



جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



## آليات مكافحة الإشهار التضليلي

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص : قانون الأعمال

إشراف

من إعداد الطالبة:

الدكتور:

عياشي بوزيان

قدوس نصيرة

### لجنة المناقشة

الدكتور: عياشي بوزيان..... مشرفا ومقررا.

الدكتور: عثمانى عبد الرحمان..... رئيسا.

الدكتورة: سويلم فضيلة..... عضوا مناقشا.

دفعة 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر و عرفان

باسمك الله نستعين على أمور الدنيا و الدين و بك آمنا و عليك  
توكلنا .

و انت على كل شيء قدير و لك الحمد الكثير و الشكر الدائم .

و الصلاة و السلام على سيدنا محمد الداعي الى سبيل ربه بالحكمة  
و الموعظة و الحسنة

على اله و صحبه و الذين يستمعون القول فيتبعون أحسنه اما بعد  
هي كلمة أبت الا الحضور .

هي كلمة شكر و تقدير الله عز وجل الذي وفقنا على اتمام هذه  
المذكرة في احسن الاحوال

هي كلمة شكر و عرفان الى الذين امدنا بتجربته و صادق عونهم  
و سديد توجيهاته الى الأستاذ عياشي بوزيان و الأستاذة سويلم  
فضيلة.

# اهداء

الى من قال الله تعالى فيهما ( و قضى ربك الا تعبدوا الا و بالوالدين  
احسانا )

الى التي حملتني و هنا على وهن

الى التي منذ ولادتي و هي بالخير لي داعية , و كانت بالحب

و العمر فداها , و العين ترتاح لرؤيتها .

الى التي سهرت الليالي و بكت افراحي و احزاني , الى من صنعت من  
تعبيها سلاحا , و من قلقها راحة لي أمي الحبيبة.

الى من يرتاح الفؤاد عند مجالسته , الى من سهر على رعايتي و من  
علمني الصبر على الشدائد , و محاربة الفشل , الى من زرع في  
نفسي الاخلاق و المبادئ الفاضلة أبي العزيز.

كما اهدي هذا العمل الى اخوتي و اخواتي و أبنائي الاحباء سيرين ,  
اسراء , عمر فاروق و الى زوجي و سندي .

كما لا يفوتني الشكر الى رئيس المحكمة و محافظ الدولة

و جميع زملائي في المحكمة الادارية .

## قائمة المختصرات

---

—قائمة المختصرات:

ج.....جزء.

ج ر.....جريدة رسمية.

د.م.ج.....ديوان المطبوعات الجامعية.

ق.إ.م.إ.....قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

ق.إ.ج.ج.....قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

ق.ع.ج.....قانون العقوبات الجزائري.

م.....المادة.

م.ق.....المجلة القضائية.

# مقدمة

## مقدمة

مما لا شك فيه أن الإشهار التجاري أصبح إحدى سمات العصر، وقد ظهر هذا

الأسلوب بشكل واضح بظهور المجتمع الصناعي واقتصاد السوق الذي صاحبه انفتاح إعلامي هائل، فإذا كانت السوق في المفهوم الإقتصادي لقاء العرض والطلب فإن الإعلانات التجارية هي التي تخلق السوق ومن باب أولى توسع دائرة السوق نفسها، فلا سوق بلا إشهار تجاري، فالإشهار التجاري عامل من عوامل تسويق السلع ومظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، والإشهار عند قيامه بوظيفة التسويق والترويج للسلع يشكل أداة للاتصال بين التاجر والزبائن ويساهم في تخفيض الأسعار وتحسين نوعية المنتج وهو أثر من أثار حرية الإعلام.

ولكن ما أصبح يلاحظ في الآونة الأخيرة ظهور بعض الإشهارات التي إنعكست على نظام المنافسة وعلى حق المتلقي في المعلومات الصحيحة لكونها مضللة وتتميز بالخداع أين يعلن من خلالها عن معلومات مبالغ فيها بصفة مفرطة إلى حد الكذب والتضليل أو منافية للحقيقة، فالإشهارات القوية وغير الموضوعية التي تصاحب عرض السلع والخدمات في الأسواق أصبحت تمارس ضغطاً على إرادة المستهلك وتسلب منه القدرة على التروي والتفكير كما تحجب عنه المعلومات والمعطيات الحقيقية عن جوهر المادة أو الخدمة.

وهكذا ترى المستهلك يندفع بفعل قوة الإشهار كما هو ممارس في مجتمعات اليوم لاستهلاك مادة أو خدمة من الخدمات متوهماً احتياجه لها وضرورته إليها ووثاقاً في قدراته المالية لاقتنائها، فإذا به يكتشف بعد حين زيف ما توهم وخلاف ما تصور له، لأن تلك المادة أو الخدمة التي صورت له ضرورية ليست كذلك وأنه بإمكانه الإستغناء عنها وأن العديد من الخصائص المعلنة في إشهارها لا تتوفر حقيقة في المادة أو الخدمة المستهلكة، أو يمكن أن تتوفر في الزيادة في الأداء أو بشروط أخرى لم تعلن في الإشهار أو أعلنت في مكان من الإعلان لا يكاد يرى أو يقرأ ولو باستعمال المجهر أو قيلت أو صورت بطريقة لا تسمح بالانتباه إليها والوقوف عندها.

و الواقع أن الإعلان الكاذب و المضلل ينسف العلاقة ما بين المشهر و المستهلك نتيجة الخيانة و كسر عنصر الثقة بينهما، فتأتي إرادته مشوبة بعيب الغلط أو التدليس.

و لعل أهم ما تصبو إلى تحقيقه هذه الدراسة عن الإشهار التضليلي من أهداف تكمن في الآتي :

1. محاولة تتبع سيرورة المشرع في تناوله للممارسة غير النزيهة المتمثلة في الإعلان التجاري المضلل، و من ثم الوقوف على المواطن الخلل و القصور في ذلك ما أمكن.

2. تقرير مدى تحقيق النصوص القانونية الواردة في هذا السياق لأمن المستهلك الاقتصادي و بالتالي معاينة نجاح أو فشل السياسة التشريعية المنشودة.
3. التعرف على مجمل المسؤوليات ( الجزائية و المدنية و الإدارية ) المقررة لحماية المستهلك والعون الإقتصادي.
4. محاولة إثراء المكتبة القانونية بدراسة متخصصة في موضوع حماية المستهلك بقدر الوسع و الطاقة.

و عن أسباب اختيار هذا الموضوع فترتد إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية .

إذ تبرز الأولى : في محاولة إشباع فضولي العلمي في سبر محددات هذا الموضوع و ما يطرحه من تحديات واقعية و علمية لاسيما و أن حماية المستهلك من المواضيع الحيوية و المستجدة في ظل تجاذبات السوق المتزايدة و خطورتها على هذا المستهلك .

وتظهر الثانية : في كون هذا الموضوع من مواضيع الساعة و ما الانتشار الواسع لجمعيات حماية المستهلك لأمؤشر واضح على تنامي ظاهرة الإشهار التضليلي إلى جانب الممارسات التجارية الأخرى الماسة و المهددة له لاسيما من خلال الترويج لسلع مجهولة المصدر تارة أو غير معلومة المحتوى الكامل طورا آخر، كما أن من الأسباب أيضا ما تم تلمسه من ايلاء عناية دولية و عربية بالموضوع و محاولة تطبيق الظاهرة بنسيج من النصوص القانونية الهامة.

و كأي بحث علمي فهو لا يخلو من صعوبات و لذلك لست أكتف القارئ أنها كانت عديدة منها :

قلة إن لم نقل انعدام القرارات القضائية في الموضوع حماية المستهلك من الإعلان المضلل، و كذا انعدم وجود جهة تمدنا بالإحصائيات حول هذه الظاهرة لاسيما عدد أو شرائح الذين وقعوا ضحية لذلك، و أيضا صعوبة تحديد عدد القضايا التي عالجتها الجهات القضائية في جمع شتات أحكامه.

وفي سبيل تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الدراسة فقد ألزمت طبيعة الموضوع إستخدام جملة من المناهج العلمية المتضافرة في مقدمتها المنهج الوصفي الذي قوامه و صف مقومات و خصائص الشيء الموصوف و إظهارها و المستخدم حال التعرض لظاهرة الإعلان التجاري المضلل و معاينة مدى تعرض المستهلك لها والعون الإقتصادي استعراض النصوص القانونية بشأنها الواصفة لها، تمهيدا لتحليلها بالمنهج التحليلي و استنتاج أحكامها و من ثم استخلاص النتائج المتعلقة بها، و لن يتأتى ذلك إلا بالدفع بالمنهج الاستدلالي الذي قوامه البرهنة و حسن استخدام الدليل، وقد تم اعتماده لإثبات ما نريد



## مقدمة

---

إثباته و نفي ما نريد نفيه للكشف عن حقيقة انحرافات المحترفين، كما تم تسخير المنهج التاريخي لرصد هذه الظاهرة بدءا من انفتاح الأسواق العالمية في ظل العولمة الاقتصادية، و تتبع مدى تأثر و انخراط الجزائر في اقتصاد السوق.

و عطفًا على ما تقدم و في ضوءه تبرز الإشكالية التالية المبسطة للمعالجة في هذه المذكرة على النحو التالي:

ما مدى فعالية الآليات القانونية التي سنها المشرع الجزائري لمكافحة الإشهارات التجارية المضللة؟

للإجابة عن هذه الإشكالية تم الاعتماد في هذا البحث على التقسيم الثنائي من خلال تناول الإطار القانوني للإشهار التجاري في الفصل الأول، ثم التطرق لآليات الحماية المدنية والجزائية من الإشهار التضليلي في الفصل الثاني.

# الفصل الأول

## الفصل الأول

أدى تحول النظام الاقتصادي من نظام سيطر عليه القطاع العام إلى نظام حر يعتمد على

اقتصاد السوق وإلى اشتعال المنافسة بين المنتجين والتي تغيرت معالمه في ضوء الإنتاج المتدفق للسلع والخدمات، فبعد أن كانت فيما مضى تقدم على جودة المنتج وسعره، أصبحت الآن لا تهتم سوى بالعمل على إتساع دوائر التوزيع من خلال إتباع أساليب متعددة تتميز بالجدة والحدثة وبشكل يتناسب مع مقتضيات العصر.

وقد تطور تبعا لذلك منهج الإشهار التجاري، فبعدما كان يقتصر على منهج موضوعي يهدف إلى تعريف أكبر عدد من المستهلكين بخصائص ومواصفات السلع والخدمات المطروحة في السوق، أصبح يتبع وسائل جد مختلفة تقوم على التهويل والمبالغة في عرض مزاياها إلى الحد الذي أصابها بمختلف صور الكذب والتضليل.

لذلك كان لا بد على المشرع الجزائري التدخل لمواجهة الجوانب السلبية للإشهار وضبطه من أجل حماية المستهلك من مخاطره والأضرار التي تنتج عنه الأمر الذي أدى بنا للبحث في مفهوم الإشهار التضليلي وتمييزه عن النظم المتشابهة له وشروط النزاهة للإشهار والقيود الواردة على الإشهار.

### المبحث الأول : مفهوم الإشهار التجاري.

يعتبر الإشهار أهم الأنشطة التسويقية والترويجية عن طريق تقديم كل المعلومات عن المنتجات والخدمات للمستهلكين وإقناعهم بجودتها، للتأثير فيهم ودفعهم للتعاقد عليها..وعليه فإن الإشهار هو المصدر الأول للمعلومات التي يتلقاها المستهلك عن المنتجات والخدمات لدرجة انه يعتمد عليها في اتخاذ قرار بشراء تلك السلعة من عدمه.فأصبح هذا الأخير يحيط بالمستهلك من كل جانب عبر الجرائد والمجلات وعبر أجهزة الراديو والتلفزيون وفي الطرقات وعلى وسائل النقل بالإضافة إلى وسائل الاتصال الحديثة وبناء ما تقدم يجدر بداية الحديث عن الإشهار التجاري تناول تعريفه ( المطلب الأول) وشروط نزاهته ( المطلب الثاني) والقيود الواردة على الإشهار التجاري ( المطلب الثالث).

### المطلب الأول : تعريف الإشهار التجاري.

تعددت مجالات الإشهار فأصبح يحظى بقدر كبير من الاهتمام بحيث يعتبر قوة نشطة في المجتمع ويلعب دور فعال في السوق بين الأعوان الاقتصاديين وتقديم المعلومات والخدمات المشهر بها ومن هنا يتم التطرق في هذا المطلب لتعريف الإشهار القانوني والفقهية.

