مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2021 المجلد: 04 العدد: 03 ص.ص: 1014-1037

الجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري

Crimes against the consumer's right of being advertised in Algerian legislation

حنان طرطار [*] [1] ، جامعة أم البواقي، مخبر العقود وقانون الأعمال جامعة قسنطينة 1، (الجزائر)

tartar.hanen@gmail.com

علي اليازيد [2] ، جامعة أم البواقي، (الجزائر)، Liazidali.univ@gmail.com

تاريخ إرسال المقال: 12-08-2021 تاريخ قبول المقال: 30-10-2021

الملخص:

على الرغم من أن المستهلك يعتبر أهم عنصر في العملية الاقتصادية التي تتضمن العديد من المتدخلين، إلا أنه يعتبر الحلقة الأضعف حيث يكون عرضة لمختلف الانتهاكات والتي من أخطرها تلك الجرائم الواقعة على حقه في الإعلام، وهو الحق الذي من شأنه إعادة التوازن بين المستهلك وباقي الفاعلين الاقتصاديين. ففي وقت يحيط فيه المحترف علما بالأموال والخدمات المعروضة في السوق، يبقى المستهلك غير قادر على الإحاطة بها، حتى يتسنى له المقارنة لاختيار أحسنها جودة وأقلها سعرا.

لذلك، فيمكن القول أن حق الإعلام أصبح من الركائز الرئيسية لكل مسعى للدفاع عن المستهلكين، وهذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى ضمان حق المستهلك في الحماية، بل وأقر له حماية جزائية وجرم أي سلوك من شأنه أن يمس بهذا الحق.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المحترف، الحق في الإعلام، الحماية الجزائية.

Abstract:

The imbalance in relations between professionals and consumers is due to inequality in the media. At a time when the professional takes note of the offered funds and services in the market, where the consumer is still unable to take note of it in general, so that he can then compare and Choose the best quality and the lowest price.

Therefore it must be said that the right to information has become one of the main pillars of every policy that is put in place to defend consumers.

[*] حنان طرطار.

مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2021 المجلد: 04 العدد: 03 ص.ص: 1014-1037

The Algerian legislator guaranteed the consumer's right to protection as it is enacted in the constitutional legislation. He also recognized the consumer's right to the media with criminal protection and criminalization of any behavior that might harm him and constitute a crime against him.

Key words : consumer, professional, right to the media, penal protection.

مقدمة:

يعتبر المستهلك أحد أهم ركائز العملية الاقتصادية في ظل التطور الاقتصادي، مما استوجب توفير الحماية له من الأخطار الناجمة عن الانفتاح التجاري الواسع النطاق عبر عديد التشريعات الدولية والوطنية، والذي لم يكن في صالح المستهلك باعتباره الحلقة الأضعف لعدم قدرته على مواجهة المتعاملين الاقتصاديين.

كل هذا أدى إلى ارتفاع الأصوات المنددة على المستويين الدولي والوطني للمطالبة بوضع حدود رادعة و قوانين ذات صبغة تجريمية لمحاولة إنهاء هذه الاعتداءات، لحفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها من قبل المحترفين والتجار والمنتجين.

والحق في الإعلام باعتباره التزاما قانونيا للمتدخل بتبصير المستهلك عند إبرام أي عقد استهلاكي بكل من مكونات وخصائص وسعر الخدمة لإضفاء نوع من التوازن والتكافؤ المعرفي، ويكون ذلك بطرق ووسائل مختلفة، كالكتابات والعلامات والصور والملصقات والتماثيل وغيرها؛ قد تلحقه جملة من السلوكيات التي من شأنها أن تؤثر عليه بصورة سلبية تجعل المستهلك جاهلا للمنتج أو الخدمة التي يريد الحصول عليها، مما يؤثر على إرادته واختياراته. هذه السلوكيات هي عبارة عن جرائم تمس حق المستهلك في الإعلام.

لقد أولى المشرع الجزائري اهتمامه بحق المستهلك في الحماية، وبدا ذلك بشكل جلي في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وقانون العقوبات، إضافة إلى المراسيم والقرارات المختلفة ذات العلاقة، كما أقر لحق المستهلك في الإعلام حماية جزائية من أي سلوك من شأنه أن يمس به ويشكل جريمة في حقه، وأدرج المشرع هذه الجرائم ضمن الأفعال التي تنتهك القاعدة الجزائية التي تحمي حق الإعلام.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

*الوقوف على دور التشريعات الوطنية في حماية حقوق المستهلك في الإعلام الكافي حول المنتجات والأسعار والشروط التعاقدية وحدود المسؤولية وكيفية الاستعمال والتحذيرات الخاصة في الزمن المناسب من مرحلة ما قبل التعاقد إلى مرحلة تنفيذ العقد.

*الإشارة إلى أهمية احترام حق الإعلام للمستهلكين، وتوعيتهم بحقوقهم المختلفة في حالة تعرضهم لأي خرق له.

*معرفة أهم السياسات التجريمية المقررة لحماية حق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري، وتأثير غياب هذا الحق عليه، والوقوف على فعالية المنظومة القانونية التي رصدها المشرع لردع المخالفين.

إشكالية الدراسة:

إذا كان المشرع الجزائري قد ضمن حق إعلام المستهلك، فإن ذلك لم يمنع من وقوع هذا المستهلك ضحية لجرائم تنتهك حقه في الإعلام، هذا ما يقودنا الى طرح الاشكال الرئيسي التالي: كيف تصدى المشرع الجزائري للجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك؟

وهو ما يقودنا أيضا الى طرح الاشكاليات الفرعية التالية:

– فيما تتمثل أركان وبنيان مختلف هذه الجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري؟

– وما مدى نجاعة السياسة الجنائية للمشرع الجزائري في مواجهة مثل هذه الجرائم؟

منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، بتقديم وصف وتعريف لمختلف الجرائم الواقعة على حق إعلام المستهلك، وكذا لأركانها. بالإضافة إلى المنهج التحليلي، وهذا بتحليل مختلف النصوص والمواد القانونية ذات العلاقة بالموضوع.

وللإجابة عن الإشكالية المطروحة، يمكن تقسيم الدراسة إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: الركن الشرعي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري.

