

الحماية الجزائرية لحق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري

Penal Protection of the Consumer's Right of Informing in Algerian Law

تاريخ القبول: 2024/05/21

تاريخ الإرسال: 2024/02/10

على البائع إعلام المشتري أو المستهلك وتعريفه بالمنتج والسلعة وتبيان أهم الخصائص والمميزات وكذا المواد التي تدخل في تركيبها، مما يجعل المستهلك على بينة بالمنتج المراد اقتناؤه، ومن أهم الحقوق التي حاول المشرع حمايتها هو حق المستهلك في الاعلام، والذي يعتبر من أهم الحقوق التي اهتمت بها التشريعات لما له من فائدة كبيرة للمستهلك خاصة في ظل العولمة ونمو التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: حماية المستهلك؛ حق الإعلام؛ الحماية الجزائرية؛ التجارة الإلكترونية

Abstract:

Legislation currently seeks to establish legal rules to protect the consumer, especially with technological development and the spread of electronic commerce, which has increased the demand for various products and services that are very important in human life. On this basis, the seller should inform the

عمارة عمارة
Amara AMARA
جامعة المسيلة
University of Msila
مخبر الدراسات والبحوث في القانون والأسرة
والتنمية الإدارية
Amara.amara@univ-msila.dz

ملخص:

يسعى التشريع في الوقت الحالي إلى البحث على إرساء قواعد قانونية من أجل حماية المستهلك، خاصة في إطار التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية على نطاق واسع، مما جعل الطلب يتزايد على مختلف المنتجات والخدمات الأكثر أهمية في حياة الانسان، وعلى هذا الأساس يتطلب consumer and introduces him to the product and commodity Also, he should explain the most important characteristics and features, as well as the materials that are included in its composition. This makes the consumer aware of the product to be purchased. One of the most important rights that the law tried to protect is the consumer's right

* - المؤلف المراسل.

to information. It is considered one of the most important rights that legislation has concerned with because of the great importance it represents for the benefit of the consumer, especially in light of globalization

and the growth of electronic commerce.

Keywords: Consumer protection; The right of informing; Penal protection; electronic commerce.

مقدمة:

تكثر في وقتنا الحالي وتنوع الخدمات التي تخص مختلف المنتجات الاستهلاكية ذات العرض الواسع، سواء في الأسواق أو المحلات المعدة خصيصا لذلك، والتي توجه مباشرة إلى المستهلك، أو تعلق الأمر بالمواد الغذائية أو الخدماتية التي يكثر الطلب عليها من طرف المستهلك لتلبية حاجاته الضرورية، فيقبل على اقتناء هذه السلع مما يجعله يبحث عن مصدرها ومكوناتها وتحديد طبيعتها، سواء من خلال تلك الأوصاف التي تصحب التعريف بالمنتج، أو من خلال الترويج الذي يقوم به البائع عن طريق الحملات الإعلانية لمنتجه والتعريف به بأي طريقة كانت، وفي بعض الأحيان يصعب على المستهلك تحديد كل ما يتعلق بهذه المواد الاستهلاكية، لافتقاده للمعلومة ومصدرها، سواء من طرف البائع أو من قبل مصدر الإنتاج مباشرة، كدليل الاستعمال أو البطاقة التعريفية بالمنتج ومكوناته وخصائصه وتاريخ إنتاجه وحتى نهاية صلاحيته إلى غيرها من المعلومات ذات الصلة بالمنتج.

ومن هذا المنطلق ألزم القانون الجزائري على وجه الخصوص البائع إعلام المستهلك بهذه السلع، فقد نص القانون المدني على ذلك في المادة 352 منه⁽¹⁾ على ضرورة ووجوب علم المشتري علما كافيا من خلال الاحاطة بكل تفاصيل العقد التي تبين بطاقة تعريفية دقيقة للشيء المراد بيعه، وذلك بتحديد وصف دقيق له، وإذا توفر ذلك لم يجز للمشتري المطالبة بإبطال العقد متحججا بعدم علمه بالمبيع إلا إذا توفر غش أو تدليس من طرف البائع.



ويفسر حق معرفة المبيع بأنه من الواجبات التي فرضها القانون على المتعاملين الذي يكون الغرض منه تعريف طالب التعاقد أو المستهلك بالمنتج المراد بيعه، ويتم ذلك من خلال التعريف بالمنتج أو أي عنصر من عناصر العقد المبرم بين الطرفين، بحيث يكون على بينة وعلم كاف بموجبه يتخذ القرار الذي يراه مناسباً طبقاً لمتطلباته وحاجته من خلال إبرام العقد⁽²⁾، ولا شك أن البائع هو الملزم بإعلام المشتري بكل تفاصيل المبيع، غير أنه يجب التمييز بين شرط العلم الكافي وشرط التعيين، ذلك أن شرط العلم الكافي يستلزم ذكر الأوصاف الأساسية التي تخص المبيع، بينما شرط التعيين يكفي فيه ذكر أو بيان ما يميز المبيع عن غيره⁽³⁾.

وقد فصل القانون المتعلق بحماية المستهلك⁽⁴⁾ من خلال التأكيد على ضرورة إعلام المستهلك بكل المعلومات التي من شأنها أن توضح كل ما يتعلق بالمنتج من حيث مكوناته وخصائصه، وذلك بموجب المادة 17 من نفس القانون السابق المعدل والمتمم، وذلك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، ونصت المادة 18 من نفس القانون على إلزامية كل منتج بتحرير البيانات المتعلقة بالوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل المعلومات الضرورية باللغة العربية أساساً، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ويصعب محوها، ولقد ساعد التطور التكنولوجي واجتياح العالم الرقمي مختلف المعاملات على تسهيل مهمة المستهلك في الحصول على المعلومة من جهة، وعلى تعدد صور عرض المنتج من طرف البائع عن طريق الإشهار واستحداث مواقع متخصصة لذلك، والتي قد تكون غايتها ربحية أكثر والتي قد تؤدي إلى الإخلال بحق المستهلك في النهاية، خاصة إذا استخدمت على نحو غير صحيح، ويعرض البائع الذي يخل بحق المستهلك في الإعلام لعقوبات جزائية وتدابير إدارية.