### الفرع الأول : التعريف القانوني.

## الفصل الأول

لم تورد غالبية التشريعات تعريفا للإشهار تاركة أمر تعريفه للفقح والقضاء وهذا على عكس المشرع الجزائري الذي حاول إيراد تعريف للإشهار<sup>1</sup> في عدة قوانين بداية وبموجب القانون رقم 07/90 المؤرخ في 06/04/1990 والمتعلق بالإعلام لاسيما المادة 100 منه فإنها إستثنت الإشهار من مجال تطبيق قانون الإعلام وإحالاته على قانون خاص لم يصدر بعد.

ولم يرد مثل هذا النص في قانون الإعلام الجديد أي القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 يناير 2012<sup>2</sup>.

ورغم ذلك فإن المشرع الجزائري أورد تعريفا للإشهار في نصوص قانونية ذات صلة لاسيما القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/07/2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>3</sup>. إذ ورد في المادة الثالثة منه إن الإشهار: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة" وقد أورد المشرع الجزائري تعريفا آخر للإشهار وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990<sup>4</sup>. المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة الثانية منه بان الإشهار " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية". ونلاحظ أن هذا التعريف قد حاول سرد أساليب الإشهار ووسائله وهو عيب تلاقاه المشرع في قانون 02/04 ذلك انه لا يمكن حصر وسائل الاتصال نظرا لسرعة التطور في هذا المجال<sup>5</sup>.

وقد يطرح الإشكال بين النصين كونهما عرفا بنفس الموضوع غير انه يمكن تخريج ذلك من خلال أن التعريف الوارد في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 يتعلق بالعلاقة ما بين المستهلك والمعلن في حين أن التعريف الوارد في القانون رقم 02/04 يتعلق بالعلاقة بين المحترفين أنفسهم بصفة أولى ثم بين المحترفين والمستهلكين بصفة أخرى<sup>6</sup>.

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري قد حاول إيراد تعريفا مباشرا للإشهار في مختلف مشاريع القوانين الخاصة بالإشهار فقد عرف المشرع بموجب المادة الثانية من المشرع التمهيدي لقانون الإشهار

<sup>1</sup> - محمد بوراس، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات والخدمات د. ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر ص 26.

<sup>2</sup> - ج. ر. ع. 02 لسنة 2014

<sup>3</sup> - ج. ر. ع. 41 لسنة 2004.

<sup>4</sup> - ج. ر. ع. 05 لسنة 1990.

<sup>5</sup> - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 29.

<sup>6</sup> - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 30.

## الفصل الأول

لسنة 1999 يشتمل مصطلح الإشهار في مفهوم هذا القانون، كل إعلام له بغرض تجاري أو اجتماعي أو ثقافي يستهدف التعريف بمنتج التعريف أو خدمة أو علامة ، ويشتمل الإشهار كذلك عمليات الاتصال الاجتماعي مثل حملات التعميم للصالح العام ذات الطابع الاجتماعي والثقافي الصادر بوجه خاص عن الهيئات الوطنية ونلاحظ على هذا التعريف زيادة على الركافة إلى حد الغموض من حيث الشكل. انه ربط بشكل كبير بين الإشهار والإعلام رغم الفرق الشاسع بينهما<sup>1</sup>.

وأعاد المشرع الجزائري محاولة تعريف الإشهار في مشروع القانون لسنة 1999 بموجب نص المادة الثانية"يقصد بالإشهار كل أسلوب اتصالي الذي يعد ويقدم في الاتصال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية أي منتج أو خدمة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي" وقد ركز المشرع الجزائري في قوانين أو مشاريع قوانين الإشهار الأخرى على الهدف من الإشهار.

### الفرع الثاني : التعريف الفقهي.

لقد تباينت آراء الشراح والفقهاء بصفة عامة حول تعريف الإشهار لتعدد وجهات نظرهم إليه، ومجالات دراساتهم له للإشهار عدة تعريفات نذكر منها ما عرفته الجمعية التسويقية الأمريكية بأنه "مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإشهارية المرئية والمسموعة على الجمهور بغرض حثه على التعامل مع لمنشأة أو من أجل سياقه إلى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها"<sup>2</sup>.

وعرف بأنه عملية اتصالية تستهدف أثر محدد يتمثل في إقناع الجمهور، المستهدف من قبل المعلن ودفعه إلى سلوك يقدم فيه على الشراء أو التعامل مع الخدمة المعلن عنها.

كما عرف بأنه علم وفن التقديم المغربي والمؤثر لسلعة أو الخدمة أو الفكرة بوسائل الإعلان المختلفة لسلوك الطريق الاستهلاكي الذي يرضى عنه المعلن والمنتج معا مقابل اجر مدفوع.

كما عرف بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر وإذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء السلع أو التعاقد على الخدمات.

<sup>1</sup> - بوراس محمد، المرجع السابق، ص30.

<sup>2</sup> - بوراس محمد، المرجع السابق، ص31.

## الفصل الأول

أما إذا نظرنا إلى الإشهار من ناحية علم الاتصال والإعلام فإنه يعرف بأنه مجموعة الأساليب الاتحادية التي تختص بإعلام الجمهور من خلال وسيل عامة، عن منتج أو خدمة ما ودفع الجمهور إلى اقتناء السلعة المعلن عنها<sup>1</sup>.

وعلى العموم فإنه يلاحظ على التعريفات السابقة أنها تركز في الإشهار على دوره في التأثير على سلوك المستهلك وإغرائه من أجل إقتناء السلعة وهو ما يعد العنصر التجاري التسويقي للإشهار.

### المطلب الثاني : شروط نزاهة الإشهار التجاري

رغبة من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 في حماية المستهلك المتلقي للرسالة الإشهارية من الأضرار التي قد تلحقها به هذه الأخيرة، فإنه قام بتحديد الإطار القانوني للرسالة الإشهارية، قبل بثها أو نشرها، وهذا عن طريق تبيان جملة من الالتزامات والشروط الواقعة على عاتق المعلن والواجب عليه احترامها وعدم خرقها والتي تتمثل أساسا في ضرورة إعلام المستهلك من خلال الرسالة الإشهارية حتى يتسنى له إتخاذ قرار الشراء عن وعي وبكل حرية وفي ضرورة إحترامه للآداب العامة وكذا ضرورة حصول المعني على ترخيص مسبق حتى يتمكن من بث بعض الإشهارات التجارية وقبل التطرق إلى كل ذلك لا بد أولا من تحديد هوية الرسالة الإشهارية.

### الفرع الأول : تحديد هوية الرسالة الإشهارية.

إن الرسالة الإشهارية مهما كان السند الإشهاري المستعمل يجب أن تكون معرفة ومحددة الهوية ويمنع الإشهار المجهول والغير المعروف في التلفزة أو الإذاعة أو الصحافة طبقا لنص المادة 12 من القانون الدولي للممارسات الصادقة والأمانة في مجال الإشهار وكذا المادة 41 من دفتر شروط الإذاعة والمادة 44 من دفتر الشروط الخاص بالتلفزة، وأما عن اللوحات الثابتة التي تتضمن الملصقات الإشهارية فإنه زيادة على ضرورة ذكر اسم وعنوان الناشر فإنه ممنوع نشر ملصقة مطبوعة باللون الأسود على الأبيض لان الشكل واللون وطريقة التقديم مخصصة للإعلانات الحكومية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-بوراس محمد، المرجع السابق، ص32.

<sup>2</sup>-عياطة بن سيراغ نايلة، الجوانب القانونية للإشهار، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، بن عكنون، الجزائر، سنة 1998 ص 84

## الفصل الأول

### أولا : صحة البيانات الواردة في الرسالة الإشهارية

يعمل المعلن في رسائله الإشهارية على إمداد المستهلك بالبيانات التي تؤثر على سلوكه واتجاهاته وذلك مع احترام تطابق تلك البيانات مع خصائص السلع والخدمات مع السعي للحصول على ثقة المستهلك عن طريقها ومن أجل هذه الأخيرة ( كسب ثقة المستهلك ) أصبح المعلن يهتم بعلم النفس<sup>1</sup> لدراسة المستهلك دراسة سلوكية ونفسية قبل تحرير الرسالة الإشهارية إذ إن دراسات علم النفس المتعلقة بالمستهلك بينت أن الإشهار يرمي إلى تحقيق ستة (06) أهداف وهي جلب الانتباه إثارة الاهتمام وإثارة الرغبة والإقناع والاستجابة والحركة لتنفيذ الأفكار الواردة في الرسالة الإشهارية<sup>2</sup>.

والى جانب التأثير النفسي للرسالة الإشهارية لا بد أن يراعي فيها المعلن مبادئ أهمها الصدق والأمانة متجنباً بذلك تضليل المستهلك وهذا حسب نص المادة 08 من القانون المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على أنه : "يلزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيفة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة ..."<sup>3</sup> ومع ذلك فإن الإشهار لا يمكنه أن يكون صادقا بصفة مطلقة لأنه لا يقول كل الحقيقة. لأن المعلن لا يركز في إشهاره إلا على مزايا السلع والخدمات فيبقى على الجمهور تمحيص المعلومات المشهر عنها، وكذا التزود بالوعي والفتنة عند تلقيه للرسالة الإشهارية. وحتى المعلن حريص على التعريف بمنتجاته أو خدماتية، ولذا يقدم على عرض إشهاره بصفة عقلانية لا انفعالية<sup>4</sup> ولهذا يحرص على أن يعرف كيف يلفته انتباه المستهلك حول هذه الأخيرة. يسعى إلى إقناعه بهذا فيتخذ بذلك قرار لصالحها بالشراء.

### ثانيا : لغة الإشهار.

حتى نصل الرسالة الإشهارية إلى المستهلك وترسخ في ذهنه لا بد من الاعتماد على عبارات بسيطة وسهلة بلغة يفهمها المتلقي وفي هذا المجال نجد أن استعمال اللغة العربية يعتبر من احد رموز السيادة الوطنية والمكرسة في المادة الثالثة هذا الدستور الجزائري في 1996 والذي اعتبر اللغة الامازيغية لغة وطنية ثابتة. وهذا ما نشاهده عبر الوسائل الإعلامية التي تعرض إشهارتها باللغتين العربية الامازيغية.

<sup>1</sup>-إسماعيل محمد السيد، سلسلة التسويق الحديث، الإعلان، مكتبة العربي الحديث (دون تاريخ الطبع)، ص 137 .

<sup>2</sup>-سمير محمد حسين، مداخل الإعلان، الطبعة الأولى 1973، ص 30 .

<sup>3</sup>-قانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق .

<sup>4</sup>- أحمد محمد المصري، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية 1992، ص 25

## الفصل الأول

وقد أكد على إلزامية استعمال اللغة الوطنية في 1974/04/03 والمتضمن تعميم استعمال اللغة العربية في الإشهار التجاري<sup>1</sup> حيث نصت مادته الأولى على " أن الإشهار التجاري المنتج والمبث على كافة التراب الوطني يجب أن يكون باللغة العربية مع إمكانية استعمال لغة أجنبية شريطة ترجمة الرسالة الأصلية أو إستكمالها بدبلجة" ويتعلق الأمر هنا بجميع الوسائل الإشهارية ولكن يمكن أن يستثنى من هذه الأحكام الإشهارية الصادرة في الجزائر التي تصدر بلغة أجنبية فيرخص أن يكون الإشهار باللغة التي تصدر بها الجريدة وهذا ما يتضح لنا من خلال نص المادة 8 من المشروع "يجب على المعلن أن ينشر إشهاره في جريدة تصدر باللغة التي أعد بها الإشهار" وحتى دفاتر السندات الإشهارية كالتلفزيون والإذاعة تنص على استعمال اللغة الوطنية في الومضات الإشهارية مع إمكانية الحصول على ترخيص هذا المجلس الأعلى للإعلام باستعمال علامة أو بيانات بلغة أجنبية إذا ما كان ذلك ضروري خاصة لوصف المنتج أو الخدمة<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني : إحترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة والقيم الأخلاقية.

بالإضافة إلى إلتزام المعلن بمبدأ الصدق والأمانة في إيصال المعلومات الواردة في الرسالة الإشهارية وبلغة يفهمها متلقي هذه الأخيرة يجب عليه مراعاة الضوابط التي حددها المشرع الجزائري لإضفاء المشروعية عليها، أما إذا تجاوزها أصبحت الرسالة الإشهارية غير مشروعة لكونها تخلق أضرار المستهلك.

