزيد من التفاصيل ، أنظر، كريم زينب ، حماية المستهلك جنائيا من مخاطر الغش و التحايل التجاري الالكتروني ،مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي ،شلف، 5،6 ديسمبر 2012

13- إذا كان الإعلان أو الإشهار هو دعوة للتعاقد متى كان مشروعا سيؤدي للتعاقد كونه مرحلة ما قبل التعاقد ، لكنه متى تم باستعمال الحيل و الخداع ، فإنه سيؤدي لخداع و تضليل المستهلك ، و بالتالي يمكن القول أن الإعلان الكاذب يعد مرحلة ما قبل سابقة عن الخداع.

14- يعرف المتعاقد أنه ذلك الشخص الذي يتعاقد مع الجاني فيقع في الخداع أي الشخص الذي توجه إليه وسيلة الخداع مع الإشارة أن المشرع لم يعرف المتعاقد فاتحا الباب أمام الفقه للاجتهد في تعريفه.

15 - Wilfrid jean Didier, Op-cit, p.243.

16- عادل قورة ، محاضرات في قانون العقوبات ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1984 ، ص .42.

- ومثال ذلك أيضا نقل البائع أو المتدخل بضاعته إلى مخازن المستهلك أو المشتري أو إلى بيته لوزنها فيغش 17 المستهلك في الموازين ، أو يغير السلعة لتشكيك المتدخل في نوع أو مصدر المنتج بهدف شرائها بثمن أقل من ثمنها .

18- جرم المشرع الشروع في الجريمة من خلال المادتين 30،31 من قانون العقوبات و مفاده البدء في تنفيذ فعل أوقف أثره لأسباب لا دخل لإرادة الفاعل فيها.

19- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية- دراسة مقارنة ، مرجع سالف الذكر ، ص.16.

20- لا مجال للحديث عن جريمة خداع المتعاقد في عقود التبرع و منها عقود الهبة ، لأن المخدوع في هذه العقود لم

- يقبل على إقتناء منتج ما ، مما يترتب عنه عدم المساس بحافظته النقدية .
- 21- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التذليس في المواد الغذائية و الطبية دراسة مقارنة ،المرجع سابق ، ص.16.
- 22- يقصد بالخدمة كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة و مثالها التصليح ، التطبيب ، التمريض....
- 23- المشرع عند تسمية الق.03-09 استعمال عبارة حماية المستهلك أي الحماية قبل عملية الغش و قمع الغش بعد ارتكاب الغش.
- 24- رغم أن المشرع أشار إلى الخداع المنجر عن تسليم منتجات غير تلك المتفق عليها و ذلك من خلال المادة 68 من القانون رقم 03/09 سالف الإشارة إليه ، إلا أن ما يؤخذ عليه أنه بالتطرق لهذه الصورة في قانون العقوبات قد استعمل لفظ الأشياء ،فما المقصود بالأشياء ؟ و إن كان المقصود بها هو السلع فما هو مصير الخداع في هوية الخدمة؟ و هو ما يتعين معه إعادة النظر في محل جنحة الخداع و الذي يجدر أن يكون المنتج عموما .
- 25- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التذليس في المواد الغذائية و الطبية - دراسة مقارنة ، المرجع السابق ، ص.20.
- 26- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، دار الكتاب الحديث الجزائر ، 2006 ، ص.213.
- 27 - خالد محمد السبائين ، الحماية القانونية للمستهلك ، سلسلة مشروع تطوير القوانين ، ع.15 ، رام الله ، 2002 ، ص.40.
- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التذليس في المواد الغذائية و الطبية- دراسة مقارنة ،المرجع 28 السابق ، ص. 18.
- 29- خالد محمد السبائين ، المرجع السابق ، ص. 41.
- 30- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التذليس في المواد الغذائية و الطبية - دراسة مقارنة - ، المرجع السابق، ص. 20.
- 31- خالد محمد السبائين ، المرجع السابق ، ص. 41.
- 32- المادة 12 مكرر .01 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 ، المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 ، المتعلق بوسم المواد الغذائية و عرضها ، ج.ر.ج.ج ، ع. 83 ، الصادرة بتاريخ 25 / 12 / 2005 .
- 33- و مثال ذلك تعاقد دار أزياء جزائرية مع مصمم أزياء لبناني من أجل تحسين إنتاج الدار ، ليتضح بعدها أنه لا يعدو كونه مصمم أزياء جزائري متوسط القدرات له جنسية لبنانية مكتسبة ، أو شراء تذكرة سفر على أساس توفير الرفاهية أثناء الرحلة من عرض أفلام و تقديم مأكولات ليتضح فيما بعد عدم وجودها ..
- 34- يعرف أصل البضاعة أنه تحديد جغرافي لمكان نشأة البضاعة أو مكان الإنتاج بالنسبة للمنتجات الطبيعية و المنتجات الصناعية و مكان الاستخراج بالنسبة للمنتجات المعدنية .
- 35- أحمد محمد محمود خلف ، المرجع السابق، ص.206.
- 36- فرغم كون استعمال العلامات غير إلزامي ، أي أنه من الممكن تسويق منتجات لا تحمل العلامة إلا أن إستعملها في عملية التسويق له دور هام نظرا لكون السلع التي لا تحتوي على علامات تجارية عادة ما تكون أقل قيمة من البضائع ذات العلامة ، و بميل المستهلك لشراء السلع التي تحمل العلامة ، فانه بذلك قد ربط نوعية المنتج بالعلامة مما يدفعه لشراء المنتج الذي يحمل نفس العلامة في المرة القادمة استنادا إلى الخلفيات السابقة.
- 37- محمد محمود الكمالي ، دور العلامات التجارية في حماية المستهلك ، مداخلة مقدمة في ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات ، 8،9 ديسمبر 1998.
- 38- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التذليس في المواد الغذائية و الطبية ، مرجع سالف الذكر ،