ومن هذا المنطلق، اهتمت هذه الورقة البحثية بموضوع هام وهو حماية حق المستهلك في الاعلام جزائيا؛ نظرا لانتشار التجارة الإلكترونية وكثرة عرض السلع رقميا مما جعل المستهلك يقع ضحية الغش أو التدليس، لذا أوجبت التشريعات على وجه الخصوص إلزام البائع بالتعريف بمنتوجه، وبكل تفاصيله ويمكن المستهلك من الاطلاع على ذلك وفق ما تكرسه النصوص القانونية في هذا المجال خاصة تلك التي أصدرها المشرع الجزائري، والتي تمثل ضمانا هامة للمستهلك وتطور كبير مواكب للمستجدات على المستوى المحلي والدولي، هذا رغم تنوع صور الحماية خاصة تلك المتعلقة بالجانب الوقائي ومحاولة التصدي لانتهاك حق المستهلك في الاعلام، وتقضي دراسة هذه النصوص ضرورة استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال عرض مختلف النصوص في هذا الاطار واستخلاص الأحكام التي تتضمنها وتبيان مختلف الأهداف التي أرادها المشرع في هذا الشأن، وانطلاقا من ذلك يمكن طرح الاشكال التالي: ما هي العقوبات الجزائية المقررة لحماية حق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري، وهل هذه الحماية كافية؟

وانطلاقا من المنهج المتبع والاشكالية المطروحة تنصب الدراسة على العقوبات التي أقرها المشرع الجزائري لتجسيد وضمان حماية حق المستهلك في الاعلام جزائيا، ونتيجة لذلك يمكن تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم حق المستهلك في الإعلام والعقوبات الأصلية لانتهاكه

المحور الثاني: العقوبات التكميلية والإدارية لمواجهة انتهاك حق المستهلك في الاعلام

المحور الثالث: العقوبات المطبقة على انتهاك حق المستهلك في الإعلام في مجال التجارة الإلكترونية

المحور الأول: مفهوم حق المستهلك في الإعلام والعقوبات الأصلية لانتهاكه

تتخذ الجرائم التي تقع على حق المستهلك في الإعلام عدة صور تقابله جزاءات مختلفة، وقبل التفصيل في تلك الجرائم يجب معرفة مفهوم حق المستهلك في الإعلام سواء من الناحية الفقهية أو القانونية على النحو التالي:

أولاً: مفهوم حق المستهلك في الإعلام

يعتبر حق المستهلك في الإعلام من أهم المبادئ التي تضمن للمستهلك أن يكون على بينة بكل المعلومات والظروف والملابسات التي تصحب العقد، والتي تجعل إرادته تتجه إلى التعاقد وفق حاجاته ومتطلباته، ولقد اهتمت التشريعات بحماية حق المستهلك في الإعلام من خلال التأكيد عليه في مختلف القوانين وجعله من الضمانات الهامة للمستهلك قبل إبرام أي عقد.

1- التعريف الاصطلاحي لحق المستهلك في الإعلام: يعرف حق المستهلك في

الإعلام بأنه ذلك الالتزام الذي يشمل المرحلة السابقة لعقد الاستهلاك، من خلال توضيح جميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة مما يكون لدى المستهلك فكرة واضحة حول إبرام العقد والإحاطة بشروطه ومختلف البيانات التفصيلية لأركان العقد، التي تحقق أهداف وطموحات المستهلك من التعاقد⁽⁵⁾، وبهذا يكون حق المستهلك في الإعلام من أهم الالتزامات السابقة على إبرام العقد من خلال التزام البائع بأن يقدم للمستهلك المعلومات الآزمة للعقد وتفصيليه، خاصة في الحالة التي يكون فيها من المستحيل معرفة بعض البيانات الهامة التي تخص السلعة، وأن العلم الكافي من شأنه أن يوفر التكافؤ في المعلومات بين المتعاقدين ويحمي إرادة المستهلك⁽⁶⁾، وعليه يمكن القول أن حق المستهلك في الإعلام هو عبارة عن التزام يفرضه القانون على البائع، يتضمن إعلام المستهلك بكل البيانات الجوهرية التي يجهلها والمرتبطة أساساً بالتعاقد، باستخدام كل الوسائل الملائمة لمحل العقد وموضوعه وبلغة واضحة ومفهومة⁽⁷⁾.



كل هذه المفاهيم لحق المستهلك في الإعلام تؤكد على ضرورة تمكين المستهلك من معرفة كل التفاصيل المتعلقة بالسلعة لحماية لإرادته وتأكيدا على تحقيق الغرض من التعاقد.

2- التعريف القانوني لحق المستهلك في الإعلام: يعتبر الحق في الإعلام بصفة عامة من الحقوق الهامة والأساسية التي تضمنها الدولة، وهذا المبدأ مكرس في المادة الثانية من القانون العضوي رقم 05-12 والمتعلق بالإعلام⁽⁸⁾، بحيث يعتبر من الحقوق المكفولة من طرف الدولة باعتباره حق أساسي لجميع المواطنين، وقد أكد القانون العضوي رقم 14-23 المتعلق بالإعلام⁽⁹⁾ هذا المبدأ أيضا من خلال المادة الثانية منه وجعله من الحقوق الأساسية للمواطن، وتمكينه من المعلومة بكل الوسائل والدعائم المتاحة بما فيها المكتوبة أو الإلكترونية أو السمعية البصرية، من خلال نشر الأخبار والصور والأحداث ومختلف الأفكار والمعارف والمعلومات. وفيما يتعلق بالتعريف القانوني لحماية حق المستهلك في الإعلام فقد أكد المشرع على ذلك من خلال نص المادة 352 من القانون المدني، التي أكدت على هذا المبدأ بحيث نصت على وجوب علم المشتري بالمبيع من خلال اشتغال العقد على التعريف بالمبيع وتحديد خصائصه حتى يتم التعرف عليه قصد إتمام إبرام العقد.

وعرف المشرع حق المستهلك في الإعلام من خلال المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل الخامس منه والمعنون بالزامية إعلام المستهلك، معتبرا حق الاعلام يتمثل في إلزام عارض السلع والخدمات بأن يعلم المستهلك بالمنتج محل الاستهلاك بكل المعلومات ذات الصلة، وبكل الوسائل المتاحة خاصة عن طريق الوسم.

وتبين المادة 18 من نفس القانون ضوابط حق المستهلك في الإعلام من خلال تحرير بيانات الوسم باللغة العربية أو أي لغة أخرى يستهل فهمها من طرف

المستهلك، بطريقة مرئية ومقروءة ويصعب محوها، تتضمن التعريف التام بالمنتج ودليل الاستخدام.

وجاء المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ليؤكد على مفهوم حق المستهلك في الإعلام تطبيقاً لنص المادة 17 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقع الغش، فقد نصت المادة 15/3 على "إعلام حول المنتجات: كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي".

ثانياً: العقوبات الأصلية لانتهاك حق المستهلك في الإعلام

1- **جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم:** بين المرسوم التنفيذي 13-378 الذي يحدد أهم الأحكام والشروط التي تبين الآليات المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام⁽¹⁰⁾ مختلف الخصائص والبيانات المميزة للوسم، والتي تتضمن مختلف المعلومات الخاصة بالمواد الغذائية والمواد التي تدخل في تركيبها وأصلها وكيفية استخدامها ومختلف الاحتياطات المتخذة في هذا الصدد، وكذا جميع الخصائص التي المذكورة في القسم الثاني من هذا المرسوم بموجب المواد 12 إلى 17 منه.

وقد نصت المادة 62 من نفس المرسوم على أنه يتعرض للعقوبة الجزائية كل من ينتهك التدابير المذكورة والمحددة هذا المرسوم وعلى رأسها مخالفة النظام القانوني للوسم، طبقاً للقوانين والتنظيم السارس المفعول لا سيما أحكام القانون المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم.