وحتى يضمن المعلن نجاح رسالته الإشهارية وكسب ثقة الجمهور المستهدف بها فإنه يجب عليه أن يراعي الأدب العامة للمستهلك ( أولا) وإحترام هذا الأخير في أخلاقه وقيمه الإجتماعية ( ثانيا).

### أولا : إحترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة والنظام العام:

قبل التطرق إلى وجوب إحترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة لا بد من تعريف هذه الأخيرة وهي مجموعة الأسس الأخلاقية التي تهدف إلى حفظ كيان المجتمع بحيث يشكل الجانب الأخلاقي للنظام العام فهي بذلك جزء لا يتجزأ منه إذ أن النظام العام يقصد به تلك المبادئ الأساسية التي يقوم عليه المجتمع سواء كانت سياسية، إجتماعية، أخلاقية، أو إقتصادية.

<sup>1</sup>-المرسوم التنفيذي رقم 70/74 المؤرخ في 03 أفريل 1974 يتضمن تعريب الإعلانات الخاصة بالإشهار التجاري ج.ر.ج. عدد 29 الصادر في 09 افريل 1974.

<sup>2</sup>-عياطة بن سيراغ نايلة، المرجع السابق، ص85.



## الفصل الأول

وهذا أهم الأسس الجوهرية في المجتمع هي الأسس الأخلاقية نظرا للصلة التي بين الإشهار والمجتمع إذ هي علاقة تأثير وتأثر فان الإشهار الجيد هو ذلك الذي يترك آثار حميدة في المجتمع عن طريق الإشهار المهذب والمتخلق<sup>1</sup>. فقد حث المشرع الجزائري المعلن على استحياء إسهاراته من الأصالة الجزائرية وأن يعرف كيف يضعها في قالب المعاصرة وأن تكيف الإشهارات الغربية والمستوردة قبل بثها وفق العادات والآداب الجزائرية.<sup>2</sup>

### ثانيا : إحترام الرسالة الإشهارية للقيم الأخلاقية والاجتماعية.

تعرف القيم أنها مجموعة من المتغيرات الاجتماعية التي تحكم علاقات المستهلكين فيما بينهم والتي تبلور في إطارها علاقاتهم بالإشهار ونظريتهم إليه فبذلك فان سلوك المستهلك يتأثر بجلة من المؤشرات الداخلية الناتجة عن تعامله مع أفراد المجتمع<sup>3</sup> ولذلك فإن الإشهار دور أساسي في التعبير عن قيمنا الأخلاقية والاجتماعية والتي تختلف من جماعة لأخرى ولذلك يسعى المعلن للبحث عن نقطة تطابق هذه الأخيرة من حيث الآراء والقيم ثم يجسدها في رسالته الإشهارية التي تحقق الهدف المرجو منها وهو إقناع المستهلك ودفعه لإقتناء السلع والخدمات دون أن يخدش القيم الأخلاقية والاجتماعية<sup>4</sup>.

والحرص على الحفاظ على القيم الأخلاقية للمجتمع الجزائري التي تختلف عن تلك السائدة في المجتمعات الأخرى وفي الأخير نخلص إلى أنه بالنسبة لمحتوى الرسالة الإشهارية يجب أن يكون مطابق للحقيقة وفي حدود إحترام الأشخاص والإستحياء وبالتالي الرسالة الإشهارية يجب أن تكون خالية من التفريق والتمييز العنصري أو الجنسي وتكون خالية من العنف وأن لا تحتوي على عناصر بطبيعتها تكون منافية للإعتقادات الدينية والفلسفية والسياسية كما يجب أن لا تكون الرسائل الإشهارية ناقصة أو غامضة أو مضخمة كي لا تؤدي إلى تغليب المستهلك وهذا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وأن لا يستغل من خلالها نقص التجربة أو صغر السن وسذاجة الأطفال والمراهقين وأن تكون محترمة لشخصية الطفل وغير مضرّة لنمو وتفتحته الفكري.

### الفرع الثالث : الحصول على ترخيص مسبق في بعض الإشهارات التجارية.

<sup>1</sup> -بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016، ص 65.

<sup>2</sup> -بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 65 .

<sup>3</sup> -بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 45.

<sup>4</sup> -هذا ما نستشفه من خلال المادة الخامسة فقرتها الثانية والمادة 34 من فقرتها الأولى من مشروع قانون الاشهار 1999.

## الفصل الأول

إضافة إلى إشتراط أن تكون الرسالة الإشهارية للمعلن إعلامية وبلغة يفهمها المستهلك وضرورة إحترام الآداب العامة والقيم الأخلاقية والإجتماعية وبالتالي الإمتناع عن بث كل مامن شأنه الإساءة لأخلاق الفلسفي، يخضع الإشهار لشرط آخر لا بد من مراعاته وهو الحصول على ترخيص مسبق، وذلك لممارسة بعض الإشهارات التجارية، إذا ما تعلق الإشهار سلعة معينة، أو رغب المعلن في الاستناد إلى لغة أجنبية، لتكملة نصه الإشهاري أو رغب ببث رسالته الإشهارية من خلال الإشهار الخارجي في أماكن محددة.

### أولا : في حالة كون محل الرسالة الإشهارية سلعا معينة.

والمنتوج الوحيد الذي يخضع إلى ترخيص مسبق يتمثل في المواد الصيدلانية حيث نصت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 92-286<sup>1</sup> المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي حول المواد الصيدلانية ذات الاستعمال في الطب البشري على ضرورة حصول المعلن على ترخيص مسبق من وزير الصحة بعد أخذ رأي من لجنة مراقبة الإعلام الطبي والعلمي حول المواد الصيدلانية وعلى المعلن الراغب في الحصول على تأشيرة بالنسبة للمواد الصيدلانية، تقديم مشروع عن الرسالة الإشهارية إلى الجهة المختصة ومدة التأشيرة حسب المادة 09 منه هي 05 سنوات ويمكن لوزير الصحة سحبها من المستفيد بنفس الطريقة التي منحت له وذلك بعد تمكين المعني من تقديم ملاحظاته في خلال 30 يوما من تكليفه بقرار السحب.

وإذا كان هذا المرسوم نظم لترخيص المسبق. بصفة واضحة في فصل كامله وهو الفصل الثاني المعنون "التأشيرة للإشهار" فان مشروع قانون الإشهار سنة 1999 إكتفى بمادة وحيدة ألا وهي المادة 53 منه التي نصت على أنه " يخضع كل إشهار يتعلق بالأدوية والأجهزة الطبية والعلاجية ومؤسسات العلاج والعلاجات الطبية والمنتجات والطرق التي بها تأثيرات على الصحة إلى تأشيرة تمنحها السلطات المؤهلة في أجل أقصاه أسبوعا من تاريخ تقديم الطلب".

### ثانيا : في حالة إستعمال لغة أجنبية تكلمة للنص الإشهاري.

إن كان الأصل أن الرسالة الإشهارية تكون باللغة الوطنية كما سبق الإشارة إليه إلا أن المشرع الجزائري سمح للمعني باستعمال اللغة الأجنبية في نصه الإشهاري شريطة أن تكون مكتملة للنص العربي وذلك كأن يذكر كلمات لا يجد لها مرادفا باللغة العربية أو كان يذكر كلمات تعود الجمهور

<sup>1</sup> -المرسوم التنفيذي رقم 386/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ج.ر.ج. عدد 53 الصادر في 09 جويلية 1992 .

## الفصل الأول

على إستعمالها في الحياة اليومية سواء كانت إسمًا أصليًا أو علامة تجارية لسلعة ما<sup>1</sup>. ومن أجل إستعمال اللغة الأجنبية تكلمة للنص الإشهاري لا بد أن يحصل المعلن على ترخيص مسبق حسب المادة 19 ت 91-05 السالف الذكر. ولكنها لم تحدد الجهة المختصة بمنح هذا الترخيص. غير أن المادة 6/2 من قانون 07/90 المتعلق بالإعلام ومنحت هذا الإختصاص للمجلس الأعلى للإعلام إذا نصت: "غير أنه يمكن إصدار النشريات الدورية المخصصة للنشر والتوزيع الوطني أو الدولي أو النشريات المتخصصة باللغات الأجنبية. بعد إستشارة المجلس الأعلى للإعلام" وبالتالي يمكن أن نقيس عليه ونقول أن نفس الجهة المذكورة في هذه المادة مختصة بمنح الترخيص لإستعمال اللغة الأجنبية تكلمة للنص الإشهاري.

أما فيما يخص مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 إكتفى بالإحالة إلى قانون 91-05 عبر مادته العاشرة ولم يتضمن مادة خاصة بالترخيص المسبق لاستعمال اللغة الأجنبية في الرسالة الإشهارية .

### ثالثا : في حالة ممارسة الإشهار الخارجي في أماكن محددة.

إن الإشهار الخارجي هو كل إشهار يتم بواسطة الملصقات اللافتات واللوحات الثابتة والموجهة والمتنقلة والمضيئة وكل الدعائم الإشهارية المتنقلة وكذلك الإشهار الصوتي عبر الطريق العمومي إلى جانب الكتابات والرسوم على الجدران<sup>2</sup>.

وفي ظل الامر 68/78 المتعلق بتأسيس الاحتكار الخاص بالإشهار التجاري<sup>3</sup> فإن الإشهار الخارجي عن طريق الملصقات محتكرا من طرف الوكالة الوطنية للنشر والإشهار إلى جانب الجماعات المحلية والمنظمات الوطنية والجمعيات الرياضية والثقافية واللوحات واللافتات المعدة للملصقات هي ملك البلديات واستعمالها يكون من طرف الوكالة الوطنية للنشر والإشهار وكذا الهيئات العمومية المحلية وذلك بموجب عقد بعوض مدة وقابل للتجديد<sup>4</sup>. وقد نص المشرع الجزائري

<sup>1</sup> - خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة ماجيستر في قانون الأعمال، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2001، ص 55 .

<sup>2</sup> - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 73 .

<sup>3</sup> - المؤرخ في 12-04-1968. ج ر عدد 90

- المادة 6 و 7 من الأمر 68-78 المتعلق بتأسيس الإحتكار الخاص بالإشهار التجاري المؤرخ في 12/04/1986، ج.ر عدد 90

## الفصل الأول

في قانون 04/98 المتعلق بحماية التراث الثقافي<sup>1</sup> في المادة 22 منه على أنه " يخطر وضع لافتات واللوحات الإشهارية أو إلصاقها على المعالم التاريخية المصنفة أو المفتوح تصنيفها إلا بترخيص من مصالح الوزارة المكلفة بالثقافة".

يفهم من نص هذه المادة أنها جاءت بصيغة العموم بحيث يحظر وضع لافتات إشهارية أو إلصاقها على المعالم ما لم يحصل المعني على ترخيص مسبق من قبل وزارة الثقافة<sup>2</sup>.

بناء على ما تم ذكره سابق من شروط الواجب توفرها يتبين لنا أنه حتى يكتمل الإطار القانوني للرسالة الإشهارية لا يكفي فقط توفر عنصر الوضوح وإحترام الآداب العامة وشروط اللغة الوطنية سواء كانت عربية أو أمازيغية بل يجب توفر شرط شكلي متمثل في ترخيص المسبق يمكن الإدارة من خلاله إجراء رقابة قبلية ووقائية لمحتوى هذه الرسالة الإشهارية نظرا لما تحمله من مخاطر على المستهلك.

### المطلب الثالث : القيود الواردة على الإشهارات التجارية.

إلى جانب الشروط العامة الواجب توفرها في الرسالة الإشهارية وإحترامها، قبل إصدار هذه الأخيرة التي بموجبها تضمن نوعا من الحماية المسبقة والوقائية للمستهلك.

#### الفرع الأول : حظر الإشهار التجاري حول بعض السلع.

بالإضافة إلى النصوص القليلة المنظمة للإشهار فان المشرع الجزائري حرص على تنظيم ومواجهة بعض الإشهارات الخاصة ببعض المنتجات بموجب نصوص خاصة.

ونلفت الانتباه إلى أن هناك نوعا ما من التدرج بين المنتجات النظيرة بداية من المنتجات التي منع القانون التعامل فيها كالمخدرات<sup>3</sup>. وانتهاء بتلك التي يجوز التعامل فيها وذلك أن المشرع نظم إشهارات خاصا بها، تجنبنا للمبالغة في إستهلاكها.

وستنطبق لبعض هذه النصوص الخاصة بالتبغ والمشروبات الكحولية والمنتجات الصيدلانية بالإضافة إلى نصوص متعلقة لبعض الخدمات.