المبحث الثاني: الركن المادي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري.

المبحث الثالث: الركن المعنوي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري.

مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2021 المجلد: 04 العدد: 03 ص.ص: 1014-1037

المبحث الأول: الركن الشرعي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في القانون الجزائري

الركن الشرعي هو النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ليضع لها عقابا، ولا يمكن إطلاق وصف جريمة على فعل معين دون نص تشريعي. وقد نص المشرع الجزائري في قانون العقوبات في المادة الأولى منه على "لا جريمة ولا عقوبة و لا تدابير أمن إلا بنص القانون".[1]

المطلب الأول: جرائم خداع وتضليل المستهلك:

أضحت حاجة المستهلك إلى حماية قانونية ضرورة ملحة، ذلك أنه قد يتلقى معلومات في غير مصلحته وبالتالي يكون عرضة للخداع والتضليل._[2]

الفرع الأول: جريمة الخداع:

لم يعرف المشرع لجزائري جريمة الخداع إلا أنه نص على عناصرها بموجب المادة 429 من قانون العقوبات: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وبغرامة...كل من يخدع أو يحاول خداع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، سواء تعلق الأمر بنوعها أو مصدرها أو بكمية الأشياء المسلمة أو هويتها... وعلى مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق. وفي حالة اقتران هذه الجريمة بظروف مشددة، فإنه ترفع عقوبة الحبس والغرامة". [3] كما أحال القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش العقاب إلى قانون العقوبات في جريمة الخداع إذا استعمل في خداع أو محاولة خداع المستهلك وسيلة من الوسائل التي نص عليها هذا القانون وهي الخداع في كمية المنتوجات المسلمة، تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا، قابلية استعمال المنتوج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج، النتائج المنتظرة من المنتوج، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج".[4]

الفرع الثاني: جريمة الإشهار غير المشروع:

كان المشرع الجزائري يعاقب على هذه الجريمة بعقوبة جريمة النصب لكن مع صدور القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لم ينص عليه واكتفى بعده بتعريف الإشهار في المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، وبعد صدور القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، نجده لم ينص عليه المشرع واكتفى بعده بتعريف الإشهار في المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ولم ينظمه قانون الإعلام، ورغم النص عليه في المرسوم

التنفيذي المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي للمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب الشرعي، فنظم الإشهار المتعلق بالمواد الصيدلانية والطبية ولم يوضع الجزاء المطبق في حالة مخالفة هذا التنظيم.[5] وبصدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية جرم الإشهار غير المشروع دون أن يعرفه وبين صور الإشهار غير المشروع ورتب عليه الجزاء الجنائي.[6]

المطلب الثاني: جرائم الامتناع الماسة بحق إعلام المستهلك:

مثلما تقع الجرائم في علم القانون بصورة سلوك إيجابي ظاهر؛ فإنها تقع أيضا بصورة الامتناع وتترتب فيها مسؤولية جزائية على كل من يحجم عن إتيان سلوك معين كان من شأنه الحيلولة دون تحقق النتيجة التي يجرمها القانون، وحق المستهلك في الإعلام ليس بمنأى عن ذلك، فقد تطرأ عليه جملة من السلوكات المتصفة بطابع الامتناع مما يؤدي إلى وقوع جريمة تنتهكه.

الفرع الأول: جريمة عدم الإعلام بالأسعار:

إعلام المستهلك بسعر المنتجات والخدمات هو الإعلام الأهم و قد أعاد الأمر المتعلق بالمنافسة النص على هذا المبدأ الذي كان واردا في قانون الأسعار الملغى، وفرض الأمر السابق نظاما للإعلام عن الأسعار في العلاقات بين المحترفين و المستهلكين؛ ويعد هذا من قبل التجريم الوقائي ومن شأنه أن يقلل فرص البائعين في مخالفة التسعير الجبري فضلا على أنه ييسر مهمة القائمين بمراقبة الأسعار.[7] بالإضافة إلى أنه يفيد في إعلام المستهلك بسعر السلعة إذا لم تكن مسعرة، كما أورد المشرع أحكاما خاصة بتنظيم بعض نواحي الاتجار في السلع كافة المسعر منها وغير المسعر، كما ييسر للمستهلكين سبيل الحصول عليها.[8]

لذلك أوجب المشرع الجزائري المحترفين بإعلام المستهلكين بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات بموجب القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تحت طائلة الجزاء الجنائي في حالة المخالفة طبقا للقانون السابق الذكر، ولذا فالامتناع عن الإعلام بأسعار السلع والخدمات المعروضة تعتبر جريمة.9

الفرع الثاني: جريمة عدم الإعلام بشروط البيع:

جرم القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الأفعال التي تعتبر عدم إعلام بشروط البيع،[10] فشروط العقد عادة لا تقرأ وإن قرأت فلا تفهم وهو ما استدعى تدخل المشرع بأن ألزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة المتعلقة بشروط البيع وذلك بأن يشرح و يوضح للمستهلك الشروط المتضمنة في العقد وآثارها والمخاطر المحتملة لمخالفتها.

إن إلزام البائع بالإخبار بشروط البيع من شأنه أن يحقق الشفافية التي تمكن الهيئات المختصة بالتحقيقات ومعاينة مخالفات القانون، من أن تتولى رقابة الشروط العقدية التي يتضمنها العقد. [11] ذلك أن هذا القانون قد حظر وحرم جملة من الشروط العقدية كالبيع المشروط بكمية مفروضة أو المشروط بسلعة أو خدمة إضافية.[12] كما حضر جملة من الشروط التعسفية في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وبالتالي فإلزام البائع بالإخبار هو وسيلة للإطلاع على شروط العقد للوقوف على مدى شرعيتها. [13]

الفرع الثالث: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:

القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف الوسم بأنه" كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها". [14]