وانطلاقاً من ذلك إذا حدث إخلالاً بما نصت عليه المادة 17 و18 من القانون المتعلق بحماية المستهلك يكون عرضة للعقوبة الجزائية كل من لم يلتزم بكافة التفاصيل المتعلقة بوسم المنتج وفي هذا الإطار نصت المادة 78 من نفس القانون السالف الذكر على عقوبة مالية تتمثل في الغرامة والتي تتراوح بين مائة ألف دينار



(100,000 دج) إلى مليون دينار جزائري (1000,000 دج)، وهي عقوبة الغرض منها محاولة حماية الوسم والذي يعتبر جزاء هاما في أي منتج.

2- العقوبة المقررة لجرائم خداع وغش المستهلك والإشهار غير المشروع:

أ- **عقوبة جريمة خداع المستهلك:** تسعى القوانين إلى حماية المستهلك من كل أشكال الخداع والنصب، باعتباره في الغالب يقبل على اقتناء حاجاته انطلاقا من الثقة التي يضعها في البائع، وعليه نص المشرع خاصة في قانون حماية المستهلك المعدل والمتمم خاصة المادة 68 منه⁽¹¹⁾ على مختلف الجزاءات المقررة لكل من يقوم بخداع المستهلك بكل الطرق، كما يعاقب أيضا على الشروع في هذه الأفعال خاصة تلك المتعلقة بالكمية المراد شراؤها من طرف المستهلك، فيجب على البائع الالتزام بتسليم الكمية المتفق عليها أو المحدد سلفا، وإذا حدث خلاف ذلك يتعرض للعقوبة. كما يعاقب كل من لم يلتزم بتسليم المنتجات المتفق عليها؛ كأن يغير من نوعية المنتج أو جودته، وفي هذا الإطار على المنتج أو البائع أن يلتزم بتحديد تاريخ الانتاج على مختلف العلب المعبأ فيها، ويحدد بدقة مدة الصلاحية حتى لا يسبب للمستهلك أضرارا قد تكون خطيرة.

وفي هذا الصدد، ينبغي للمنتج أن يلبى احتياجات المشتري وفقا للأهداف التي أرادها من خلال عملية الشراء وطبقا للميزات التي حددت سلفا، وإذا لم تتحقق النتائج المنتظرة من هذا المنتج يتعرض صاحبه للعقوبة، خاصة وأن القانون أوجب على البائع أو المنتج تحديد بدقة ارشادات الاستعمال ابتداء بتحديد مختلف الخطوات والتعليقات لاستعمال المنتج الاستعمال الصحيح وانتهاء بتحديد مختلف الاحتياطات لذلك.

وبعد تعداد نص المادة 68 من القانون المتعلق بحماية المستهلك لمختلف التزامات المنتج في هذا الشأن أحالت إلى المادة 429 من قانون العقوبات⁽¹²⁾، التي حددت العقوبة المقررة، والمتمثلة في الحبس بحيث تكون مدتها الدنيا شهرين والقصوى ثلاث



سنوات، كما نصت على الغرامة أيضا المقدرة ب 20,000 دج إلى 100,000 دج، أو يمكن الحكم بإحدى هاتين العقوبتين كل من لم يلتزم ويخالف الأوصاف المحددة في المنتج؛ سواء من حيث الكمية أو الجودة أو الغرض من اقتنائه أو تعليمات استعماله خاصة بالنسبة للمستهلك،

ونص نفس النص على تشديد العقوبة إلى الحبس خمس سنوات، ورفع قيمة الغرامة إلى خمسمائة ألف دينار خاصة في الحالة التي يكون فيها الخداع أو الشروع فيه كان بارتكاب الأفعال السابقة عن طريق الانتقاص من وزن ومقدار المنتج أو استعمال أدوات غير تلك المخصصة لذلك، والتي لا تستجيب للمواصفات المحددة للغرض الذي أعدت من أجله.

كما تشدد العقوبة في الحالة التي يعمد فيها المنتج أو البائع إلى تظليل المتعاقد، بحيث يعمد إلى اتخاذ وسائل من شأنها تغييظه في عمليات تحليل جزئيات المنتج، أو معرفة بدقة كمياته وحجمه الحقيقي المطابق لتلك التعليمات المتعلقة بإنتاجه، أو كأن يقوم المنتج أو البائع بترويج المنتج عن طريق التدليس بمختلف طرقه، سواء عن طريق الاعلانات التضليلية أو أي وسائل أخرى يكون الهدف منها طمس الحقيقة وفق ما نصت عليه المادة 69 من القانون المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم والمطابق للمادة 430 من قانون العقوبات.

ويدخل ضمن هذه الجرائم السابقة جريمة تقليد العلامة التجارية بكل الوسائل كإقتباس رسم أو ألوان متشابهة وأغلفة، أو اتخاذ نفس التسمية لمنتج آخر مع تعديل بسيط مما يولد تشابها كبيرا بين العلامتين⁽¹³⁾.

وقد نصت المادة 32 من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية⁽¹⁴⁾، على أن كل من ارتكب جنحة التقليد تكون عقوبته الحبس المقدرة بستة أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية مقدارها من 2.500.000 دج إلى 10.000.000 دج، أو الحكم بإحدى العقوبتين. للإشارة يمكن تبعا لذلك القيام بغلق الورشة أو المؤسسة سواء بصفة

نهائية أو مؤقتة، والقيام بإتلاف كل الرموز والرسومات والعلامات المتعلقة بالمنتج محل المخالفة.

كما نصت المادة 33 من نفس الأمر على أنه يتعرض الحبس في حدود شهر إلى سنة وبغرامة مقدرة بـ 500.000 إلى 2.000.000 دج أو بأحد العقوبتين السابقتين، وذلك بعدم الالتزام بتضمين منتوجاتهم خاصة التي تم بيعها بالعلامة الخاصة بالسلعة، أو ضمنوا سلعهم علامات لم تسجل وفق اجراءات التسجيل المحددة وفق القوانين السارية في هذا الصدد.

ب- عقوبة جريمة الغش في المواد الاستهلاكية: يحمي القانون المتعاقد أو المستهلك من كل أشكال الغش، وفي هذا الإطار نصت المادة 431 من قانون العقوبات على عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة مقدرة من 20,000 دج إلى 100,000 دج، وذلك كل من يقوم بغش مواد غذائية موجهة للاستهلاك البشري أو الحيواني، أو يقوم بترويج وبيع منتجات سواء طبية أو صيدلانية أو مشروبات مع علمه بأنها لا تستجيب ومواصفات المنتج، أو يؤدي استهلاكها إلى ضرر نتيجة كونها فاسدة أو تحتوي على مواد سامة.

كما يعاقب بالعقوبات السابقة كل من يقوم بالترويج لمختلف المواد التي تستخدم لعملية غش مختلف المواد الاستهلاكية الخاصة بالإنسان أو الحيوان، سواء عن طريق بيعها أو الدعاية لها بكل وسائل الدعاية خاصة المظلمة.

وإذا ألحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها عاهة مرضية أو عجز عن أداء عمله، فيتعرض مرتكب الغش وكل من روج لهذه السلع خاصة بالبيع مع علمه بعدم مطابقتها للمواصفات أو أنها تحتوي على عيوب تتعلق بتأثيرها المباشر على صحة المستهلك بعقوبة الحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات، مع الحكم عليه بغرامة مقدرة بـ 500,000 إلى 1000,000 دج.