<sup>1</sup>-القانون رقم 04-98 المؤرخ في 15 جوان 1998. المتعلق بحماية التراث الثقافي. ج. ر. ح عدد 14 الصادر في 17 جوان 1998.

<sup>2</sup>-بين خالد فاتح، المرجع السابق، ص73.

<sup>3</sup>-قد نصت المادة 45 من المرسوم التنفيذي رقم 101/91 وكذا المادة 42 من المرسوم التنفيذي رقم 91-103 على منع البلاغات الإشهارية المتعلقة والخدمات والقطاعات التي تكون محل تشريعي أو تنظيمي.

### أولا : التبغ.

لم تثر مخاطر التبغ على الصحة الانتباه إلا في الآونة الأخيرة إذا ما قورنت بمخاطر الإدمان على الكحول فقد نصت المادة 44 من المرسوم رقم 103/91 بمنح إمتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والأعمال المرتبطة بالبحث الإذاعة إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة وكذا قرار مدير المؤسسة الوطنية للتلفزيون بتاريخ 1999/11/09 من إستبعاد من مجال الرعاية للقطاعات التي يمثل نشاطها الرئيسي إنتاج وبيع منتجات التبغ وبالإضافة إلى المادة 65 من قانون 85-05 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها<sup>1</sup> الإشهار حول التبغ محظور وهذا مهما كانت الدعائم الإشهارية وتحت أي شكل من الأشكال" فضلا عم ذلك فان القانون الجزائري اوجب أن تتضمن علب أو أظرفة أو أكياس أو رزم التبغ على الجهة الجانبية من العلبة وباللغتين العربية والفرنسية وبحروف مقروءة إنذار عاما مفاده "استهلاك التبغ مضر بالصحة"<sup>2</sup>.

أما مشروع القانون لسنة 1999 فقد نص على انه "يمنع الإشهار المباشر للعلامات والرموز الإشهارية للتبغ ومنتجات التبغ مهما كانت الدعائم الإشهارية" هذا ورغم تنظيم المشرع الجزائري لنشاطات صنع التبغ وتوزيعه وشروط إستتراده إضافة إلى تحديد للاماكن التي يمنع فيها تعاطي التبغ فانه لم يهتم بتنظيم الإشهار الخاص بالتبغ ومنتجاته وهو فراغ ينبغي تداركه.

بالنسبة للمشرع الفرنسي فقد تبنى بشأن منتجات التبغ نفس الموقف الذي تبناه بالنسبة للمشروبات الكحولية<sup>3</sup>، فقد أجاز التعامل فيها ولكنه حدد الإشهار الخاص بها بموجب قانون 1976/07/09 وقانون 10 جانفي 1991 إذ أدمجت نصوصها في قانون الصحة العامة المواد (24-355 إلى 26-355) ونستخلص من النصوص السابقة أن الأصل هو حظر كل ترويج مجاني لها باستثناء اللافتات والملصقات المتعلقة بمحلات التبغ إضافة لذلك منع أي عملية الرعاية التي يكون هدفها أو من نتيجتها الترويج أو الإشهار المباشر والغير مباشر للتبغ أو لمنتجاته.

ونشير إلى أن المشرع الفرنسي سلط على الإشهار الخاص بالتبغ العقوبات الخاصة بالإشهار الخاص، بالمشروبات الكحولية كما أجاز ممارسة الدعوى المدنية لجمعيات مكافحة الإدمان على

<sup>1</sup>- القانون رقم 85-05 ماضي في 16/02/1985 مؤرخ في 17/02/1985 العدد 8 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها المعدل والمتمم بالقانون 90-17 المؤرخ في 31 جويلية. ج ر العدد 35.

<sup>2</sup>- المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 01-396 المؤرخ في ديسمبر المتضمن تنظيم نشاطات صنع التبغ وتوزيعه العدد 4 ج. ر. ص 23.

<sup>3</sup>- عياطة ين سيراغ نابلة ، المرجع السابق ، ص 65.

## الفصل الأول

التبغ وكذا الجمعيات المستهلكين، كما أن جمعيات مكافحة الإدمان على التبغ إستعملت نفس سلاح المنتجين بشن إشهارات مضادة وهو ما لا يتقبله المنتجون المشكلين لقوة الضغط في فرنسا<sup>1</sup>.

### ثانيا : المشروبات الكحولية.

إن المادة 45 من المرسوم رقم 101/91 وكذا المادة 42 من المرسوم رقم 103/91 نصتا على منع البلاغات الإشهارية المتعلقة بالمنتجات والخدمات والقطاعات الاقتصادية التي يكون محل حظر تشريعي أو تنظيمي ولا شك أن الإشهار المتعلق بالمشروبات الكحولية يدخل في نطاق هذا الحظر غير أن المشرع الجزائري لم يهتم بعد ذلك ببيان النص الجزائي ولا إلى العقوبة المقررة في حالة مخالفة هذا الحظر وهو فراغ قانوني في حاجة إلى تدارك، وقد قامت بعض الصحف بإعلانات في هذا المجال وطالبت أخرى بتأسيس وزارة الصحة كطرف مدني في غياب نص يعاقب على هذه الجريمة<sup>2</sup>.

كما نص قانون رقم 85-05 بموجب نص المادة 65 على انه "الإشهار حول التبغ والكحول محظورة" وهذا مهما كانت الوسيلة الإشهارية التي تقوم ببثه أو سواء تم ذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة<sup>3</sup>.

### ثالثا : المنتجات الصيدلانية.

إن إخضاع الإشهارات إلى هذا النوع من المنتجات لقواعد محكمة. يرجع إلى حكم إتصالها بالصحة العامة التي يستلزم قدرا كبيرا من الحيطة والحذر. وقد تصدى المشرع لتنظيم الإشهار المتعلق بالمنتجات الصيدلانية والأدوية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-386 المؤرخ في 1992/07/06 والمتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري<sup>4</sup>، حيث نصت المادة 13 منه على أنه "يمنع الإعلام والترقية أصابع الجمهور حول المواد التي :

- لا يمكن الحصول عليها إلا بوصفة طبية.
- تحوي على مخدرات أو مواد من عقاقير تؤثر في الحالة النفسية ولو بمقادير معفاة.

<sup>1</sup> (b) bdmloc-publicite managere-tabac-d interdit.d.1993.som.com.p213.

<sup>2</sup>-المرسوم التنفيذي رقم 103/91 المؤرخ في 1991/04/20. يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والعقارية والمنقولة والصلاحيات والإعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة.

<sup>3</sup>-القانون رقم 85-05، المتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المرجع السابق.

<sup>4</sup>-المرسوم التنفيذي رقم 386/92، المرجع السابق .

## الفصل الأول

- مخصصة لمعالجة السرطان. السل. الأمراض الجنسية المتقلة كا : AIDS . قلة النوم. العقم ..."

ونجد أن القانون رقم 85-05 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها وهو الذي أشار إلى المواد الصيدلانية وأحكام المتعلقة بها إذ ينص المادة 169 منه على أن " المواد الصيدلانية نعني بها الأدوية. المفاعيل البيولوجية، المواد الكيميائية، تركيب الجالينوس الإنساني والحيواني "

ففيما عدا ذلك فالإشهار مسموع به ولكن شرط حصول المعلن على تأشيرة مسبقة من طرف وزير الصحة بعد اخذ رأي أي مواقف من لجنة المراقبة العلمية والطبية للدواء<sup>1</sup>.

أوجب المرسوم التنفيذي 284/92 السابق الذكر أن تكون الرسالة الإشهارية في المواد الصيدلانية المسموح بها واضحة من حيث الصياغة ومن حيث التحديد عن طريق ذكر التسمية الدولية المشتركة أو التسمية المألوفة أو التسمية العلمية، ومن حيث البيانات والإرشادات الطبية وما يجب اتخاذه من احتياطات لدى الاستعمال وأن لا تترك انطبعا لدى المستهلك بعدم ضرورة الاستشارة الطبية أو العملية الجراحية و أن توحى بان نتائج العلاج مضمونة أو بتحسن العلاج بتناول الدواء أو بتضررها في حالة عدم تناوله<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني : حظر الإشهار حول بعض الخدمات.

عرفت المادة 04 فقرة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>3</sup>، الخدمة على أنها " كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له" وتفسر كلمة مجهود بالأداء لتشمل جميع أنواع الأداءات سواء كانت طبيعية

<sup>1</sup> -بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراة في القانون، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، سنة 2002-2003، ص 36.

<sup>2</sup> - عبد الفضيل أحمد محمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء، مصر 1999، ص 162

<sup>3</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش. ج ر .

## الفصل الأول

مادية كإصلاح الإعطاب أو مالية كالتأمين أو فكرية كالعلاج الطبي والاستثمارات القانونية وأن كانت الخدمات مما يجوز الإشهار التجاري فيها، إلا أن بعض منها لا يجوز أن تكون محل إشهار تجاري ومن بين أهم تلك الخدمات مهنتي المحاماة والطب.

### أولا : مهنة المحاماة.

تنظم مهنة المحاماة بموجب القانون رقم 91-04 المؤرخ في 8 جانفي 1991 المتعلق بتنظيم مهنة المحاماة<sup>1</sup>، إذ تنص المادة 78 منه على أنه " لا يجوز للمحامي أن يسعى في جلب الموكلين أو القيام بالإشهار لنفسه، كل إشهار يتم القيام به وقبوله يهدف أو يؤدي إلى إلفات أنظار الناس قصد استفادتهم من شهرته المهنية ممنوع منعا باتا" فذلك يكون المشرع نص صراحة على حظر الإشهار المتعلق بالخدمات التي يمكن للمحامي أن يقدمها لزيائنه.

### ثانيا : مهنة الطب.

أن ممارسة مهنة الطب تخضع المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 06 يوليو 1992 ، المتضمن مدونة أخلاقيات الطب<sup>2</sup>، بحيث نصت المادة 20 على أنه " يجب أن تمارس مهنة الطب وجراحة أسنان ممارسة تجارية وعليه يمنع كل طبيب أو جراح أسنان من القيام بجميع أساليب الإشهار المباشرة أو غير المباشرة "، فبذلك يكون المشرع قد نص صراحة على حظر الإشهار حول كل الخدمات التي يمكن للطبيب وجراح الأسنان تقديمها لزيائنه.

### المبحث الثاني : مفهوم الإشهار التضييلي.

أصبح الإهتمام بالمستهلك والبحث عن إمكانية جذب السمة التي يبحث عنها كل متعامل اقتصادي وذلك باستعمال العديد من الوسائل الحديثة في جلب وإغراء هذا المستهلك نظرا للتنافس الموجود بين المتدخلين الاقتصاديين إذ لم يجدوا سبيلا أفضل من الإشهار التجاري الذي كما ذكرنا أصبح يتميز بالتضليل والخداع وفي محاولة منا لتحديد مفهوم التضليل الإشهاري وجدنا صعوبات

<sup>1</sup>-القانون رقم 91-04 مؤرخ في 22 جمادى الثانية 1441 هـ الموافق ل 8 يناير 1991. يتضمن تنظيم مهنة المحاماة ج ر عدد 02 الصادر في 09 جانفي 1991.

<sup>2</sup>-المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 06 جويلية 1992 تتضمن مدونة أخلاقيات الطب. ج ر 52 ص 13.



## الفصل الأول

كبيرة ولا سيما في القانون الجزائري أما التشريعات الأخرى فهي لا تخلو من معايير قانونية خاصة بضبط الكذب والخداع في الإشهار التجاري أو وكالات وهيئات متخصصة بإرساء لوائح تنظيمية للعمل في المجال الإشهاري.

في القانون المقارن ( الفرنسي والانجليزي والكندي) فإن النظم القانونية فيها أدركت أهمية الإشهار التجاري في جانبه الايجابي وخطورته في جانبه السلبي متمثل بالتضليل الإشهاري<sup>1</sup>، وعليه فان وضع تعريف الإشهار التضليلي بوجه عام، يثير صعوبة لعدم وجود قانون خاص بالإشهار من جانب ولقلة الدراسة القانونية المتخصصة عندنا من جانب آخر. ولكن رغم ذلك سنحاول تقديم تعريف الإشهار التضليلي.

### المطلب الأول : المقصود بالإشهار التضليلي.

يقصد بالتضليل من ضل . يضل . تضليل ومعناه لم يهتد إلى الشيء يقال أضل فلان فرسه بمعنى شرده وضاع منه<sup>2</sup>، فالإشهار المضلل هو الإشهار الذي من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي لذلك فهذا الأخير لا يتضمن بيانات كاذبة ولكنه يصاغ بعبارات تؤدي إلى خداع المتلقي<sup>3</sup>.