المشرع الجزائري في القانون حماية المستهلك وقمع الغش نص على إلزامية أن يعلم كل متدخل لمستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج بواسطة الوسم ووضع العلامات أو أية وسيلة أخرى، والمادة أوجبت أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتوج وكل معلومة أخرى منصوص عليها باللغة العربية أو أكثر وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.[15] وقد جرم كل من لا يحترم النظام القانوني في الوسم باعتبار هذا الأخيرة أحد الشروط الأساسية التي تكفل إطلاع كاف من قبل المستهلك حول مكونات المنتج، إضافة إلى كونه التزام يقع على عاتق كل محترف يفرضه القانوني ويؤدي خرق هذا الإلتزام إلى تبعات عقابية.[16]

مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2021 المجلد: 04 العدد: 03 ص.ص: 1014-1037

المبحث الثاني: الركن المادي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري

الركن المادي للجريمة هو ترجمة الجاني للفكرة الإجرامية في صورة سلوك مادي ملموس، ويقوم هذا الركن على ثلاث عناصر: السلوك الإجرامي وهو فعل أو امتناع يأتيه الجاني، النتيجة الإجرامية وهي الاعتداء على المصلحة التي يحميها القانون سواء أدت إلى الإضرار بالمصلحة المعتدى عليها أو تهديدها بالخطر، والعلاقة السببية؛ أي أن يكون الفعل المرتكب من قبل الجاني هو سبب حدوث النتيجة سواء كان فعلا ايجابيا أو سلبيا.

المطلب الأول: الجرائم الإيجابية الماسة بحق الإعلام:

تعتبر الجريمة إيجابية إذا كان السلوك المشكل لها سلوكا ايجابيا الذي يظهر في العالم الخارجي ليأخذ صورة حركة عضلية ايجابية.

الفرع الأول: جريمة الخداع:

يعرف الفقه الخداع بأنه:"القيام بأعمال من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، أو إلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع" [17]

أما قانون العقوبات الجزائري فنص على الخداع أو محاولة خداع المتعاقد وأسقط المشرع الجزائري عبارة بأي وسيلة أو إجراء كان كما في القانون الفرنسي. فجاء النص العقابي ناقصا من جهة عدم إشارته إلى وسائل الخداع، وعلى ذلك يجوز أن يرتكب الخداع بواسطة الغير، كما يجوز أن ينجم عن استعمال طرق تدليسية بشرط أن تشكل هذه الوسائل خداعا حقيقيا، ويستوجب لقيام هذه الجريمة أن تقع وسائل الخداع على إحدى خصائص المنتوج التي عددتها المادة 429 قانون العقوبات السابقة الذكر. [18]

ويتطلب القانون للعقاب على جريمة خداع المتعاقد قيام نوع خاص من التدليس يشكل الفعل المادي للجريمة أو صفاتها الجوهرية أو نوعها أو أصلها أو مصدرها أو عددها أو مقدارها أو كيلها أو وزنها أو غير ذلك من الصور.[19]

ويجب أن يتحقق الخداع في وقت التعاقد، ما لم تكن البضاعة مطروحة أو معروضة للبيع، فيمكن أن يقترن الخداع بهذه الأفعال.[20] وعلى ذلك تتمثل صور الخداع في أربعة صور كالآتي:

– **الصورة الأولى:** تتحقق جريمة الخداع في ذاتية البضاعة عند حدوث استبدال المبيع محل التعاقد بغير علم أحد، وبالتالي فيكون الشيء المسلم فعلا ليس هو ما تم الاتفاق عليه.[21]

– **الصورة الثانية:** هي حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها.

– **الصورة الثالثة:** هي نوع البضاعة أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو العرف النوع أو الأصل أو المصدر المسند غشا إلى البضاعة سبب التعاقد.[22]

– **الصورة الرابعة:** تتمثل في عدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها.

أما فيما يتعلق بالشروع في الخداع فيرى البعض أن مجرد عرض بضائع مغشوشة أو بها بيانات كاذبة أو غير حقيقية في المحل لا يعتبر شروعا في جريمة الخداع لعدم وجود مجني عليه معين، ويمكن أن يعد عرض البضائع أعمالا تحضيرية لجريمة الخداع. وبالتالي يتحقق الشروع في الخداع بأن يلقي الجاني أكذوبته تجاه المجني عليه في شأن ذاتية البضاعة أو طبيعتها أو نوعها أو عناصرها أو صفاتها الجوهرية أو مصدرها أو قدرها. ويتحقق الشروع بعرض الشيء للبيع وتقدم مشتري، عندئذ يكون هناك بدء في التنفيذ،[23] فإذا اكتشف المجني عليه الحقيقة من تلقاء نفسه أو بسبب تنبيه من أحد الأشخاص فلم يتم التعاقد، فإن الواقعة تعد شروعا.[24]

الفرع الثاني: جريمة الإشهار غير المشروع:

يعرف الإشهار الكاذب على أنه كل إشهار يعمد من خلاله المتدخل إلى تضليل المستهلك عن طريق الجمل، الكلمات، الشهادات الكاذبة، أو بإظهار الاختلافات بين المنتوجات ويركز اهتمامه على الشكل دون المضمون، وقد يكون التضليل باستخدام شخصيات معروفة في الترويج لسلع معينة، حيث يعمد المسوقون عن طريق الإعلان المضلل وغيره إلى القيام بممارسات مضللة تدفع المستهلكين إلى الاعتقاد بأنهم سيحصلون على قيمة للسلع والخدمات أكبر من حقيقتها، كما يعمدون إلى تكرار تلك الإعلانات بطريقة تشكل بها ضغوطا على المستهلكين تدفعهم باتجاه الشراء.[25]

يتكون الركن المادي في هذه الجريمة كغيرها من الجرائم من ثلاثة عناصر وهي: النشاط الإجرامي ،النتيجة الإجرامية، والعلاقة السببية. والنشاط الإجرامي بوجه عام هو السلوك الإيجابي أو السلبي الذي

يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في التضليل و الغلط، وهذا النشاط يصدر من الجاني عن طريق فعل ايجابي يظهر بالرسالة الإشهارية بالسلعة بوجه مغاير لما هي عليه في الحقيقة مما يؤدي إلى تضليل المستهلك، أو باتخاذ المعلن موقفا سلبيا يمتنع فيه عن ذكر بيانات عن سلعة أو خدمة محل الإشهار. ولا يشترط أن يكون قد وقع فعلا بل يجرم الإشهار حتى إذا كان يحمل بيانات من شأنها أن توقع المتلقي في الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معا.[26]

وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في القانون المحدد للقواعد العامة للممارسات التجارية، حيث بين لنا تجريم الإشهار التجاري عندما يكون مضللا سواء كان في الحاضر أو المستقبل وهو الأمر الذي يؤدي إلى الالتباس.[27]

المطلب الثاني: الجرائم السلبية الماسة بحق المستهلك في الإعلام:

قد تقع الجريمة بفعل سلبي أي بالترك أو الامتناع، ويعني امتناع الجاني عن القيام بأية حركة عضوية فينتج عن ذلك وفاة المجني عليه. وبعبارة أخرى فانه ينتج عن الفعل السلبي وقوع جريمة سلبية وهي الجريمة التي تقع بالامتناع أو بالترك.[28]

والحق في الإعلام بصفة عامة يعني أنه يجب على المتعاقد أن يمد الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد معه من عدمه،[29] وأي امتناع عن تقديم هذه المعلومات يؤدي إلى قيام جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك.

الفرع الأول: الركن المادي لجريمة عدم الإعلام بالأسعار:

يقصد من هذا الإعلام تعريف الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع أو الخدمات وشروط البيع بشكل يسمح له بالتعريف على أسعار المنتوجات أو الخدمات دون اللجوء إلى البائعين أو مقدمي الخدمات ويجعله طرفا في التعاقد من عدمه، كما أنه يجنب المحترفين ممارسة التمييز والتفضيل المنهي عنه بين المستهلكين، إضافة إلى أنه يمنح السلطة الإدارية المختصة وسيلة لمراقبة مدى تطبيق القواعد المتعلقة بالمنافسة والأسعار بوصفهما جزاءا هاما من النظام العام الاقتصادي إضافة إلى ضمان شفافية السوق وتطوير المنافسة.

تعد جريمة الامتناع عن الإعلان الخاص ببيان سعر ونوع السلعة من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقق نتيجة معينة، فتقوم هذه الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام بالأسعار. [30]

وجرم المشرع عدم الإعلام بالأسعار، سواء كان الشيء مادي المعروض أمام المستهلك مقنن السعر أم حرا، ففي الأمر المتعلق بالمنافسة حيث نص على وجوب إشهار الأسعار، من أجل إعلام المستهلك أو المحترف بالسعر المطبق على السلعة أو الخدمة والتي نص عليها في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بإلزام البائعين بإعلام الزبائن.[31] أما طرق الإشهار عن الأسعار فتكون بوضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع. [32]

أما طرق إعلان أسعار الخدمات فإن الأمر المتعلق بالمنافسة لم ينص عليها والمفروض أن تكون محلا لنشرات تعلق في الأماكن التي نعرض فيها الخدمات للجمهور، وهي تتعلق أساسا بخدمات المهن الحرة التي ترفض الاستجابة لمثل هذه الشفافية.

إضافة إلى الطرق العامة لإعلام المستهلك عن الأسعار، فإن القانون نص على طرق وقواعد خاصة لذلك، مثل ما تعلق بتعريفات نقل الركاب في سيارات الأجرة وكذلك تحديد الأسعار القصوى للمشروبات التي تستهلك في عين المكان في المؤسسات غير المصنفة، وكذا بإظهار أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات... في المؤسسات الفندقية وفي مكاتب الاستقبال والدفع وغيرها من الطرق.[33]

الفرع الثاني: الركن المادي لجريمة عدم الإعلام بشروط البيع:

يقصد بشروط البيع، إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد، أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون، لما لها من أثر بالغ في تحديد قرار المستهلك بشراء المنتوج أو تحصيل الخدمة من عدمه. والسلوك الإجرامي في جريمة عدم الإعلام بشروط البيع يتمثل في فعل الامتناع الصادر عن البائع أو تقديم معلومات غير صادقة حولها مما يؤثر سلبا على إرادة المستهلك وكذا علاقة السببية بين الفعل و النتيجة.

وقد اعتبر جانب من الفقه والقضاء الفرنسي السكوت العمدي تدليسا كلما أخل المتعاقد بالالتزام بالإفضاء والإخبار الذي رتبه عليه القانون أو الاتفاق، [34] هذا الأساس الذي تبناه القضاء الفرنسي يصلح أن يكون أساسا للالتزام بالإخبار بشروط البيع الممارس الذي تضمنه القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث ألزم المشرع للبائع بإخبار المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة حول شروط

البيع دون أن يحدد إن كانت مدونة في وثيقة العقد أو خارجها، [35] وفي حالة عدم الإعلام هنا تقوم جريمة عدم الأعلام بشروط البيع والتي تجد أحكام تجريمها في المادة 32 من القانون المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.[36]

وإذا كان المشرع قد رتب من خلال من المادة 86 الفقرة 02 من القانون المدني الجزائري التزاما عاما بالإفضاء كلما كانت الواقعة أو الملابسة التي يجهلها المتعاقد معه مؤثرة،[37] فإن المادة 08 من القانون 02/04 قد رتبت التزاما بالإفضاء على عاتق البائع اتجاه المستهلك حول مميزات المنتوج أو الخدمة وشروط البيع والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة، وعليه فإن إخلال العون الاقتصادي البائع بهذا الإلتزام القانوني هو بمثابة تدليس يمكن معه للمستهلك طلب إبطال العقد، مع حقه في التعويض عما لحقه من ضرر نتيجة هذا الكتمان. وعن زمن الإخبار فإن المشرع الجزائري أوجب أن يكون قبل أو أثناء البيع.[38]

الفرع الثالث: الركن المادي لجريمة الوسم:

بالرجوع إلى القانون المتعلق بحماية المستهلك نجده يعرف الوسم بأنه كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها.[39]