وإذا نتج عن تناول تلك المادة مرض خطير لا يرجى شفاؤه، أو أدى تناولها التسبب في مضاعفات نتج عنها مرض مستعصي الشفاء أو بتر أحد الأعضاء تكون العقوبة الحبس بصفة مؤقتة من عشر سنوات إلى عشرين سنة، والحكم بالغرامة المقدرة بـ 1000,000 دج إلى 2000,000 دج، وإذا نجم عنها وفاة الشخص فتضاعف العقوبة لتصل إلى السجن المؤبد، وهذا حسب نص المادة 432 من قانون العقوبات، وهو نفس الحكم نصت عليه المادة 83 من القانون المتعلق بحماية المستهلك.

ويعاقب المشرع أيضا على حيازة تلك المواد دون سبب شرعي بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة أيضا مقدرة بـ 20,000 دج إلى 100,000 دج⁽¹⁵⁾. كما توقع أقصى العقوبات على ذوو الخبرة ممن تعهد إليهم تلك المنتجات سواء متصرفين أو محاسبين وفي القابل يقومون بالغش في مختلف المواد خاصة منها الغذائية الموجهة للتوزيع، ويتعلق الأمر أيضا بالغش في التجهيزات والوسائل المعهودة إليه لحراستها أو مراقبتها، وكل من يقوم من ذوي الخبرة والاختصاص بتوزيع لحوما للحيوانات مريضة بأمراض معدية ثبت فسادها أو عدم صلاحيتها للاستهلاك أصلا، وينطبق ذلك أيضا على مختلف المواد الغذائية التي ثبت فسادها مما قد يجعلها تسبب الأمراض المعدية والأوبئة الخطيرة مثلها مثل الوسائل المعدة خصيصا لصيانة تلك، وذلك حسب نص المادة 434 من قانون العقوبات.

وإذا تم عرقلة عمل ضباط وأعوان الشرطة القضائية، فالعقوبة تكون الحبس من شهرين إلى سنتين، والغرامة مقدرة بـ 20,000 دج إلى 100,000 دج حسب المادة 435 من قانون العقوبات، ونفس الحكم نصت عليه المادة 84 من القانون المتعلق بحماية المستهلك، وفي هذا المجال تتسع المسؤولية الجزائية لتشمل الشخص المعنوي وفق ما نصت المادة 435 مكرر من قانون العقوبات المعدل والمتمم.



ج- عقوبة جريمة الإشهار غير المشروع: عرفت المادة 28 من القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁶⁾ الإشهار المظلل والذي في المقابل يمنعه القانون، والذي يكون القصد منه ذلك الإشهار الوهمي والذي يتضمن في محتواه ذكر خصائص وهمية لمنتوج معين أو خدمة ما على الوجه الخصوص سواء في طبيعته أو كميته مما يشكل تدليسا وتظليلا، مما يجعل الأمر يختلط مع مختلف المنتوجات الأخرى وخصائصها أو مع باعة آخرين وكذا مع خدماتهم أو أنشطتهم وبالتالي يصعب التفرقة بين مختلف المواد والخدمات ومصدرها.

ويدخل أيضا ضمن إطار الإشهار غير المشروع القيام بالترويج للسلع والخدمات عن طريق تضخيم الإعلانات ونشرها على نطاق واسع وفي مختلف الوسائل، مما يوهم بتوفرها وفي الحقيقة لا تتوفر لدى العون الاقتصادي، والتي لا يستطيع توفيرها مما يجعل اختلالا رهيبا في عملية العرض والطلب.

وانطلاقا من ذلك، يمكن اعتبار الإشهار من بين وسائل إعلام المستهلك قصد الترويج للخدمات أو المنتوجات⁽¹⁷⁾، ويكون الغرض من هذا الإشهار تحقيق الربح مما يجعله إعلانا تجاريا بالضرورة⁽¹⁸⁾.

وإذا ما حدث هذا الإشهار غير المشروع فيكون صاحبه معرض لعقوبة الغرامة من خمسين ألف دينار (50,000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5,000,000 دج) وهذا حسب نص المادة 38 من قانون 04-02 السابق.

وبالرجوع إلى نص المادة 85 من القانون المتعلق بحماية المستهلك والمعدل والمتمم نجدها تنص على في حالة تعدد العقوبات يعمل القاضي بضم تلك العقوبات، وفي حالة العود وتكرار نفس المخالفات تشدد العقوبة المتعلقة بالغرامة وذلك بمضاعفتها، كما يمكن للجهة القضائية اللجوء إلى شطب السجل التجاري للمخالف⁽¹⁹⁾.

3- عقوبة جريمة عدم الإعلام بشروط البيع: نص المشرع في الباب الثاني من القانون رقم 04-02 على ضوابط التي تحكم وتنظم الشفافية في الممارسات التجارية،



بحيث أوجب على البائع تحديد الأسعار وجعلها معلومة للمشتري، إضافة إلى تحديد كل الشروط المتعلقة بالمبيع كل ذلك على سبيل الوجوب وفق ما نصت عليه المادة الرابعة من نفس القانون، كما ألزمت المادة 9 من القانون السابق أن يقوم البائع بتضمين المبيع على سبيل الوجوب خاصة في العلاقات القائمة بين الأعوان الاقتصاديين كل الشروط المتعلقة بالمنتج محل البيع، وكل ما يتعلق بالتنزيلات أو الامتيازات التي يحصل عليها المشتري في فترات محددة من العقد، وتبعاً لذلك إخبار المستهلك بكل المعلومات التي تخص المنتج وفق ما نصت عليه المادة 8 من القانون نفس القانون السابق ذكره.

وفي حالة مخالفة الأحكام السابقة يعاقب القانون على ذلك بغرامة من عشرة آلاف دينار (10,000 دج) إلى مائة ألف دينار (100,000 دج).

4- عقوبة جريمة عدم الإعلام بالأسعار: نصت على مبدأ إعلام المستهلك بالأسعار المادة الرابعة من القانون 02-04 بحيث يتولى البائع وجوباً إظهار الأسعار للجمهور حتى يكونوا على بينة بها، وكل ما يتعلق بالبيانات التي تساهم في معرفة للسلع، وكل الخصائص المتعلقة بالسلة والشروط المحددة للبيع، ونصت المادة الخامسة من نفس القانون على أن عملية إعلام المستهلك تتم عن طريق ملصقات يتم من خلالها تحديد الأسعار وخصائص المبيع، وتكون هذه الملصقات في متناول الجمهور، بحيث يهل قراءتها ومعرفة ما تحويه من تعليقات.

وفي هذا الإطار يميز القانون في حالة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بين حالتين⁽²⁰⁾: تتمثل الأولى في تلك العقود التي تبرم مع المستهلك وفق ما تم تناوله بموجب المادة الرابعة من القانون 02-04 وفق التفصيل السابق ذكره.