لم يعرف المشرع الجزائري الإشهار المضلل وإنما اكتفى بالنص على حالاته ذلك بموجب المادة 28 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر. لكن يمكن تحليل المقصود منه فهو كل ما يخالف الحقيقة ويمس بمبادئ وشرف التعامل والنزاهة وأمانة في نطاقه المنافسة بقصد تضليل العملاء أو استحواد عليهم<sup>4</sup>.

إضافة إلى ما تقدم فإننا نجد أن المحاكم قد تلجأ للتسوية بين الإعلان المضلل في ذاته والإعلان الذي يؤدي إلى التضليل علما أن التفرقة بينهما أمر وفي غاية الصعوبة، والعلة هي أن الإعلان المضلل يمكن إسناد تقدير إلى معيار موضوعي في عين الإعلان الذي يؤدي إلى التضليل يقوم على معيار ذاتي أو شخصي إلا أنه يجب الإشارة إلى أنه يجب الإشارة أنه في الواقع يسهل الخلط بين الاثنين لأن الإعلان الذي يؤدي إلى التضليل يعتمد على مدى إستجابة شخص متلقي

<sup>1</sup>- أحمد سعيد الزرقد، الحماية القانونية من الخدع الإعلاني، مجلة الحقوق الكويتية، 1995، ص 30

<sup>2</sup>- المجد في اللغة والاعلام، دار المشرق، بيروت، الطبعة 29، سنة 1989، ص 452.

<sup>3</sup>- أحمد سعيد الزرقد، المرجع السابق، ص 170.

<sup>4</sup>- بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 مذكرة ماجستير، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن، 2009، ص 63.

## الفصل الأول

الإعلان وهي مسألة تعتمد على عوامل نفسية متعددة فضلا عن إختلاف أثر الإعلان من شخص لآخر<sup>1</sup>.

### الفرع الأول : تقديم التضليل.

التضليل في الإشهار كما هو الحال الكذب مرة كان ولا يخلو أي إشهار في الواقع منهما، لذا يقتضي الأمر الوقوف على تقديم التضليل والذي يتجاوز يصبح الإشهار ممنوعا وهذا ما نتطرق إليه كما يلي :

#### أولا : التضليل المألوف.

إن العملية الإشهارية تقوم على أساس إبراز محاسن المنتج أو الخدمة دون أية إشارة أي مساوئها وذلك من خلال إستخدام تقنيات اتصالية ونفسية للتأثير على متلقي الرسالة الإشهارية وعلى هذا فكل إشهار ألا يصاحبه كذب أو تضليل غير أن الكذب أو التضليل إذا بلغ حدا ما من الحساسية يخرج عن نطاق المألوف ليدخل في دائرة المنع<sup>2</sup>.

وتقدير التضليل في الإشهار التجاري يخضع لمعيارين هما :

#### أ-المعيار الذاتي :

وقوامه أن تقدير التضليل يكون من خلال الشخص المتلقي ذات وليس بالنظر إلى التضليل في ذاته<sup>3</sup>، فهو يتحدد بمجموعة من العناصر الشخصية المرتبطة بمتلقي الرسالة الإشهارية فينظر إلى درجة يقظته وذكائه وتعليمه.بيد أن عيب هذا المعيار هو عدم إنضباطه وصعوبة الكشف عنه.

#### ب-المعيار الموضوعي :

وقوامه أنه ينبغي تجريد متلقي الإشهار من ظروفه الشخصية بحيث يوضع كمقياس الشخص المألوف المتوسط<sup>4</sup>، أي معيار المستهلك الحريص وتتجه غالبية أحكام القضاء إلى تبني هذا المعيار.

<sup>1</sup>-بتول صراوة عبادي، التضليل التجاري وأثره على المستهلك-دراسة قانونية- منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، طبعة أولى، سنة 2011، ص71.

<sup>2</sup>-محمد بوراس، المرجع السابق، ص346.

<sup>3</sup>-عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص176.

<sup>4</sup>-عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص177.

## الفصل الأول

وعلى هذا فبواسطة إحدى المعيارين يحدد مقدار التضليل فبتجاوزه نكون أمام إشهار مضلل أو منوعا قانونا بل ومجرم.

### ثانيا : الإشهار المضلل بطريق الترك.

ويقصد به الإغفال عمدا أو سهوا للإشارة إلى بعض البيانات الجوهرية في التعاقد الذي يراد حث الجمهور على إبرامه، بشكل تتضخم معه مزايا التعاقد بالنسبة للعميل أو تتوارى بعض إلتزاماته أو يجعله ينتظر ما لن يقدمه المعلن بالفعل والتضليل بطريق الترك هو كذب ولكنه كذب سلبي على خلاف الكذب الإيجابي الذي يتمثل في ذكر معلومات أو بيانات أو أوصاف أو خصائص أو وقائع غير صحيحة والأثر واحد في الحالتين.

وقد صدرت أحكام قضائية عديدة تتعلق بالإعلانات المضللة بطريق الترك، منها قيام شركة ايفيان للمياه المعدنية بإنتاج مشروب فاكهة يحمل اسم sirop evian وهو ما يعطي المستهلك إنطباعا أن مياه ايفيان المعدنية تدخل في مكونات هذا المشروب وأن لهذا المشروب نفس الخصائص الصحية والعلاجية للمياه المعدنية، مع أن هذه الأخيرة لم تكن أحد عناصر هذا المشروب مطلقا<sup>1</sup>.

وقد نص المشرع الجزائري على الإشهار المضلل بطريق الترك وذلك بنص المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 101/91 بنصها "...ولا يجب أن تضلل البلاغات الإشهارية المستهلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق المبالغة أو الحذف أو بحكم طابعها الغامض"<sup>2</sup>.

### ثالثا : الإشهار المبالغ فيه.

أصبح من المظلوم في وقتنا الحاضر نستخدم المبالغة في وصف المنتج أو الخدمة المراد الإشهار عنها، كل ذلك بكل التطورات المتعاقبة في أدوات وأساليب الإشهار.

/جواز المبالغة في الإشهار.

<sup>1</sup>- عبد الفضيل محمد احمد، المرجع السابق، ص 177

<sup>2</sup>- المرسوم التنفيذي رقم 101/91 المؤرخ في 20 أبريل 1991. يتضمن منح امتياز من الأملاك الوطنية والصلاحيات المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون المؤسسة العمومية للتلفزيون م. ج. ر. ج ح الصادر في 24 افريل 1991.

## الفصل الأول

إستنادا إلى قاعدة جواز المبالغة في الإشهار دون اعتبار هذا الأخير مزلل يجوز استخدام عبارات وألفاظ جرى العمل على استخدامها مثل وصف كريم شعر بأنه معجزة أو الثمن بأنه "غير معقول أو المنتج بأنه رائع أو ممتاز فمثل هذه العبارات والألفاظ لا تضلل احد بشأن خصائص أو مكونات المنتج أو ظروف وشروط التعامل فيه وهي ألفاظ وعبارات بالغة العمومية وغير محددة<sup>1</sup>، وقد أشار المشرع الجزائري إلى الإشهار المبالغ فيه من خلال المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 101/91 "...ولا يجب أن تضلل البلاغات الإشهارية للمستهلك بصفة مباشرة وعن طريق المبالغة أو الحذف أو بحجم طابعها الغامض.

### ب/ضرورة الحد المعقول :

قد تخرج المبالغة في بعض الإشهارات من الإباحة إلى دائرة ممنوع فينتقرب إلى الإشهار الكاذب والمضلل<sup>2</sup>.

ويظهر أن المشرع الجزائري قد قصد من خلال نص المادة 41 من المرسوم التنفيذي 101/91 السالف الذكر.

وبناء عليه ينبغي أن يكون هناك حد معقول في المبالغة وتقدير ذلك الحد راجع إلى معيار موضوعي وهو معيار المستهلك المتوسط العادي<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني : عناصر التضليل.

يتطلب الإشهار المضلل شأنه في ذلك شأن الإشهار الكاذب ضرورة توافر عدد عنصرين الأول مادي والثاني معنوي مختلف بشأنه.

### أولا :العنصر المادي.

يتمثل العنصر المادي في الإشهار المضلل كل ما من شأنه أن يخلق لبس بهدف خداع المستهلك<sup>4</sup>، دون تحديد للطريقة عن طريق تصريحات أو بيانات أو شكليات...كما لا يشترط في

<sup>1</sup>-القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية شاملة) منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999، ص 21

<sup>2</sup>-بوراس محمد، المرجع السابق، ص 288.

<sup>3</sup>- بوراس محمد، المرجع السابق، ص 288

<sup>4</sup>-محمد بوراس، المرجع السابق، ص 344.

## الفصل الأول

العنصر المادي أن تصل إلى حد من الحسامة المطلوبة في جريمة الاحتيال والنصب، فالمهم أن يكون العنصر المادي المعلن قد ألبس على المستهلك وجه الحق فحملة إلى التعاقد تضليلاً<sup>1</sup>. ويستوي أن يكون العنصر المادي للتضليل إيجابياً كما يمكن أن يكون سلبياً وهو التضليل بطريق الترك.

ويكون العنصر المادي في التضليل منصبا على كل أو واحد من العناصر المبينة في نص المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثانياً : العنصر المعنوي.

ويقصد به النية أي إتجاه نية المعلن إلى التضليل وإيقاع المستهلك في لبس<sup>2</sup>.

المطلب الثاني : تمييز الإشهار التضليلي عن بعض النظم المشابهة له.

يشبه الكذب والتضليل في الإشهار كل من التدليس والاستغلال المعروفان في القانون المدني وكما قد يتشابه الإشهار الكاذب أو المضلل مع جريمة الخداع خاصة إذا بلغ حداً كبيراً من الحساسة لذا ينبغي الوقوف على أوجه الاختلاف والتقارب بين الأنظمة.

ومن هنا سنقوم بتمييز الكذب والتضليل في الإشهار عن التدليس ( الفرع الأول) ثم عن الاستغلال ( الفرع الثاني) تبعتها عن جريمة الخداع ( الفرع الثالث).

الفرع الأول : الإشهار المضلل والتدليس.

يعرف التدليس على أنه إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد<sup>3</sup>، كما يعرف أيضاً بأنه استعمال الحيلة بقصد الإيقاع المتعاقد في غلط يحمله على التعاقد أو هو تضليل بحيث لولاها لما رضي بالتعاقد<sup>4</sup>.

ولقد نص المشرع الجزائري على نظرية التدليس في القانون المدني 86-87 من القانون المدني الجزائري والتدليس في القانون المدني يكفي قيامه مجرد كتمان واقعة أو ملابسة إذا ثبت أنها بلغت حداً من الحسامة بحيث لولاها لما أبرم المدلس عليه العقد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2000، ص 346

<sup>2</sup>- محمد بوراس، المرجع السابق، ص 345.

<sup>3</sup>- السنهوري أحمد عبد الرزاق، المرجع السابق، ص 342 .

<sup>4</sup>- جعفر سعيد محمد، نظرية عيوب الإرادة في القانون المدني الجزائري والفقهاء الإسلامي، دار كومة، الجزائر، 2002، ص 25.

## الفصل الأول

وفصلت المادة 87 من نفس القانون على أحكام التدليس الصادر من الغير فلا يبطل العقد ما لم يثبت المتعاقد المدلس عليه. أن المتعاقد الآخر كان يعلم أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس.

وفي حالة ثبوت التدليس يعطى للمدلس عليه الحق في رفع دعوى إبطال العقد لتعيب قد سبب إرادته. كما يمكنه رفع دعوى تعويض عما أصابه من ضرر وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية<sup>2</sup>.

ويقوم التدليس على عنصرين احدهما مادي موضوعي ويقصد به استعمال طرق احتيالية لإيقاع المتعاقد في غلط أو نتخذ هذه الطرق صوراً مختلفة باختلاف حال المتعاقد المدلس علي ولذلك فان المعيار هنا ذاتي<sup>3</sup>.

ويشير هذا العنصر تساؤلات حول ما إذا يعد الكذب تدليسا وهل يعتبر السكوت تدليسا/فالأصل أن الكذب لا يكفي لقيام التدليس ما دام إن ذلك مألوفاً في التعامل إلا أن الكذب يعتبر تدليسا إذا تناول واقعة لها أهميتها عند المتعاقد بحيث لولا الكذب لما تم العقد<sup>4</sup>.