ص.18.39- يقصد بها تلك الفترة التي تظل فيها السلعة محتفظة بتركيبها و خواصها الطبيعية و قدرتها و هي تختلف من منتج إلى آخر .

40- يقصد بالتاريخ الأدنى للصلاحيّة تاريخ نهاية الأجل المحدد تحت مسؤوليّة المتدخل أين تبقى المادة الغذائية خلال هذه الفترة صالحة كلياً للتسويق و محافظة على مميزاتها مع ضرورة أن تسحب المادة الغذائية من التسويق بعد هذا الأجل حتى و لو بقيت صالحة للاستهلاك بعد هذا التاريخ .

41- يسبق التاريخ الأدنى للصلاحيّة بعبارة " من المستحسن استهلاكه قبل ... " عندما يتضمن التاريخ الإشارة إلى اليوم في حين تخص عبارة " من المستحسن استهلاكه قبل نهاية ... " في الحالات الأخرى .

أما عن المواد الغذائية التي تكون صلاحيتها أقل من ثلاثة أشهر أو تساويها فإنه يكفي الإشارة إلى اليوم و الشهر .

42- عرفت المادة 3 من المرسوم التنفيذي 05-484 السالف الذكر على أنه التاريخ المحدد لنهاية الأجل الذي تصبح المادة غير متوفرة على الأرجح على الجودة التي للمستهلك الحق في انتظارها ، بحيث يجب أن لا تعتبر المادة بعد هذا التاريخ قابلة للبيع .

- و يقصد به التاريخ الذي تصبح فيه المادة الغذائية مطابقة للمواصفات الخاصة به 43

44- و هو التاريخ الذي يكون فيه المنتج معبأ في الوعاء الفوري الذي يباع فيه آخر المطاف .

45 - مع الإشارة أن هناك الكثير من السلع المبرمجة و المصممة على أساس سرعة التلف و ذلك بهدف تقصير الإنتاجي ، كالأجهزة الالكترونية ، مما يجبر المستهلك على استبدالها أو صيانتها في زمن قصير جداً ، مما يسبب استنزاف لموارده الاقتصادية .

46- عبو عمر و ميمون خيرة ، دور جمعيات حماية المستهلك في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي ،شلف، 5،6 ديسمبر 2012.

47- المنتج الآمن هو المنتج الذي لا يلحق ضرر بصحة المستهلك و أمنه و مصالحه و ذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخل . و لمزيد من التفاصيل .أنظر، فرقاق معمر ، المسؤولية الجزائية للمتدخل ، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي ،شلف، 5،6 ديسمبر 2012.

عليان عدة ، الآليات القانونية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مداخلة في الملتقى الوطني - 48

الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة حسيبة بن بوعلي ،شلف، 5،6 ديسمبر 2012

49- و يقصد به التزام المتدخل بالإدلاء بالمعلومات المتوفرة لديه حول المنتج ، مع الإشارة أن المتدخل غير ملزم بالإفشاء بالمعلومات التي يفترض توافرها لدى المستهلك ، ولا تثريب عليه إن لم يوضح أو يفضي للمستهلك بأن استعمال المكواة أو مجفف الشعر مثلاً يقتضي توصيله بالتيار الكهربائي

50- سالم محمد رديعان العزاوي ، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية و الإتفاقيات الدولية ، دار الثقافة ، عمان ، 2008، ص.16 .

51- يقصد بها الأضرار التي تترتب على سبب لم يكن في إمكان المنتج معرفته أو حتى توقعه في ضوء المعطيات العلمية و الفنية السائدة وقت الصنيع و الطرح للتداول و لكن التقدم العلمي كشف عنها لاحقاً

52- عامر أحمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك ، دار الكتب العربية ، عمان ، 2000، ص.124،125

53- القصد الجنائي هو العلم بعناصر الجريمة و ارادة ارتكابها.

54- من سمات القانون الجنائي للاستهلاك أنه قانون تنظمه نصوص و تنظيمات متعددة و بهدف مساندة حركة التقنين و حاجات المجتمع و كذا التطور و مواكبة المستجدات لا سيما في مجال الاستهلاك.

55 - Wilfrid jean Didier , Op-cit , p .435.