وتتمثل الحالة الثانية في تنظيم العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، بحيث تلزم المادة السابعة من القانون السابق ذكره البائع بتوفير الزبون وتعريفه بالأسعار



ومختلف التعليقات خاصة في حالة ما إذا طلبها، وذلك من خلال جداول تفصيلية وكتيبات مزودة بمختلف البيانات الخاصة بالسلعة المراد ترويجها وبيعها للمستهلك. ويجب أن تكون تلك الأسعار والرسوم وكذا التعليقات المعلن عنها من طرف البائع تتوافق والمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون، وفق ما نصت عليه المادة السادسة من القانون السابق ذكره. وإذا قصر البائع ولم يلتزم بالضوابط السابقة يتعرض إلى العقوبة المنصوص عليها في المادة واحد وثلاثون من نفس القانون والمحددة بالغرامة في مقدار خمسة آلاف دينار (5000دج) إلى مائة ألف دينار (100,000دج).

المحور الثاني: العقوبات التكميلية لانتهاك حق المستهلك في الإعلام

اتجه المشرع الجنائي في التعديلات الأخيرة لقانون العقوبات لإعادة النظر في تصنيف العقوبات، كما شملت التعديلات العقوبات التكميلية وذلك بالتخلي عن العقوبات التبعية وتدابير الأمن، كما مست التعديلات مضمون العقوبات التكميلية ومقدار الغرامات الجزائية والأحكام الخاصة بالظروف المخففة والعود، مع إقرار الفترة الأمنية ثم إقرار المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وتقرير عقوبات خاصة به⁽²¹⁾. وعليه يتعرض كل من ينتهك حق المستهلك في الإعلام فضلا عن العقوبات الأصلية إلى عقوبات تكميلية نص عليها المشرع في قانون 02-04 وفي القانون 03-09 على النحو التالي:

أولا: العقوبات المنصوص عليها في القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على

الممارسات التجارية

نص على عقوبتين تكميليتين على النحو التالي:

1- **المصادرة:** نصت المادة 44 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على مختلف الممارسات التجارية المعدل والمتمم⁽²²⁾ على أنه بالإضافة إلى العقوبات المقررة في هذا

القانون يمكن الحكم بمصادرة مختلف السلع محل المخالفات. وتبعاً لذلك يمكن لإدارة أملاك الدولة أن تقوم بعملية بيع السلع المحجوزة حجراً عينياً وفق ما حدده القانون. وفي حالة ما إذا كان المحجز اعتبارياً فالمصادرة هنا تكون منصبة على قيمة السلع والمواد المحجوزة سواء كلها أو جزءاً منها، ويترتب على ذلك أن تتجه مبالغ بيع السلع المحجوزة إلى رصيد الخزينة العمومية مما يشكل مداخيل إضافية ومكاسب هامة، ويلاحظ على هذا النص أن المصادرة تخضع للسلطة التقديرية وليست إلزامية.

2- نشر الحكم: يعد هذا الإجراء من بين العقوبات التي تمس مركز وسمعة التاجر لما لها من انعكاسات سلبية على نشاطه وتحذير العملاء والزبائن من تصرفاته، مما يؤدي إلى فقدانهم وزعزعة الثقة لديهم كما تعد هذه العقوبة بمثابة تحذير وتنبيه لباقي التجار.

ويكون نشر الحكم وفق ما نصت عليه المادة 48 من القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السابق الذكر، بحيث يمكن للوالي التي تقع المخالفات في دائرة اختصاصه وكذا القاضي أن يأمر على نفقة الجناة والمخالفين أو الذين تم الحكم عليهم بأحكام نهائية بنشر القرارات الصادرة كاملة، أو خلاصة لها في الجرائد والصحف الوطنية أو القيام بتعليق ذلك بعبارات وأحرف مقروءة في أماكن يتم تحديدها لهذا الغرض، وفي هذا المجال يعد هذا الإجراء أو هذه العقوبة كذلك غير إلزامية.

ثانياً: العقوبات التكميلية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك

نص القانون المتعلق بحماية المستهلك على عقوبة المصادرة فقط دون أن يتطرق إلى مسألة نشر الحكم وذلك وفق نص المادة 82 منه، على أنه إضافة إلى تلك العقوبات المنصوص عليها في قانوننا خاصة المواد من 68 إلى 73 والمادة 78 يتم الحكم بمصادرة السلع وكل الوسائل ذات الصلة بارتكاب مختلف المخالفات والجرائم التي نص عليه القانون المتعلق بحماية المستهلك، وتجدر الإشارة أن المصادرة كإجراء



تكون إلزاميا خاصة وأنها تتخذ في مواجهة جرائم كالحذاع والغش والتدليس، وكذا مخالفة وسم المنتج ويتخلص هذا الحكم من نص المادة 82 من القانون السابق ذكره.

ثالثا: الجزاءات الإدارية لمواجهة انتهاك حق المستهلك في الإعلام

أجاز المشرع للإدارة ممثلة في والي الولاية المختصة إقليميا⁽²³⁾ اتخاذ جزاءات، تتمثل على وجه الخصوص في:

1- غلق المحلات التجارية: يعتبر غلق المحلات التجارية من بين أهم التدابير فعالية وردعية لكل مخالف للإجراءات الرامية إلى حماية المستهلك من كل أشكال الغش والحذاع، وفي هذا الإطار نصت على هذا الإجراء المادة 46 من القانون 10-06 المعدل والمتمم للقانون المتعلق بحماية المستهلك، بحيث يمكن للوالي الذي تقع في المجال الإقليمي لولايته المخالفات المنتهكة لمختلف حقوق المستهلك أن يقوم بتطبيق عقوبات إدارية تتمثل في غلق المحلات التجارية أو الأماكن المعدة لهذه الأنشطة لمدة لا تتجاوز ستون يوما وهذا بناء على قرار، ويتم ذلك في حالة عدم احترام وتجاوز الأحكام المتعلقة الخاصة بالممارسات الجارية ويكون تكرار نفس الأفعال ظرف لتشديد العقوبة في حالة العود⁽²⁴⁾.

ويمكن الطعن في هذا القرار وفق طرق الطعن المحددة في قانون الإجراءات المدنية والإدارية⁽²⁵⁾، وإذا كان هذا الإجراء يهدف إلى ردع المخالف ومحاولته إيقافه على ارتكاب مختلف المخالفات الضارة بالمستهلك، فإنه قد يؤثر على حقوق الغير خاصة العاملين بالمنشأة محل الغلق مما قد يؤدي بهم الوضع إلى التسريح وهذا ما يؤثر على معيشتهم وعجزهم على تلبية مختلف متطلباتهم نتيجة فقدانهم مناصب عملهم، ويستدعي بالضرورة التفكير في مستقبل هذه الفئة ومحاوله إيجاد آلية عادلة لتعويضهم خسارتهم.

2- نشر قرار الغلق: إن نشر قرار غلق المحلات التجارية كعقوبة إدارية لمن خالف الأحكام والضوابط الخاصة بالقانون محل الدراسة تعتبر إجراء هاما وفعالا يقوم به

الوالي الذي ينعقد له الاختصاص وكذا القاضي، وذلك بأن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو الذين صدرت في حقهم أحكاما نهائية وعلى نفقتهم، وذلك بنشر هذه القرارات أو ملخص لها في الصحافة الوطنية خاصة منها المكتوبة، أو القيام بتعليقها بكل بعبارات واضحة في الأماكن المحددة وهذا حسب نص المادة 48 من القانون رقم 02-04.