ويتحقق الركن المادي لجريمة الوسم من خلال مجموعة من العناصر المشكلة له، وهي تتعلق بالأساس بمجموعة مختلفة من البيانات،[40] والمبتغى الأخير الذي أراده المشرع من فرض الوسم بشأن مجمل المنتوجات هو إعلام المستهلك، كالتزام إيجابي، جاعلا منه التزاما عاما يقع على عاتق المحترف. غير أن مثل هذا المبتغى لا يمكن أن يتحقق إلا إذا تمكن المستهلك بشكل فعلي وحقيقي من معرفة المنتوج المعروض عليه بشكل كاف، وبالنتيجة إعمال إرادته بشكل مستنير.[41] ولقيام جريمة مخالفة التزامات الوسم وجب توافر العناصر الآتية:

أولا: المحل الذي تنصب عليه عملية الوسم:

حدد مجال تطبيق الوسم بالمواد الغذائية المعبأة مسبقا أو غير المعبأة مسبقا، المعروضة على حالها على المستهلكين، وتلك الموجهة للإطعام والمستشفيات والمطاعم الجماعية والجماعات الأخرى المماثلة أي المواد الغذائية. كذلك المكون، وأيضا الإضافات الغذائية.[42]

ثانيا: إغفال أحد البيانات المتطلبة قانونا أو وضع بيانات غير صحيحة:

يتمثل الركن المادي لجريمة الوسم في مخالفة المتطلبات بمضمون الوسم من البيانات التي وجب أن يتضمنها أو بإيراد بيانات غير صحيحة. وعلى ذلك يظهر الركن المادي للجريمة تارة في سلوك إيجابي وطورا آخر في سلوك سلبي، وإن كان الغالب أنها تأخذ المظهر الأخير هذا.[43]

أ- إغفال أحد البيانات الإلزامية:

يتوافر الركن المادي لجريمة مخالفة التزامات الوسم عن طريق الترك بمجرد إغفال أحد البيانات الإلزامية والإجبارية التي فرضها قانون حماية المستهلك وقمع الغش على عاتق المتعامل الاقتصادي الذي يمتنع ويحجم عن إتيانه، هو ما يمكن أن يعد سلوك سلبي من قبله. أو قد يتبنى سلوكا إيجابيا كوضع بيان أو بيانات غير صحيحة على وسم المادة الغذائية أو غير الغذائية.[44]

- **أهمية التسمية**

تسمية المبيع من أهم البيانات على الإطلاق كأول بيان إلزامي يقع على عاتق المحترف لا يمكن تصور إغفاله تحت طائلة المساءلة الجزائية.

- **استعمال اللغة العربية**

يتطلب المشرع الجزائري في تحرير بيانات الوسم وجوب استعمال اللغة العربية باعتبارها اللغة الوطنية الرسمية لإمكانية فهمها وقراءتها وتمكين المستهلكين من معرفة مضمونه بشكل كاف مما يسمح لهم باتخاذ قراراتهم بإرادة عالمة، كما يمكن استعمال لغات أخرى. ويجب أن تحرر بيانات الوسم بشكل ظاهر وبطريقة تجعلها مرئية واضحة القراءة ومتعذر محوها [45].

- **معيار تقدير الطبيعة غير المقروءة أو غير المفهومة لبيانات الوسم**

يقدر ذلك بشكل مجرد، والمستهلك (الشخص العادي متوسط الفهم) يؤخذ كمعيار لتحديد فهم الوسم من عدمه، وفي ظل غياب معيار يحدد المستهلك ذو الفهم العادي، فإن هذا يفتح المجال لإعمال القاضي الجزائي تقديره، وفقا لمقتضيات وملابسات كل قضية على حدة [46].

- **تاريخ الصلاحية**

من بين البيانات الأساسية التي يجب أن يتضمنها الوسم لتعلقها الوطيد بصحة وأمن المنتوجات وهو تحديد لتاريخ صلاحية المنتوج، للاستهلاك أو الاستعمال أو التاريخ الأقصى للبيع. وهو يتكون من اليوم والشهر والسنة، غير أنه بشأن المواد الغذائية التي تكون صلاحيتها أقل من ثلاثة أشهر، يكفي الإشارة إلى اليوم والشهر، ومرد وجوب تضمين هذا البيان بالوسم وعدم إمكانية إغفاله تحت أي ظرف كون أن تاريخ الصلاحية الدنيا هو تنبيه المستهلك على أنه يستحسن استهلاك المنتوج قبل هذا التاريخ المبين لاعتباره أجلا يفيد أن المادة مازالت صالحة لذلك أم لا. [47]

ويجب أن يلبي كل منتوج حتى الأخطار الناجمة عن استعماله، كما يجب أن يحترم المتطلبات المتعلقة بمصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه.[48]

ب- وضع وإيراد بيانات غير صحيحة

إن وضع بيانات غير صحيحة على الوسم مظهر من مظاهر الخداع، بحيث تفضي إلى دفع المستهلك لاقتناء المنتوج على أساس تلك البيانات لتتشكل الجريمة بمجرد توافر الوسم الغير مطابق[49].

- **إيقاع المستهلك في اللبس**

حضر المشرع الجزائري على المحترف استعمال أي إشارة أو أي علامة أو تسمية خيالية أو أي طريقة لتقويم الوسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك، لاسيما حول طبيعة المنتوج وتركيبه ونوعيته الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية فيه وبطريقة تناوله وتاريخ صناعته، والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه ومقداره وأصله، وكذا ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين منتوج معين ومنتجات أخرى مماثلة. [50]

وبالرجوع إلى المادة 19 من القانون رقم 18-09، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السابق الذكر؛ نجد أن المشرع الجزائري أكد على ضرورة أن لا يمس المنتوج المقدم

للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا يسبب له ضررا معنويا، وضمن له حق العدول والتراجع عن اقتناء منتوج ما، ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفع مصاريف إضافية.[51]

- **الحيازة أو العرض أو البيع بواسطة وسم غير مطابق**

في التشريع الجزائري امتد التجريم ليشمل منع الحيازة من أجل البيع أو الوضع للبيع أو التوزيع المجاني للمواد الغذائية ذات وسم غير مطابق لأحكام هذا المرسوم.[52]

- **جريمة التخزين في ظروف غير مطابقة لتلك المحددة في وسمها**

هذه الجريمة لا تنصب على الوسم ذاته وإنما تتعلق بظروف تخزين المنتوج، من أجل حماية الأغذية من التلوث أو فساد صلاحيتها.[53] ومثل هذا التجريم يدخل تحت التزام آخر هو التزام السلامة المجرم بمقتضى نصوص خاصة.