أما عن السكوت فانه قد يعبر تدليسا لأنه الوجه السلبي للكذب، فإذا تناول الكتمان واقعة يجب الإفضاء بها نزولاً من ظروف وجب اعتباره تدليسا<sup>5</sup>.

كما يجب أن تكون الحيل المستعملة مؤثرة أي أنها تبلغ حداً من الحسامة تعتبر دافعا على التعاقد وهذا ما أشارت إليه المادة 86 من القانون المدني الجزائري، وتأتيها العنصر المعنوي ويقصد به التضليل للوصول إلى غرض مشروع فإذا انتفت نية التضليل والانخداع فلا يقوم التدليس<sup>6</sup>.

وبناء على ما سبق ذكره سنتناول في هذا الفرع أوجه التقارب (أولاً) وأوجه الاختلاف (ثانياً)

### أولاً : أوجه التقارب.

يشارك الإشهار الكاذب والمضلل مع التدليس في النقاط التالية :

- كليهما يقومان على سلوك إيجابي من خلال إستعمال حيل.

<sup>1</sup>-أنظر المادة 86 و87 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمنتم.

<sup>2</sup>-الفيلاي علي، الالتزامات النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، الجزائر، 2012، ص126.

<sup>3</sup>-سلطان أنور، مصادر الإلتزام في القانون المدني، الأردنني، منشورات الجامعة الأردنية، 2002، ص39

<sup>4</sup>-الفيلاي علي، المرجع السابق، ص129.

<sup>5</sup>-السنهوري أحمد عبد الرزاق، المرجع السابق، ص346.

<sup>6</sup>-سلطان أنور، المرجع السابق، ص102.

## الفصل الأول

- كليهما يقومان على سلوك سلبي والمتمثل في الكتمان من أجل دفع المستهلك إلى التعاقد في غلط.

### ثانيا : أوجه الاختلاف.

رغم ما يتشابه به التدليس مع الكذب والتضليل في الإشهار إلا هناك اختلاف وهو :  
-يشترط في التدليس وجود عقد بيناه سابقا ولا يشترط ذلك في الإشهار الكاذب أو المضلل ويستنتج انه من الصعب إثبات التدليس بالمقارنة مع إثبات الإشهار الكاذب أو المضلل<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : الإشهار المضلل والاستغلال.

من أجل محاولة إرجاع نوع من التوازن العقدي حاول الفقهاء والمشرعين الإهتمام بظاهرة عدم التوازن بين المتعاقدين حين إبرام العقد.ومن المؤكد أن الإشهار التجاري يمثل وجه عدم التوازن بين طرفي العقد بما يمثله من أداة بيد المعن لخلق الإضطراب في التوازن العقدي.

وقد يطبق نظام الإستغلال على الكذب والتضليل الذي يكون فيه الرسالة الإشهارية كونه يؤدي إلى عدم توازن عقدي ومن هذا المنطلق فيجب التمييز بين الكذب والتضليل في الإشهار التجاري وبين الاستغلال، ويعرف الاستغلال بأنه الانتفاع بغرض دفعه إلى إبرام العقد<sup>2</sup>.

وعليه فان للاستغلال عنصران<sup>3</sup>، عنصر مادي وهو اختلال التعادل بين ما يحصل عليه المتعاقد بموجب العقد بين ما يتحمله من التزامات.

عنصر معنوي يتمثل في إستغلال المتعاقد للضعف النفسي الذي يعتري المتعاقد نتيجة الطيش اللبين أو الهوى الجامع الذي يعتريه.

وقد نظم المشرع الجزائري أحكام الاستغلال بموجب المادتين 90 و91 من ق م ج<sup>4</sup>.

### أولا : أوجه التقارب.

قد تتوافر في الإشهار الكاذب أو المضلل جميع عناصر الاستغلال بفعل ما يبثه الإشهار من مدح للمنتوج أو الخدمة فيخلق ضعف نفسي يستغله المتعاقد الآخر<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-الفيلاي علي، المرجع السابق، ص151.

<sup>2</sup>-بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص121.

<sup>3</sup>-سطان أنور، المرجع السابق، ص115.

<sup>4</sup>-أنظر المادتين 90 و91 من الامر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري.

## الفصل الأول

وما دام أن الأمر كذلك فيحق للمتعاقد المستغل أن يرفع دعوى إبطال العقد من أجل إعادة التوازن بين المستهلك والعون الاقتصادي أو دعوى إنقاص التزامات الطرف المستغل على أن ترفع تلك الدعوى خلال سنة من تاريخ إبرام العقد<sup>2</sup>، وقد يتشابه كل من الإشهار الكاذب أو المضلل مع الإستغلال إذ كليهما يهدفان إلى حماية متلقي الرسالة الإشهارية.

### ثانيا : أوجه الاختلاف.

نحدد أوجه الاختلاف بينهما في النقاط التالية :

- الاستغلال نظام خاص بالعقود بينما الإشهار الكاذب أو المضلل لا يشترط ذلك.
- نظام الإستغلال يقوم على فكرة الضعف النفسي الذي يقع فيه المتعاقد، ومسألة إثبات الضعف النفسي يعد أمر بالغ الصعوبة، بينما الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل لا يهتم بالعنصر النفسي للمستهلك متلقي الرسالة الإشهارية فذهب الاهتمام على مدى صدق الإشهار في حد ذاته بعيد عن التأثير النفسي الذي قد يحدثه<sup>3</sup>.

### الفرع الثالث : الإشهار الكاذب والمضلل عن جريمة الخداع

في هذا الفرع سنقوم بالإشارة لنقاط التقارب الذي يصل إلى حد الإلتباس بين جريمة الخداع والإشهار الكاذب أو المضلل بالخداع يعرف بأنه القيام بالأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته.

إن الإشهار بما فيه من تقنيات وأساليب قد تجعل المنتج أو الخدمة يظهر بها على غير حقيقته كما هي<sup>4</sup> ومن ثمة يجب وضع تمييز بين الخداع والإشهار الكاذب أو المضلل.

### أولا : أوجه التشابه.

<sup>1</sup>-بتول عبادي صراوة، المرجع السابق، ص100.

<sup>2</sup>بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص122.

<sup>3</sup>بوراس محمد، المرجع السابق، ص294.

<sup>4</sup>بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة متقاربة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري) دار

الكتاب الحديث، القنطرة، مصر، 2006، ص196.



## الفصل الأول

قد يقوم الخداع باستعمال الكذب والتضليل لإظهار المنتج أو الخدمة بصورة غير حقيقية لذا  
فضرورة تجريم الخداع في الإشهارات هدفه حماية المتعاقد أو المستهلك، ومن هنا يظهر التشابه  
بينهما<sup>1</sup>.

### ثانيا : أوجه الاختلاف.

يلزم وجود عقد لوقوع جريمة الخداع الذي يعد أمر غير مشروط في الإشهار التجاري الكاذب  
أو المضلل على الرغم من قيمته العقدية.

لذلك ما يربط المستهلك بالمعلن قد لا يرتقي الى مرتبة العقد ما ينتج عنه عدم توفر الحماية  
اللازمة له زيادة على هذا فجريمة الخداع لا تواجه الخداع في حد ذاته إنما نتائجه<sup>2</sup>.

### المطلب الثالث : أساليب التضليل.

يراد بالأساليب هنا الشكل أو الهيئة التي يظهر بها الإعلان إلى الجمهور على نحو يؤدي إلى  
الخداع وتقرير أمر غير حقيقي عليه، يعد ظهور الإعلان بهذا الشكل أو ذاك أسلوبا أو صورة  
للتضليل.

وأساليب التضليل في الإعلان متعددة يتدخل بعضها مع بعض حيث يصبح من العسير  
حصرها بدقة ومع ذلك فان الفقه والقضاء يعتمد بصورة عامة على ما يلي من هذه الأساليب<sup>3</sup> :

### الفرع الأول : الإشهارات التلفزيونية.

يشير هذا النوع من الإعلانات العديد من المشاكل وأوجه النظر المختلفة، والعلة في ذلك تعود  
إلى المنشأة الإعلانية ومخرجي الإعلان يقفون دائما في إرباك وحرص وحتى في إثارة إشكالات قانونية  
عند التزامهم بالإعلان عن إنتاج معين لمؤسسة تجارية لذلك فإن من أوجه هذا الأسلوب ما يلي :

1- قيام منتج الإعلان نفسه في الإعلان مباشرة عن سلعة من خلال التلفزيون، فيتاح للمنتج  
المذكور الحرية التامة بالتصرف في إبراز مزايا سلعة، كما يرغب ويشاء دون رقابة.

2- إن معظم السلع المعلن عنها بهذه الوسيلة لا تستجيب للمعطيات الفنية الخاصة للأجهزة  
التي تثبت الإعلان بالصور التي يجب أن تظهر بها تلك السلع<sup>4</sup>، وأن القانون الجزائري أخضع

<sup>1</sup> - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 123.

<sup>2</sup> - بودالي محمد، المرجع السابق، ص 196.

<sup>3</sup> - بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 99.

<sup>4</sup> - بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 99.

## الفصل الأول

الإشهار التلفزيوني للنظام خاص وألزم القانون إحترام الرسالة الإشهارية لبعض القواعد بشكل صارم منها بوجه خاص .

3- وجوب أن يكون مضمون الرسالة الإشهارية مطابق لمقتضيات الصدق واللياقة وإحترام الأشخاص، وأن تكون خالية من جميع أشكال التمييز العنصري أو الجنسي دون مظاهر العنف التحريض على سلوك الضار بالصحة وسلامة الأشخاص والأموال وحماية البيئة لذا يجب أن يتم تصورها في إطار إحترام مصالح المستهلكين<sup>1</sup>، وأن لا تضر وما يليها من المرسوم رقم 101/91.

4- منع الرسائل الإشهارية الخاصة ببعض المنتجات أو الخدمات كما الحال بالنسبة للمشروبات الكحولية والتبغ بغرض حماية الصحة العامة.

5- وجوب أن تكون الرسالة الإشهارية واضحة يسهل التعرف عليها ويتم بثها بشكل منفصل عن باقي البرامج وعلى شاشات متميزة من حيث السمات البصرية أو السمعية.

6- وجوب بث الرسائل الإشهارية عند التوقف العادي للبرنامج أي بين الحصص وكأصل عام لا يجب أن تقطعها واستثناء يجوز أن تبث خلالها، ولكن بشرط أن لا تمس بأصالتها أو قيمتها، وأن يكون الفاصل بين رسالة إشهارية وأخرى عشرون دقيقة<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني : إشهار السلعة أو الخدمة على شبكة الإنترنت.

يبدأ عرض السلعة أو الخدمة على شبكة الانترنت عن طريق الإشهار حيث تعتبر شبكة الانترنت في الوقت الحالي من أهم وسائل جذب المستهلكين وحملهم على شراء السلع وطلب الخدمات.

يتم الإشهار على شبكة الانترنت إما على صفحات الويب (web) أو بواسطة البريد الإلكتروني لهدف تجاري واستعماله بشكل مكثف رغم إرادة المستهلك الذي قد يفاجئ بهذه الإشهارات أو بواسطة مجالس النقاش أو ندوات الاتصال أو كما يعرفها البعض باسم غرف الدردشة (les chats) أو بواسطة FTP (Frans fer Protocol file) .

<sup>1</sup>-جداني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، ماجستير فرع قانون الأعمال، بن عكنون، الجزائر، 2000- 2001، ص 78 .

<sup>2</sup>-نصت المادة 46 من المرسوم التنفيذي رقم 101/91 على أنه ينبغي أن لا تتجاوز الوقت المخصص لبث الرسائل الإشهارية لربع دقائق.

## الفصل الأول

وما يستوقفنا هنا بشكل خاص هو الإشهار بواسطة البريد الإلكتروني كونه يثير بعض المشاكل وفي هذا الإطار لاحظت أن المادة العاشرة من الإرشاد الأوروبي تاريخ 20 أبريل 1997 المتعلق بالعقود المنشأة عن بعد فيما يخص البريد الإلكتروني ، بأنه لا يمكن إستعمال تقنيات الاتصال عن بعد باتجاه المستهلك، إلا بغياب الإعتراض الواضح من قبل هذا الأخير والمقصود بذلك على الأخص البريد الإلكتروني<sup>1</sup>.