ويعمل على تنفيذ كل هذه الاجراءات الضبطية القضائية المختصة، وأيضا من لهم صفة الضبطية في هذا المجال، وهم أعوان التجارة، والتي تتخذ في مواجهة كل مخالف للقواعد والضوابط المحددة قانونا، كما يمكن للوالي بصفته مختصا بمتابعة هذه الإجراءات على النحو الذي تم تناوله في إجراء غلق المحلات التجارية والضوابط التي تحكمه، وكل ذلك يتم بموجب قانون حماية المستهلك المعدل والمتمم.

المحور الثالث: العقوبات المطبقة على انتهاك حق المستهلك في الإعلام في مجال

التجارة الإلكترونية

نظم المشرع الجزائري بموجب القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽²⁶⁾ كل المسائل التي تخص عملية المعاملات التجارية والضوابط التي تحكمها، خاصة فيما يتعلق بتجارة السلع والخدمات الرقمية وعن طريق الانترنت، كما بين هذا القانون بموجب المادة الثانية تطبيق القانون الجزائري وحده في حالات محددة قانونا، كما اشترط لتطبيق ذلك أن يكون أحد أطراف العقد الإلكتروني جزائريا، ويستوي في ذلك أن تكون له الصفة الجزائرية وقت إبرام العقد، سواء كانت أصلية أو مكتسبة، وحتى ولو كان اكتسابها بوقت يسير من إبرام العقد، أو أن تكون له الصفة الوطنية وفق القانون المتعلق بالجنسية⁽²⁷⁾.

كما اشترط المادة الثانية من نفس القانون إقامة الشخص الطبيعي على الاقليم الجزائري إقامة قانونية، وإذا كان شخصا اعتباريا فيشترط لتطبيق القانون الجزائري في حالة كونه طرفا في العقد أن يكون خاضعا للقانون الجزائري وفق ما حددته المادة



العاشرة من القانون المدني، وذلك بأن يكون مقره الاجتماعي في الجزائر، أو أن يمارس نشاطا فيها وقت إبرام العقد الإلكتروني⁽²⁸⁾.

واشترطت المادة الثانية من القانون السابق لتطبيق القانون الجزائري إضافة لأحد الشرطين السابقين شرطا ثالثا؛ وهو أن يكون العقد قد تم إبرامه في الاقليم الجزائري، أو كأن يكون محل تنفيذه فيها، مع العلم أنه يكفي لتطبيق القانون الجزائري أن يتوفر أحد الشروط الثلاثة السابق ذكرها.

أولا: المعاملات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

تمارس القواعد المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وفي إطار القوانين والتشريعات المنظمة لهذا النشاط وفق ما نصت عليه المادة الثالثة من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، غير أن القانون استثنى بعض المعاملات نظرا لخصوصيتها وتنظيمها وفق قوانين خاصة، بحيث كل نشاط يتم عن طريق الوسائل الإلكترونية ويتعلق على وجه الخصوص بألعاب القمار والمراهنات وكل الأنشطة التي تتعلق بالحظ واليُنصَب في المجال المخصصة لذلك، كما أخرج من دائرة المعاملات الإلكترونية كل العقود المنصبة على بيع واقتناء الخمر والمشروبات الروحية وكل المواد المتعلقة بالتبغ. كما أخرج من دائرة المعاملات الإلكترونية كل المنتجات المتعلقة بالأدوية والعلاج، ومنها على وجه الخصوص المواد الصيدلانية، يضاف إلى ذلك كل المنتجات المتعلقة بالمال المعنوي كالحقوق المتعلقة بالمؤلف وما يتصل بها من ملكية فكرية أو صناعية أو كان يتعلق بالعلامة التجارية، وكذا الرسم والنموذج التجاريين.

وقد أخرج أيضا القانون جميع السلع والخدمات المحضرة والتي تضع الدولة رقابة عليها من العقود المتعلقة بالتجارة الرقمية، وذلك نظرا لخطورة التعامل بها والأضرار التي تسببها، وفي هذا الإطار يجب تكثيف الرقابة ورقمنة مختلف الخدمات بوضع جداول وبيانات تخص السلع المحضرة، كما أوجب القانون في بعض الحالات إبرام عقد رسمي لاقتناء بعض السلع مما يجعل تحقق هذا الشرط أمرا ضروريا يتطلب

شكلية معينة، مما يجعل التعامل به الكترونيا محظورا حتى تحقق الرسمية في العقد محل الابرام.

كما نصت المادة الخامسة من نفس القانون على منع كل معاملة عن طريق الوسائط الإلكترونية في كل منتج محدد اقتناؤه وفق طرق قانونية خاصة نظرا لأهميتها وخصوصيتها، أو أن تكون هذه المواد والمنتجات خاصة بالدولة؛ كأن يكون تملكها لدى الأفراد يضر بالدولة وأمنها واستقرارها، كل ذلك من أجل المحافظة على الأمن العام للدولة.

ثانيا: العقوبات المقررة لانتهاك الحق في الإعلام

1- حق المستهلك في الإعلام: يعتبر حق المستهلك في الاعلام من أهم الحقوق المكرسة قانونا لما له من أهمية ودور فعال في تنويره بطبيعة السلع التي يريد الحصول عليها خاصة من خلال الخدمات الرقمية، بحيث نصت المادة 11 من قانون 05-18 في إطار العقد الإلكتروني أن تكون العروض الخاصة بالتجارة الإلكترونية من طرف المورد واضحة وسهلة يمكن معرفتها والوصول لتفاصيلها، بكتابات وعبارات واضحة ومقروءة ومن السهل فهم تفاصيلها حتى يتمكن المستهلك من أخذ رؤية واضحة وعلم بتفاصيل المنتج من حيث الخصائص والمنشأ والتركيب، وكل ماله علاقة بالسلع.

كما نصت المادة 12 من نفس القانون على وضع مختلف الشروط المتعلقة بالعقد في متناول المستهلك الإلكتروني، حتى يكون عالما بالمبيع علما كافيا تجعله يقدم على اقتنائها انطلاقا من تلك الخصائص والمميزات التي يريدها وتلبي حاجاته وتطلعاته، وأن لا يفاجأ بخدمة لا يرغب فيها أو مخالفة لما تم الاتفاق عليه باعتبار أن العقد الذي يبرمه يكون عن بعد، وأن الحق في الإعلام يكون بناء على ما يقدمه المورد، خاصة إذا كان من الصعب الوصول إلى مختلف التعليمات التي تخص السلعة.