المبحث الثالث: الركن المعنوي للجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك في التشريع الجزائري

يتمثل الركن المعنوي للجريمة بالقصد الجنائي الذي يتجسد باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بأركانها بقصد تحقيق النتيجة الإجرامية، وأن يكون الجاني عالما بأن فعله سيؤدي إلى حدوث عمل إجرامي يعاقب عليه المشرع، ويشترط أيضا أن يتمتع الجاني بإرادة حرة توجهه إلى ارتكاب الفعل المجرم، أو الامتناع عن القيام بما أوجبه عليه القانون، وكان له أيضا إدراك يميز به ما يصدر عنه من التصرفات. وتتخذ الإدارة الجانية أو الآثمة صورتين؛ الأولى وهي القصد الجرمي؛ أي اتجاه إرادة الجاني إلى القيام بالنشاط الإجرامي، وإحداث النتيجة المترتبة عنه، مع توافر العلم لديه بكافة العناصر والشروط التي يتطلبها القانون لقيام الجريمة. والثانية وهي الخطأ؛ وهو إخلال الشخص بواجبات الحيطة والحذر التي يفرضها القانون، سواء اتخذت صورة الإهمال، أم قلة الاحتراز أم عدم مراعاة، إذ يفترض الخطأ اتجاه الإرادة إلى ارتكاب الفعل وعدم اتجاهها إلى إحداث النتيجة الضارة التي نجمت عن هذا الفعل.

المطلب الأول: الجرائم العمدية

تتمثل الجرائم الماسة بحق إعلام المستهلك ذات الطابع العمدي فيما يلي:

الفرع الأول: جريمة الخداع

جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتوافر أركانها القصد الجنائي، وهو القصد الجنائي العام بعنصريه العلم والإرادة ويجب أن يعلم أن استعمال هذه الطرق يؤدي إلى خداع المتعاقد، وأن تتجه إرادته

إلى ذلك وأن يعلم أن القانون يعاقب عليه، كما أنه لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه البائع أو التاجر تجاه المتعاقد معه.

والخداع من الجرائم العمدية لهذا فالإهمال حتى ولو كان جسيما لا يعادل الخداع، لأن الإهمال صورة من صور الخطأ غير العمدي، ولا نعتبره مخادعا إلا من كان سيء النية، أما إذا كان يعتقد خطأ توافر صفة معينة في البضاعة ليحصل على ثمن أعلى من قيمتها الحقيقية، لا يقوم الخداع، لأن الغلط يستبعد التدليس، والغلط الذي ينفي القصد الجنائي هو الغلط في الواقع وليس الغلط في القانون، فهذا النوع من الغلط لا يستبعد المسؤولية الجنائية ولا ينفي القصد الجنائي رغم ذلك.[54]

الفرع الثاني: جريمة عدم الإعلان عن الأسعار

لا يوجب القانون توافر قصد جنائي خاص في جريمة عدم الإعلان عن الأسعار على السلع المعروضة للبيع وإنما يكفي بالقصد الجنائي العام بعنصريه العلم والإرادة. [55] فعند استقراء المادة 4 من القانون 02/04 نجد المشرع الجزائري جعل جريمة عدم بالأسعار جريمة مادية يكفي لقيامها الركن المادي وفي هذا النوع من الجرائم التي تمس بالمستهلك فإن الخطأ المفترض والمسؤولية هو نوع من أنواع الحماية القانونية للمستهلك. [56]

الفرع الثالث: الإشهار الكاذب

يقصد بالركن المعنوي للجريمة سوء نية معلن الإشهار الكاذب والمضلل والذي يتطلب قصد جنائي عام أو خاص، والقصد الجنائي العام هو انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق الجريمة بأركانها الكاملة كما حددها القانون هو عالم بذلك. أما القصد الجاني الخاص فهو نية الجاني في استيلاء على مال الغير من خلال قيامه بنشر إعلان كاذب ومضلل لسلعة ما بغرض الحصول على مال.[57]

بالرجوع إلى المادة 28 من القانون رقم 02/04 نجدها نصت في فقرتها الأولى على: "يعتبر إشهارا غير مشروع وممنوع كل إشهار يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن يؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو بكميته أو وفرته"[58]

المشرع في هذه الفقرة لم يطلب توفر الركن المعنوي واكتفى فيها بالركن المادي فقط، وبالتالي فهي "جريمة مادية " ولا تحتاج ركن معنوي. [59]

الفرع الرابع: عدم الإعلام بشروط البيع

مع استقراء المادة 32 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يتبين أن هذه الجريمة من الجرائم المادية التي لا يتطلب لإثبات وقوعها القصد الجنائي الخاص. فهي تقوم بمجرد الخروج عن الالتزام الذي يفرضه القانون (الإعلام بشروط البيع)، أو إذا كان هذا الالتزام غير صادق فهي جريمة خطر وليست جريمة ضرر هدفها وقائي يكفي توافر القصد الجنائي. .[60]

المطلب الثاني: الجرائم غير العمدية

الجرائم غير العمدية هي تلك الجرائم التي لا يتطلب فيها القانون توافر القصد الجنائي بل يكفي توافر الخطأ أو الإهمال في سلوك الجاني، وعليه، يندرج تحت باب الجرائم غير العمدية التي تنتهك حق إعلام المستهلك ما يلي:

الفرع الأول: جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع الغذائية

هي جريمة مادية تقوم بمجرد مخالفة نص القانون، بغض النظر عن اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة، حتى ولو لم يترتب عليها ضرر يكون قد تحقق بالفعل. [61]

الفرع الثاني: جريمة حيازة وسم غير مطابق

إن الالتزام بالوسم ينشأ في ذمة البائع لحظة التخلي عن منتوجه حتى ولو أن المشتري الذي وجب إعلامه لا يتلقى حيازته مباشرة.