لقد أصبح الإشهار التجاري الإلكتروني أهم المعالم البارزة لعصر ثورة التكنولوجيا والمعلومات وبحكم إنتشارها وتنوع أساليبها وتطورها التقني تؤثر في سلوك المستهلك والذي يبني عليها قراره في الإقبال على التعاقد وقد يلجأ المحترف إلى استخدام أساليب دعائية منطوية على غش خداع وتضليل بل وذكر مواصفات خاطئة وغير صحيحة للمنتج أو الخدمة المعلن عنها يقصد دفع المستهلك للتعاقد فإذا كانت الرسالة الإشهارية كاذبة ومضللة فإنها بلا شك ستؤثر على سلوك المستهلك وحرية الاختيار<sup>2</sup>. ويجب وضع ضوابط من أجل التحكم في الرسالة الإشهارية المعروضة عبر شبكة الانترنت ومن المستحسن وضع قواعد قانونية دولية مشتركة لأنه لا توجد حدود جغرافية على شبكة الانترنت.

### الفرع الثالث : الاستخدامات اللفظية المضللة للأسعار.

يستخدم المعلنون أحيانا ألفاظا معينة ذات مدلول خاص هدفه تنشيط إنتاجهم ،كإستعمالهم مصطلحات (تخفيضات) أو (مجاني) ولا غبار على إستخدام مثل هذه الألفاظ ما لم تتجاوز الحقيقة<sup>3</sup> -بيد أنه لا بد من التنويه إلا أن هناك حالات يكون فيها التخفيض وهميا غير حقيقي أو أنه يعني أن ثمن السلعة سيزيد في المستقبل وبالتالي فإن سعرها الحالي سيمثل تخفيضا أو قريبا من المجانية. إن مثل الإفتراضات تعد في واقع الحال تضليلا إشهاريا للمستهلك من جانب فضلا عما يخلفه من آثار تنافسية ضارة على المؤسسات التجارية والصناعية من جانب آخر. وتطبيقا لذلك اعتبر إعلان شركة أصباغ مضللا<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت، مكافحة الجرائم الإلكترونية، دراسة مقارنة، بيروت، الطبعة الأولى سنة 2011، ص14 .

<sup>2</sup>-ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، سنة 2013 ص116

<sup>3</sup>-رضا متولي وهذان، الخداع الإعلاني في معيار التدليس، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص94 .

<sup>4</sup>- أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص172.

## الفصل الأول

---

لأنها إدعت أنه مقابل كل وعاء من الأصباغ التي يشتريها المستهلك يمنح المشتري وعاء مجانيًا آخر من نفس النوع، ولم تقم الشركة ببيع أوعية أصباغ على أفراد بل كانت تباع كل ثلاثة أوعية معًا برباط واحد، فلم يكن هناك ثمة وعاء ثانٍ مجاني قد تم منحه لأحد المشتريين مطلقًا. وقد تميز الإعلان بألفاظ مبهمّة أو غامضة حول الأسعار يصل إلى النصف مثلاً.

وتتطوي تحت هذا الأسلوب في الواقع الكثير من الدعاوى الإعلانية التي تحاول الترويج لنصف عن طريق تخفيض سعره بقصد جلب المستهلك إلى التعاقد والشراء، ثم يتم تحويله إلى أصناف مرتفعة الأسعار بحجة أن المخزون من السلعة عنها قد نفذ<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> -بتول صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 101.

# الفصل الثاني

## الفصل الثاني

إن للإشهار التضليلي أثارا سلبية على المستهلك، حيث يكون أداة للوقوع في الغلط، حول المنتج أو الخدمة، وحتى على العون الإقتصادي، مما يؤدي إلى زعزعة الثقة فيما يخص الممارسات التجارية، إنعدام الشفافية، وبالتالي إلى الإضرار بالحياة الإقتصادية وتفكيك حركة المنافسة النزيهة بين الأعوان الإقتصاديين في شتى المجالات لذلك كان لابد من توفير حماية ردعية فعالة للمستهلك من الإشهارات الكاذبة بالقدر اللازم لمواجهة الأخطار والأضرار التي تنشأ كأثر لتضليل والكذب فههدف الإشهار الحقيقي هو إمداد المستهلك بقدر وافر من المعلومات حول السلعة أو الخدمة موضوع المعاملة لا العكس.

قد يتسبب الإشهار التضليلي في إلحاق ضرر بالمستهلك وقد يرقى إلى درجة جريمة متوافية الأركان بل حتى إلى جريمة إقتصادية حسب تصنيف الهيئة الدولية ولكن رغم خطورة الإشهار الخادع، فإنه لم يحظى من المشرع الجزائري بتنظيم خاص كما فعل التشريع المقارن، وهذا ما سوف يدفعنا للبحث في النصوص القانونية عن الجزاءات....بالإضافة إلى تطبيق نوع من الرقابة والإحتياط الذاتي من الجهات المختصة للدفاع عن حقوق المستهلكين لذلك سوف نتعرض لدراسة آليات الحماية التي وفرها التشريع للمستهلك والتي قد تظهر بعد إبرام العقد إما في المجال المدني (المبحث الأول) أو الجزائي (المبحث الثاني).

### المبحث الأول: الحماية المدنية من جريمة الإشهار التضليلي.

تتنوع صور الحماية المدنية التي يمكن إعمالها في مواجهة الإشهارات المضللة، ولابد من التتويه إلى أن صفة المتضرر هي التي تحدد طبيعة الدعوى المرفوعة ضد التضليل المذكور.

فالمستهلك المتضرر من الإشهارات التضليلي يتمتع بأكثر من صورة من صور الحماية وهذا ما سوف نتطرق إليه، كما يحق أيضا العون الإقتصادي، رفع دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس الضرر اللاحق به .

المطلب الأول: دعوى التنفيذ العيني للالتزام .

## الفصل الثاني

يحق للمستهلك المتضرر من الإشهار الخادع طلب التنفيذ العيني من المعلن (المدين) بتسليمه شيء مطابق للنوع الذي تضمنته الرسالة الإشهارية وذلك وفقا لما نصت عليه المادة 164 من القانون المدني الجزائري: "يجبر المدين بعد إعداره طبقا للمادتين 180 و181 على تنفيذ إلتزامه تنفيذا عينيا ، متى كان ذلك ممكنا"<sup>1</sup>

فإذا لم يقم المدين (المعلن) بتنفيذ إلتزامه جاز للدائن (المستهلك) أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقة المدين بعد أن يطلب ترخيص من القاضي وهذا ما أقرته المادة 170 من ق م ج : "في الإلتزام بعمل ، إذا لم يقم المدين بتنفيذ إلتزامه جاز للدائن أن يطلب ترخيصا من القاضي في تنفيذ الإلتزام على نفقة المدين إذا كان هذا التنفيذ ممكنا "كما يجوز أيضا للمستهلك المضرور ، بدلا من طلب التنفيذ العيني ، أن يطلب فسخ العقد لإخلال البائع المعلن بتنفيذ التزامه ، ويجوز من جهة أخرى أن يقبل المبيع غير المطابق للإشهار في مقابل إنقاص الثمن إذا ثبت وجود نقص في قيمة المبيع المسلم إليه عن قيمته المبينة في الإشهار وهذا حسب المادة 365 قانون مدني جزائري.

ويجوز له أيضا رفع دعوى ضمان العيوب الخفية إذا أجاز إعتبار النقص في المبيع المسلم إليه عيبا خفيا المادة 1/379 "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أ، إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور من طبيعته أو إستعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها "

### الفرع الأول :شروط التنفيذ العيني الجبري للالتزام .

<sup>1</sup>-الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 20 رمضان الموافق لـ 26 سبتمبر يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم .ج.ر عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 .

## الفصل الثاني

يشترط لقبول دعوى التنفيذ العيني الجبري للالتزام، تحقق الشروط القانونية نفسها المقررة في القواعد العامة، مع إضافة شرط خاص تقتضيه طبيعة العلاقة بين المعلن والمستهلك في الإشهار التجاري، والمتمثل في وجود علاقة عقدية بين المستهلك والمعلن.

يتأسس طلب المستهلك الموجه إلى المعلن بالتنفيذ العيني حسبما ورد في إشهاره، بمقتضى المادة 164 ق. م. ج. والتي تنص على أنه: "يجبر المدين بعد إعداره طبقاً للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه عينياً، متى كان ذلك ممكناً"

يستخلص من مضمون هاتين المادتين، أنه يشترط لرفع دعوى التنفيذ العيني، توافر الشرطين التاليين :

### أ- إعدار الدائن للمدين :

يعد الإعدار<sup>1</sup> إجراء واجب توافره في التنفيذ العيني، ويقصد به إخطار وتنبية المدين من أجل تنفيذ التزامه متى حل أجل الوفاء أو التنفيذ ولم يقم به اختياراً حتى لا يفهم المدين من عدم المطالبة بعد حلول الأجل، إن الدائن يتسامح في التأخر في تنفيذ الالتزام، فمتى تم الإعدار وجب على المدين تنفيذ التزامه على الفور وإلا عد مقصراً أو مخلاً بتنفيذ التزامه .

### ب- إمكانية التنفيذ العيني للالتزام :

يجوز للدائن أن يطالب بالتنفيذ العيني إذا كان هذا التنفيذ ممكناً، فإذا استحال على المدين تنفيذ التزامه عينياً بسبب خطأ منه، وجب الرجوع إلى التنفيذ بمقابل أي التنفيذ بطريق التعويض، أما إذا كانت الاستحالة ترجع على سبب أجنبي لا يد للمدين فيه فإن الالتزام ينقضي بقوة القانون<sup>2</sup> وبذلك يتضح أنه إذا أصبح هذا التنفيذ مستحيلاً لسبب أجنبي أو لخطأ المدين، لم يعد هناك جدوى من المطالبة بالتنفيذ العيني<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-طبقاً للمادة 180 ق م يتم الإعدار عن طريق الإنذار الذي يتولاه المحضر القضائي.

<sup>2</sup>-المادتين 176 ق م. ج و 307 ق م. ج

<sup>3</sup>-عبد الرزاق علي محمد، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية غير المشروعة، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق،



## الفصل الثاني

وتقدير ما إذا كان التنفيذ العيني ممكنا أو مستحيلا ،مسألة تدخل في نطاق السلطة التقديرية لقاضي الموضوع ، مع العلم أنه إذا كان محل الالتزام مبلغا من النقود فإن التنفيذ العيني لهذا الالتزام يكون دائما ممكنا ،ولا يعتبر مستحيلا لمجرد كون المدين معسرا<sup>1</sup>

تجب الإشارة إلى أن هناك شرطين لم ينص عليهما المشرع الجزائري صراحة في مضمون المادة 164 ق م ولكن طبيعة التنفيذ العيني للالتزام تقتضي توافرها وهما :

### ج-عدم إرهاب المدين بالتنفيذ العيني للالتزام :

يشترط في التنفيذ العيني للالتزام لا يكون فيه إرهاب للمدين ،ولا يدخل في معنى الإرهاب الذي يحول دون التنفيذ العيني ،مدى الصعوبة أو زيادة التكاليف نتيجة لارتفاع الأسعار أو الرسوم أو الضرائب ،وإنما يقصد بذلك ألا يترتب على تنفيذ الالتزام تنفيذا عينيا خسارة كبيرة تلحق المدين .

فإذا ترتب على التنفيذ العيني إرهاب للمدين وجب التنفيذ بطريق التعويض ،أما إذا ترتب على التنفيذ بطريق التعويض ضررا جسيما بالدائن وجب الرجوع إلى الأصل (التنفيذ العيني)، وتقدير ما إذا كان تنفيذ الالتزام مرهقا للمدين هي مسألة موضوعية يقدرها قاضي الموضوع حسب ظروف كل حالة على حدة<sup>2</sup>.

### د-ألا يكون في إجبار المدين على التنفيذ العيني مساس بحريته الشخصية:

إذا كان تنفيذ الالتزام عينا يستلزم لانجازه تدخل المدين شخصيا متى كانت شخصيته محل اعتبار في العقد فيعد تدخله في هذه الحالة ضروريا لتنفيذ الالتزام، ولا يتحقق هذا التنفيذ إلا إذا قام به المدين بنفسه ،ولكن إذا أصر المدين على عدم التنفيذ ،فيعتبر جبره على التنفيذ العيني مساسا بحريته الشخصية، لذلك يمتنع التنفيذ الجبري في هذه الحالة ،ويحكم للدائن بالتنفيذ بالتعويض ،مع إمكانية استخدام وسيلة أخرى للضغط عليه وهي الغرامة التهديدية<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني :أحكام التنفيذ العيني في مجال الإشهارات التجارية .