ونتيجة لتأكيد حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام أوجبت المادة 13 من نفس القانون أن يتضمن العقد الإلكتروني المعلومات المتعلقة ببيان أهم الخصائص الخاصة



بالسلع والخدمات بصفة دقيقة ومفصلة، على نحو يمكن المستهلك من أخذ نظرة شاملة لها، مع تمكنه من معرفة كيفية تمكنه من السلع المراد اقتناؤها والشروط المتعلقة بالتوصيل، وضمان ذلك ووصولها إليه في حالة جيدة مع السرعة في اتمام اجراءات التسليم، ونظرا لكون هذه السلعة قد تكون معرضة لمخاطر قبل وصولها إلى المستهلك فقد يتطلب الأمر وضع شروط تتعلق بالضمان في حالة الاتلاف، أو توفير خدمات ما بعد البيع في حالة أي عطل أو خلل يصيب المنتج ويكون ذلك في مدة معقولة تناسب وجودة المنتج.

وهذه النقاط من شأنها تدعيم حق المستهلك الإلكتروني في العلم بتفاصيل السلعة، وإذا ما أخل المورد الإلكتروني بحق إعلام المستهلك لا شك أنه يتعرض إلى عقوبات جزائية حددها القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

2- العقوبات الأصلية: في إطار تنظيم عملية البيع الإلكتروني وحماية للمستهلك أقر المشرع مجموعة من العقوبات خاصة منها الأصلية، والتي تطبق في مواجهة من يقوم بعرض السلع والخدمات للبيع والتي استثنتها المادة الثالثة من القانون السالف الذكر، بحيث نصت نفس المادة على تغريم المخالفين في حدود 200.000 إلى 1.000.000 دج

كما يتم الحكم بتغريم كل من يتعامل عن طريق الوسائط الرقمية بتلك المنتجات الهامة والتي حددها القانون نظرا لخصوصيتها أو تلك السلع التي تشكل تهديدا لأمن الدولة وحسن سلامتها واستقرارها وذلك في حدود 500.000 إلى 2.000.000 دج، وهو نفس الحكم الذي نصت عليه المادة 37 و38 على التوالي من نفس القانون. كما يعاقب بالغرامة أيضا المتعامل الإلكتروني الذي يخالف الأحكام المنصوص عينا قانونا؛ لا سيما التعريف بالسلعة والترويج لها بوضع جميع الخصائص المميزة لها وطرق استخدامها ونهاية صلاحيتها وفق نظام الاعلان الواضح بعباراته، والتي تتضمن

أيضا كل الشروط المتعلقة بالعقد ومميزات وسعر السلعة⁽²⁹⁾، وتقدر الغرامة هنا بـ 50.000 إلى 500.000 دج.

وتضاعف الغرامات المحكوم بها على المخالفين في حالة تكرار نفس الأفعال المحضورة قانونا خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا، وتحدد بداية هذه المدة ابتداء من تاريخ صدور العقوبات وسريان تطبيقها على الجاني حسب نص المادة 48 من القانون السابق.

3- العقوبات التكميلية: إلى جانب العقوبات الأصلية المقررة من طرف المشرع على المخالفين لأحكام هذا القانون خاصة المادة الثالثة والمادة الخامسة، يمكن الحكم أيضا بعقوبات تكميلية تتمثل في الغلق الذي يكون للمواقع الإلكترونية محل المخالفات لمدة أديانها شهر واحد وأقصاها ستة أشهر، ويأمر بهذا الاجراء القاضي المختص، والذي يمكن له أن يأمر تبعا لذلك بالشتب سواء النهائي أو المؤقت من السجل التجاري وفق ما نصت عليه المادتين 37 و38 من القانون السابق.

أما بالنسبة للعقوبات التبعية المتعلقة بانتهاك الحق في الإعلام، فإنه يمكن على سبيل الجواز للجهات القضائية التي نظرت في هذه المخالفات سابقا أن تأمر عدم التعامل معه، وتحذير جميع المنصات الخاصة بالدفع الرقمية مدة لا تتجاوز 6 أشهر حسب المادة 39 من القانون السابق.

وفي حالة ما إذا ارتكب المورد الإلكتروني مخالفات أثناء نشاطه وتكون عقوبتها غلق المحل المنصوص عليه في المادة الثالثة الخامسة من هذا القانون، فإنه يمكن تبعا لذلك منعه من التداول في الجزائر وحضر اسمه تحفظيا في الإقليم الجزائري من طرف الهيئة المختصة بمنح أسماء النطاق بعد الأخذ ببعين الاعتبار ما تقرره وزارة التجارة في الجزائر، وتحدد مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق في الجزائر مدة في حدود ثلاثين يوما. حسب ما نصت عليه المادة 43 من نفس القانون.



4- إمكانية الصلح: قرر القانون إمكانية الصلح خاصة بالنسبة للمخالفين لأحكام القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية من طرف الهيئة المكلفة بحماية المستهلك، دون أن تطبق غرامة الصلح في حالة العود.

وقد نصت المادة 46 و47 من نفس القانون السابق الذكر على قيمة مبلغ غرامة الصلح، والذي يكون في حدود الحد الأدنى من أصل قيمة الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، وإذا قبل المورد الإلكتروني الصلح في مقابل الغرامة تقوم الهيئة المختصة بإجراء تخفيض يقدره بـ 10 في المائة، ويتم تبليغ المورد الإلكتروني المخالف خلال مدة في حدود سبعة أيام يكون سريانها من تاريخ تحرير محضر الأمر بالدفع مع الاشعار بالاستلام، مع تضمينه كل المعلومات المتعلقة بالمورد وكل ما يتعلق بالمخالفات قيد الصلح، وكذا تحديد بدقة الطريقة التي يتم بواسطتها الدفع، وفي حالة عدم الالتزام بدفع الغرامة محل الصلح وعدم الامتثال للقوانين المحددة لإجراءات الصلح في مدة خمسة وأربعين يوما يوضع المحضر بين أيدي السلطات القضائية التي ينعقد لها الاختصاص.

خاتمة:

في إطار الجهود المبذولة لحماية حق المستهلك في الإعلام سن المشرع مجموعة من القوانين تتعلق بتحديد المخالفات والجزاءات التي تقابلها، سواء في قانون العقوبات والقوانين المكملة له، أو في نصوص خاصة، تمثل قفزة وتطور تشريعي هام مواكب لمختلف الظروف الداخلية والخارجية، وما صاحبه من الانتشار الواسع للسلع عبر الانترنت وكذا سهولة الحصول عليها، وانتشار مختلف الحملات الاعلانية والترويجية للسلع، مما يستدعي ضبط كل هذه الممارسات في ظل التجارة الإلكترونية، ومحاولة حماية المستهلك الإلكتروني في إطار الممارسات التجارية في هذا الجانب، ويمكن أن نخلص من خلال هذه الورقة البحثية إلى النتائج التالية:

- إن الجهود التشريعية في هذا الإطار حاولت قدر الامكان إيقاف كل أشكال الاعتداءات من طرف المخالفين وجعلهم عبرة للتجار الآخرين، خاصة تلك الإجراءات المتعلقة بنشر الحكم أو القرار مما يتيح للبقية الاطلاع عليه، وإقرار عقوبات جزائية شديدة، غير أن هذا لم يمنع من حدوث مخالفات تتعلق بحماية المستهلك لذلك يجب توحيد الجهود بين مختلف الأطياف وتوعية المستهلك بحقوقه أكثر خاصة بالتبليغ على مختلف المخالفات.