وقد نص المرسوم التنفيذي 13- 378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على منع الحيازة أو البيع أو العرض للبيع أو التوزيع المجاني بدون رخصة من المصالح المختصة للمنتوجات التي لا يتطابق وسمها مع أحكامه، أو التي تخزن في ظروف غير مطابقة لتلك المقررة على وسمها أو على كل سند آخر يستعمل للمنتوجات أو الخدمات. [62]

خاتمة:

بناء على ما تقدم نجد أن جريمة مخالفة إلزامية إعلام المستهلك تتطلب لقيامها توفر ثلاث أركان أساسية: الركن المادي، الركن المعنوي، والركن الشرعي، فإلى جانب قيام المسؤولية المدنية في حق العون الاقتصادي المخالف، تقوم أيضا مسؤوليته الجزائية.

أبرزت دراسة الجرائم الماسة بحقوق إعلام المستهلك في نطاق التشريع الجزائري أن:

النتائج:

- جل الجرائم جنح، ولكونها كذلك، لا يعاقب على الشروع فيها لغياب نص يقضي بذلك، ما عدا جريمة الخداع.
- هي جرائم شكلية، وهذا ما يفسر عدم تجريم الشروع فيها لغياب نص يقضي بشأنها، لأنه لا يتصور الشروع بشان جرائم السلوك المحض.
- تجريم الفعل في أكثر من قانون.
- عدم تطلب قصدا جنائيا متميزا وهي نتيجة حتمية لاعتبارها جريمة مادية أو شكلية بحيث يكفي مجرد إتيان السلوك لتشكلها مثلها مثل المخالفات.
- هي جرائم سلبية في معظمها؛ مخالفة النظام القانوني للوسم، عدم الإعلام بشروط البيع، عدم الإعلام بالأسعار الإشهار التضليلي (إذا امتنع عن الإشهار)، وقد وجدت مجالا خصبا لها في مجموع الالتزامات التي فرضتها نصوص مادة الاستهلاك، فهذه الالتزامات تتحقق بها الجريمة عند مخالفة متطلباتها أي أن المحترف يتخذ موقفا سلبيا اتجاه الالتزامات المفروضة عليه.
- المشرع وهو يجرم السلوكات الماسة بحق الإعلام بوجه خاص وبحقوق المستهلك بوجه عام، استلهم مضامين القانون التجاري والمدني لتقرير مسؤولية المحترف، وهذا الأمر لا يتفق مع مبادئ القانون الجنائي الذي يؤسس المسؤولية على فكرة الخطر وليس الضرر.
- عدم ضمان حق الإعلام من شانه التأثير على فئة واسعة من الأشخاص مما يؤدي إلى تعدد الضحايا في نطاق مادة الاستهلاك.

التوصيات:

– توحيد النصوص الحامية لحق المستهلك في الإعلام خاصة ولحقوق المستهلك عامة، بدلا من توزيعها بين أكثر من قانون.

– إلغاء الباب الرابع من قانون العقوبات وإدراجه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وذلك سبب تشابهها مع المواد 68 وغيرها من القانون رقم 03/09.

– إضافة إلى الحماية القانونية يجب على الدولة استغلال مختلف وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، في توعية وتوجيه السلوك الاستهلاكي، وتثقيف المستهلك وتعريفه بحقوقه.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: النصوص القانونية

أ- القوانين:

1. الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 غشت 1966، يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم، جريدة رسمية، العدد 48، مؤرخة في 10 يونيو 1966.
2. القانون 02/89، مؤرخ في 8 فبراير، 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية، العدد6، مؤرخة في 8 فيفري 1989 .
3. القانون 04-02، مؤرخ في23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، مؤرخة في 27 يونيو 2004.
4. القانون 09-03، مؤرخ في 25 فبراير 2009، ج ر، العدد 15، مؤرخة في 8 مارس 2009، يتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، مؤرخ في 8 مارس 2009.
5. القانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 35، مؤرخة في 13 يونيو 2018.

ب-المراسيم التنفيذية:

6. المرسوم التنفيذي 90-39، مؤرخ في 01 نوفمبر 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ج. ر، العدد 5، مؤرخة في 31 جانفي 1990.
7. المرسوم التنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غي الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 50، مؤرخة في 21 نوفمبر 1990.

8. المرسوم التنفيذي رقم 97_429، مؤرخ في 11 نوفمبر 1997 يتعلق بالخصائص التقنية المطبقة على المنتوجات النسيجية، الجريدة الرسمية، العدد 75، مؤرخة في 12 نوفمبر 1997.

9. المرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية عرضها، الجريدة الرسمية، العدد 83، مؤرخة في 25 ديسمبر 2005.

10. المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 58 مؤرخة في 18 نوفمبر 2013.

ثانيا:الكتب:

1. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، (الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال)، ط 7، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

2. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، ط 1، المكتبة العصرية، مصر، 2008.

3. جندي عبد الملك، الموسوعة الجنائية، الجزء الخاص، ط 1، مطبعة الاعتماد، مصر، 1992.

4. عبيد رؤوف، شرح قانون العقوبات التكميلي، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة مصر، 1989.

5. عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.

6. علي فيلالي، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.

7. مجدي محمد محب حافظ، الجزء 1، موسوعة تشريعات الغش والتدليس، الطبعة 1، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2006.

8. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دون طبعة، دار الكتاب الحديث، القاهرة مصر، 2006.

9. محمد بودالي شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، ، طبعة1، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر.

10. معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، دون طبعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية مصر، 1985.

11. محمد أحمد المشهداني، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص في القانون الوضعي والشريعة الإسلامية الطبعة 1، دار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ، عمان الأردن، 2001.

ثالثا: الاطروحات، الرسائل والمذكرات:

أ- أطروحات الدكتوراه:

1. شرايرية محمد، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه في العلوم الجنائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عنابة، 2011.

2. ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2016.

ب- رسائل الماجستير

1. عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير في القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2010.

2. عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة ورقلة، 2006 .

3. ماني عبد الحق، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون أعمال، جامعة بسكرة، 2009.

ج- المذكرات:

1. دناقير إيمان، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر أكاديمي، جامعة ورقلة، 2013.

رابعا: أشغال الملتقيات

1. سعيد عوض الرطيل، "حقوق المستهلك ومستوى حمايتها في السوق اليمنية"، ورقة عمل مقدمة في ندوة حماية المستهلك والغش التجاري، المنعقد خلال الفترة من 13-17 يناير 2008، في مدينة شرم الشيخ بجمهورية مصر العربية.

الهوامش:

1 أنظر المادة الأولى 1 من الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 غشت 1966، يتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم، جريدة رسمية، العدد 48، مؤرخة في 10 يونيو 1966.

[2]- أسامة أحمد بدر السيد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، د ط، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص 22.

[3]- محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية والطبية، طبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 09.

[4]- المادة 68 من القانون 09-03، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بقانون حماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، مؤرخة في 8 مارس 2009: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت...."

[5]- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، د ط، دار الكتاب الحديث، مصر، 2006، صفحة 193.

[6]- راجع المادة 28 من القانون 04-02، مؤرخ في23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، مؤرخة في 27 يونيو 2004: " دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي و ممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان.....".

[7]- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن, المرجع السابق، صفحة 83،84.

[8]- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، ط 1،المكتبة العصرية، مصر، 2008، صفحة 129، 130.

4- أنظر المواد 04، 05، من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2021 المجلد: 04 العدد: 03 ص.ص: 1014-1037

– تنص المادة 32 من قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع، مخالفة لإحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون، و يعاقب عليه بغرامة ...".

– المادة 8 من القانون 04-02: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بالمعلومات النزيهة والصادقة..".

– أما المادة 9 منه نصت على: "يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا.... كيفيات الدفع وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات".

[11]– المادة 49 من القانون 02/04 التي تحدد من يتولى رقابة و معاينة مخالفات أحكام هذا القانون.

[12]– أنظر المادة 17 من القانون04-02 المذكور سابقا.

[13]– عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2006، ص 82.

[14]– المادة 03 فقرة 4 من القانون 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[15]– أنظر المواد 17، 18 من القانون رقم 09- 03.

[16]– المادة 87 من نفس القانون نصت على :" يعاقب بغرامة..... كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون".

[17]– مجدي محمد محب حافظ، الجزء 1، موسوعة تشريعات الغش و التدليس، الطبعة 1، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2006، صفحة 19.

[18]– محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن, المرجع السابق، صفحة 309

[19]– أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، صفحة 197.

[20]– عبيد رؤوف، شرح قانون العقوبات التكميلي، دون طبعة، دار الفكر العربي، مصر، 1989، ص 385.

[21]– جندي عبد الملك، الموسوعة الجنائية، (الجزء الخاص)، ط 1، مطبعة الاعتماد، مصر، 1992، ص 388.

[22]– أحمد محمد محمود خلف، مرجع سابق، ص 204.

[23]– جندي عبد الملك، نفس المرجع، صفحة 212.

[24]– معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، دون طبعة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية مصر، 1985، صفحة 13.

[25]– سعيد عوض الرطيل، "حقوق المستهلك ومستوى حمايتها في السوق اليمنية"، ورقة عمل مقدمة في ندوة حماية المستهلك والغش التجاري، المنعقد خلال الفترة من 13-17 يناير 2008، في مدينة شرم الشيخ بجمهورية مصر العربية.

[26]– دناقير إيمان، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2013، ص 19.

[27]– أنظر المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد العامة للممارسات التجارية.

[28]– محمد أحمد المشهداني ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص في القانون الوضعي والشريعة الإسلامية الطبعة الأولى ، دار العلمية الدولية لنشر والتوزيع ، عمان (الأردن)، 2001، ص 11 .

[29]– عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ص 38.

[30]– أحمد محمد محمود خلف، مرجع سابق، ص 132.

[31]– محمد بودالي، مرجع سابق، ص 83.

[32]– وهذا ما ينص عليه المشرع في المادة 05 من القانون 04_02 المذكور سابقا.

[33]– محمد بودالي، مرجع سابق، ص 86.

[34]– علي فيلالي، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر،2005، ص 129.

[35] – أنظر المادة 8 من القانون 04-02 سابق الذكر.

[36]– أنظر المادة 32 من القانون 04-02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية.

[37]– علي فيلالي، مرجع سابق، ص 130.

[38]– المادة 08 من القانون 04-02 المذكور أعلاه "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك قبل أو أثناء...." وبالتالي فالإخبار لا يكون بعد عملية البيع.

[39]– المادة 03، فقرة 05 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر.

[40]– نصت المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 58 مؤرخة في 18 نوفمبر 2013، على: "تتضمن المعلومات حول المواد الغذائية المنصوص عليها في المادة 09 أعلاه،..... البيانات الإلزامية للوسم...."

[41]– شرايرية محمد، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه في العلوم الجنائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عنابة، 2011، ص 95.

[42] أنظر للمادة 1، من المرسوم التنفيذي رقم 05_484، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[43]– محمد شرايرية، المرجع السابق، ص 97.

[44]– المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 97_429، مؤرخ في 11 نوفمبر 1997 يتعلق بالخصائص التقنية المطبقة على المنتوجات النسيجية، ج ر، العدد، 75، مؤرخة في 12 نوفمبر 1997.

[45]– محمد شرايرية، مرجع سابق، ص 106.

[46]– نفس المرجع، ص 107.

[47]– المادة 2 فقرة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[48]– المادة 11 من القانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 35، مؤرخة في 13 يونيو 2018.

[49]– شرايرية محمد، مرجع سابق، ص 110.

[50]– المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق لـ 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

[51]– المادة 19 من القانون رقم 18-09، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السابق الذكر.

2- أنظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، السابق الذكر.

[53]– عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير في القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 2010، ص 53.

[54]– أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، دراسة مقارنة ، المرجع السابق، ص،212، 213.

[55]– أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 133.

[56]– المادة 4 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المذكور سابقا.

[57]– أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، (الجرائم ضد الأشخاص و الجرائم ضد الأموال)، ط 7، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 327.

[58]– المادة 28 القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، السابق الذكر.

[59]– عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص 126.

[60]– ماني عبد الحق، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2009، ص 193.

[61]– ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي و الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2016، ص 204.

[62]– المادة 61 من المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المذكور سابقا.