- نظرا للأهمية التي أولتها التشريعات ومنها التشريع الجزائري لحماية المستهلك خاصة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية، مما ساعد على ظهور ما يعرف بالمستهلك الإلكتروني، فقد وجدت واستحدثت آليات من خلال القوانين السابقة الذكر لتنظيم هذا النوع من الاستهلاك وحماية المستهلك على وجه الخصوص وضمان عدم تعرضه للغبن والغش، من خلال تبيان حقه في معرفة السلع والخدمات التي يفتنيها، وهذا ما يعبر عليه بحق المستهلك في الإعلام والإحاطة بتفاصيل السلع والخدمات التي يود الحصول عليها.

- سعت النصوص القانونية إلى ضبط حدود الإشهار والترويج للسلع والخدمات خاصة في ظل التطور التكنولوجي والرقمي، الشيء الذي أدى إلى صعوبة معرفة حدود حق المستهلك في الإعلام ومعرفة المنتج ومكوناته وخصائصه، وهو ما كان محل تفصيل النصوص القانونية المتعلقة بالمستهلك وحماية حقوقه.

- يهدف المشرع إلى تكثيف الرقابة على مختلف المعاملات الإلكترونية ومعرفة مصدر السلع وخصائصها لدى المستهلك.

- مكن القانون المستهلك خاصة الإلكتروني من معرفة حقوقه وكذا التزاماته مما يجنب وقوعه ضحية غش أو تدليس، خاصة بفقدان ماله أو اقتنائه سلعا لا تتوافق مع متطلباته.



- نوع المشرع من آليات الردع والمخالفة لانتهاك حق المستهلك في الإعلام ما بين العقوبات الأصلية والتي تجمع بين العقوبات السالبة للحرية والغرامة، وكذا مختلف العقوبات التكميلية والتي لا تقل شدة على العقوبات السابقة، كل ذلك من أجل قمع الجرائم المختلفة والمتعلقة بانتهاك حق المستهلك في الإعلام، ومحاولة الردع والحد منها.

ورغم هذه الجهود يبقى العمل متواصلا لإيجاد آليات أكثر فعالية:

- مع انتشار هذه الجرائم بشكل رهيب يستدعي تدخل الدولة وفرض رقابتها بكل صرامة على المواقع الإلكترونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، مع تحديد الضوابط التي تحكمها وحدود ممارستها لأنشطتها في الجزائر.

- رقمنة مختلف السلع والخدمات والزام منتجها بضرورة التصريح بكل تفاصيلها من خلال الوسم في مواقع خاصة لهذا الغرض.

- إلزام وضع برامج خاصة بالتعريف بمختلف السلع والخدمات والترويج لتلك المطابقة للشروط القانونية، مع منع أي إعلان أو الإشهار لسلعة غير مطابقة، ويتم ذلك بالتنسيق مع مختلف وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو المرئية العمومية والخاصة.

- مع إقرار المشرع للتجارة الإلكترونية والتي يكون في الغالب أحد الأطراف أجنبيا وذلك ما يجعل إمكانية تنازع القوانين قائما، وبالتالي يثور مشكل القانون الواجب التطبيق فمن الضروري على المشرع بعد إقرار قانون التجارة الإلكترونية أن يدرج ضابط إسناد يحدد مختلف الأحكام التي تطبق على هذا النوع من المعاملات الواسعة الانتشار عمليا.

ويبقى العمل متواصلا من أجل تكثيف الجهود وتفعيل النصوص القانونية من أجل حماية حق المستهلك في الإعلام سواء في المعاملات العادية أو الإلكترونية، مما يمثل ضمانة هامة للمستهلك في حفظ حقوقه وإبرام العقود في هذا المجال دون

خوف الوقوع ضحية الغش والخداع والتدليس، وهذه الجهود تمثل استراتيجية الدولة لانتهاج الرقمنة، والعمل على تفعيل وتشجيع المعاملات الإلكترونية.

الهوامش والمراجع:

- (1)- الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007 .
- (2)- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية - دراسة مقارنة- دار الفكر الجامعي مصر 2007، ص14.
- (3)- محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1982، ص 57.
- (4)- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009 وقد عدل هذا القانون بالقانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، جريدة رسمية عدد 35، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.
- (5)- حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر 1996، ص16.
- (6)- أمّانح حيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد- دراسة تحليلية مقارنة - الطبعة الأولى، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان 2010، ص 68.
- (7)- الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك - دراسة تحليلية مقارنة - دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية مصر 2015، ص 115.
- (8)- القانون العضوي رقم 05-12، المؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 2، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012.
- (9)- القانون العضوي رقم 14-23، المؤرخ في 27 غشت 2023 يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 56، الصادرة بتاريخ 29 غشت 2023.
- (10)- المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
- (11)- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم
- (12)- القانون رقم 23-06، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006 يعدل ويتم قانون العقوبات، جريدة رسمية عدد 84، الصادرة بتاريخ 24 ديسمبر 2006.
- (13)- آمنة صامت، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، دار الريم للنشر والتوزيع، الجزائر 2015، ص 89.
- (14)- الأمر رقم 06-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات التجارية، جريدة رسمية عدد 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- (15)- راجع المادة 433 من القانون رقم 23-06 السابق.



- (16)- القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004
- (17)- منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديد للنشر، مصر، 2012، ص 168
- (18)- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر الجمعي، مصر، 2007، ص 101
- (19)- تنص المادة 36 من قانون العقوبات على: أنه تضم العقوبات خاصة المالية ما لم يتخذ القاضي قرارا آخر بموجب نص قانوني.
- (20)- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، الطبعة 14، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع- الجزائر، 2007، ص 221.
- (21)- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، الطبعة الرابعة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع- الجزائر، 2007، ص 221.
- (22)- القانون رقم 06-10 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010 يعدل ويتم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46، المؤرخة في 18 غشت سنة 2010
- (23)- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، المرجع السابق، ص 315.
- (24)- راجع أحكام المادة 47 من القانون 02-04 المعدلة بموجب القانون 06-10 .
- (25)- القانون 09-08 المؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، جريدة رسمية عدد 21، الصادرة بتاريخ 23 فبراير 2008، المعدل والمتمم بالقانون رقم 13-22، المؤرخ في 22 يوليو 2022، جريدة رسمية عدد 48، الصادرة بتاريخ 17 يوليو 2022.
- (26)- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28 المؤرخة في 16 مايو 2018.
- (27)- انظر حالات التمتع بالصفة الوطنية، الأمر 01-05 المؤرخ في 27 فبراير 2005، يعدل ويتم الأمر رقم 70-86 والمتضمن قانون الجنسية الجزائرية، جريدة رسمية عدد 15، الصادرة بتاريخ 27 فبراير 2005.
- (28)- القانون رقم 10-05 المؤرخ في 20 يونيو 2005، المعدل والمتمم للأمر 58-75 والمتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 17، الصادرة بتاريخ 26 يونيو 2005.
- (29)- انظر المادة 11 و 12 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018، والمتعلق بالتجارة الإلكترونية.