<sup>1</sup>-دوار جميلة ، أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري، دار قرطبة، الطبعة الأولى، الجزائر، 2011، ص 20.  
<sup>2</sup>-بلحاج العربي، أحكام الالتزام في القانون المدني الجزائري، وفق آخر التعديلات ومدعم بأحدث اجتهادات المحكمة العليا، دراسة مقارنة ، هومة، ص 147-148 .  
<sup>3</sup>-دوار جميلة، المرجع السابق، ص 20 .

## الفصل الثاني

تقتضي دراسة أحكام التنفيذ العيني في مجال الإشهارات التجارية، طبقاً لقواعد القانون المدني، التطرق لأحكام هذا التنفيذ بموجب أحكام العقد ثم الإرادة المنفردة .

### أ-التنفيذ العيني بموجب أحكام العقد :

يمكن إلزام المعلن بالتنفيذ العيني بموجب الأحكام العامة للعقد، إذا أبرم المستهلك عقداً تحت تأثير التضليل الذي صاحب الإشهار التجاري .

تقوم الإشهارات التجارية بدور مهم في إعلام المستهلك بحقيقة السلع أو الخدمات المعلن عنها ، من خلال عرض معلومات محددة واضحة عنها وهي بهذا المعنى تؤثر على رضا المستهلك المتلقي وتوجه اختياره إلى سلعة أو خدمة معينة من بين مجموع السلع أو الخدمات المعروضة في السوق، والقول بخلاف ذلك، يعني هدم لهذا الدور الجوهرية، فأولى المعلومات والبيانات الضرورية التي يتلقاها المستهلك عن السلعة أو الخدمة مصدرها الإشهارات التجارية .

لذلك، يمكن للمستهلك المتلقي الاستناد إلى ماورد في الرسالة الإشهارية من بيانات محددة وواضحة عن السلع أو الخدمات المعلن عنها ، مع التزام المعلن بتسليمها عن التعاقد عليها، ولا يختلف الحكم حتى لو تضمن الإشهار التجاري عبارات تفيد أن الوثائق الإشهارية ليس لها قيم تعاقدية أو أن ليس لها قيمة استرشادية<sup>1</sup>.

### ب-التنفيذ العيني بموجب أحكام الإرادة المنفردة:

كثيراً ما يلجأ المعلنون عند عرض إشهاراتهم إلى وعد الجمهور بجوائز معينة إذا قاموا بشراء كميات من سلعتهم أو الحصول على خدماتهم، سواء من تجميع عدد معين من أغلفة المنتجات ، أو تجميع بعض الرسومات الموجودة بداخل السلعة أو حل بعض الأسئلة الموجودة داخل المنتجات ثم

<sup>1</sup>دوار جميلة، المرجع السابق، ص21 .

## الفصل الثاني

إرسالها على المعلن أو عن طريق تقديم جوائز معينة لجمهور المستهلكين المتلقين لخدماتهم، إذا جاوزوا عدد مرات تلقي الخدمة خلال مدة محددة<sup>1</sup>

في الواقع غالباً ما يتأثر المستهلكون بهذه الجوائز حيث يطمع كل مستهلك في الحصول على الجائزة المعلن عنها، و من ثم تعد هذه الطريقة بمثابة وسيلة ترويجية يستعين بها المعلنون من شركات تجارية ومنتجات وموزعين للسلع ومقدمي الخدمات بهدف جلب اهتمام المستهلكين وتحفيزهم للإقبال على اقتناء المنتجات والخدمات المعلن عنها، على أمل الحصول على الجوائز المقدمة من المعلن، من خلال القيام بالعمل المطلوب الذي أعلن عنه الواعد<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: إبطال العقد بالتدليس

من البديهي في القواعد العامة أن كل عقد يجب أن يبرم بكل حرية ورضائية، ولذا يكون من حق المتعاقدين أن يكون على دراية تامة على الأقل بالعناصر الجوهرية لمحل العقد المراد إبرامه.

وفي عقود الاستهلاك بين المحترف والمستهلك فمن البداية هناك عدم توازن وتساوي بين الطرفين، فعقود الاستهلاك تبرم بين محترف مالك للتكنولوجيا ومالك لوسائل التأثير والإغراء وبين مستهلك عادي يقدم على الاقتناء بفعل ذلك التأثير وفي ظل إنعدام التوازن بين الطرفين<sup>3</sup>

### الفرع الأول: الأساس القانوني للتدليس.

تعتبر دعوى التدليس إحدى آليات الحماية التي وفرها المشرع للمستهلك لمواجهة الأضرار الناتجة عن الإشهار المضلل انطلاقاً من القانون المدني الجزائري فبينما كان الهدف من إقامة دعوة تنفيذ الالتزام

<sup>1</sup>- عبد الرزاق علي محمد، المرجع السابق، ص 347.

<sup>2</sup>- سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران -2- محمد بن أحمد، سنة 2016-2017،

## الفصل الثاني

التعاقدى هو العمل على تنفيذ المعلن لالتزامه إما عينيا أو بمقابل ، فإن الهدف من دعوى التدليس هو العقد عودة إلى الحالة التي كان عليها المتعاقدان قبل التعاقد .

ينص المشرع الجزائري في المادة 86 من القانون المدني "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الحسامة بحيث لولاها لم أبرم الطرف الثاني العقد .

ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة<sup>1</sup>

ومثال ذلك كتابة منشورات أو إعلانات كاذبة كما تمت الإشارة إليه في المادة 28 من القانون 02/04 التي جاء فيها : "يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان يتعلق بغرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار<sup>2</sup>

وسنحاول في هذه الدراسة ومن خلال الأساس القانوني للتدليس تطبيق أحكام المادة 86 من القانون المدني الجزائري من الاستفادة من دعوى التدليس .

**الفرع الثاني :العناصر الواجب توافرها في الإشهار حتى يكون هناك تدليس.**

### 1/الطرق الاحتيالية :

تستهدف الطرق الاحتيالية التأثير على إرادة المستهلك ولا يتوافر التدليس لمجرد الكذب ،فالكذب البسيط لا يعد تدليسا فليس كل كذب تدليسا فالقانون لا يحمي المستهلك من الكذب بل من التدليس الذي قد يمثله هذا الكذب وهي مسألة تخضع لتقدير القاضي الذي يتسامح عادة عند تقدير التدليس في مجال التجارة ولا يكفي مجرد المبالغة إلى حد الكذب ما دام ذلك مألوفا في التعامل<sup>3</sup> وكثيرا ما يصحب الكذب أعمالا مادية تدعمه لإخفاء الحقيقة عن المتعاقد ويجب أن تكون هذه الأعمال كافية للتضليل حسب حالة

<sup>1</sup>-الأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني، المصدر السابق .

<sup>2</sup>-القانون رقم 04-02 ، المرجع السابق، ص 06 .

<sup>3</sup>-أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2006

## الفصل الثاني

كل متعاقد فالمعيار هنا ذاتي كالشركات التي تتدخلها من الإعلان المضلل -وما لا يتفق مع حقيقتها-  
مظهر لينخدع الناس في أمرها<sup>1</sup>

وقد يقع التدليس في الإعلان بطريق الترك ، أي بإتخاذ موقف سلبي فيكفي مجرد الكتمان إذا توافرت حالة من الحالات التي يكون فيها أمر من الأمور واجب البيان فيلتزم المعلن بالإفشاء به ، ويعد تدليسا منه أن يكتمه وذلك إستنادا إلى القاعدة القانونية العامة التي تقضي بعدم جواز الغش ، متى كان يستخلص من الظروف أو من طبيعة العقد أن أمرا ما يؤثر في التعاقد إلى درجة كبيرة ويدرك المعلن خطره هو يعرف أن الجمهور المتلقي للإعلان يجهله ومع ذلك يكتمه عنه في الإعلان ، فيحمله بذلك على التعاقد<sup>2</sup>

وبالرجوع لنص الفقرة الثانية من المادة 86 من القانون المدني الجزائري يتضح أن التدليس المدني يكفي لقيامه مجرد كتمان واقعة أو ملابسة ، ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة وبالتالي فإن سكوت أحد المتعاقدين عن ذكر بيانات معينة يعتبر تدليسا إذا كان من شأن العلم بهذه البيانات إحجام المتعاقد الآخر عن إبرام العقد .

وكثيرا ما تتشدد قوانين الاستهلاك بواجب الإفشاء والإعلام إذا تلزم المادة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الجزائر المحترف بأن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك ، ويجب أن تحرر تلك المعلومات أساسا باللغة العربية ، كما يمكن إضافة لغة أو عدة لغات آخرين<sup>3</sup>.

**2/ نية التضليل:** يجب أن تكون الحيل المستعملة في التدليس مصحوبة بنية التضليل والخداع للوصول إلى غرض غير مشروع ، فإذا إنتفت نية التضليل فلا تدليس<sup>4</sup>

وعليه يجمع الفقه<sup>1</sup> إن استهواء الجمهور دون قصد التضليل لدى المعلن لا يتوافر معه التدليس، ولكن لو وقع المتعاقد الآخر في غلط نتيجة لهذا العمل فيبطل العقد للغلط لا للتدليس.

<sup>1</sup>-أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص 430 .

<sup>2</sup>-أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص 430 .

<sup>3</sup>-محمد بوراس، المرجع السابق، ص 440 .

<sup>4</sup>-محمد بوراس، المرجع السابق، ص 440 .

## الفصل الثاني

والجانب المعنوي في التدليس فهو نية التضليل لدى المعلن فإذا انعدمت نية التضليل لا يكون هناك تدليس<sup>2</sup>

وطالما أن النية أمر نفسي داخلي فمن العسير إثباتها وقد يستدل عليها بأعمال خارجية تفترض سوء نية المعلن ومن ثمة نيته إلى التضليل<sup>3</sup>

### 3/ أن يكون التدليس دافعا للتعاقد :

ويقصد من ذلك أن تبلغ الحيل المستعملة حدا من الحسامة بحيث تعتبر الدافع إلى التعاقد وفي هذا الإطار نصت المادة 86 فقرة 1 من القانون المدني الجزائري "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الحسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد"، وقاضي الموضوع هو الذي يثبت في ذلك، فيقدر مبلغ أثر الإشهار الكاذب أو المضلل في نفس المستهلك ليقرر ما إذا كان الإشهار الذي دفعه إلى التعاقد.<sup>4</sup>

ويترشد القاضي في ذلك بما تواتر عليه الناس في تعاملهم وبحالة المتعاقد الشخصية من سن وذكاء وعلم وتجارب<sup>5</sup> ويميز الفقه عادة بين التدليس الدافع إلى التعاقد وهو التدليس بالمعنى الذي نتكلم عنه أي التدليس الذي يعيب الرضا وبين التدليس الغير دافع وهو الذي لا يحمل على التعاقد بل يقتصر أثره على استدراج المتعاقد على شروط افدح مما كان يقبله لو تبين حقيقة الأمر وهذا التدليس لا يعيب الرضا ولذا يقتصر حق المدلس عليه في طلب التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية .

وقد كان هذا التمييز محل نقد ذلك أن التدليس الغير دافع ما هو إلا تدليس دفع المتعاقد إلى التعاقد بالشروط الباهضة التي تم بها العقد<sup>6</sup> .

<sup>1</sup>- عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص رقم 181-321

<sup>2</sup>- أحمد ابراهيم عطية، المرجع السابق، ص 430

<sup>3</sup>- محمد بوراس، المرجع السابق، ص 440 .

<sup>4</sup>- عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 258

<sup>5</sup>- عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 350 .

<sup>6</sup>- عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 441 .

## الفصل الثاني

تلزم هي الشروط المطلوب توافرها في الإشهار الكاذب أو المضلل حتى يكون هناك تدليس ومن المعلوم أن جزاء التدليس إذا ما توفر شروطه هو حق المستهلك في المطالبة في إبطال العقد زيادة على التعويض وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية.

### المطلب الثالث: دعوى التعويض عن المسؤولية المدنية .

يجيز القانون 04-02 المذكور أعلاه للأعوان الاقتصاديين ، ممارسة كافة الأنشطة الاقتصادية باستعمال وسائل شريفة ونزيهة تسمح بها العادات والأعراف التجارية ، والتي يسعون من خلالها إلى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم أو خدماتهم ، ولكن إذا استعملت وسائل وأساليب من شأنها خداع تضليل المستهلك ، اعتبرت تلك الممارسات غير مشروعة ، مما يتيح للمستهلك المتضرر منها حق رفع دعوى التعويض .

لم ينص المشرع الجزائري من خلال هذا القانون على حق المستهلك في التعويض من جراء عرض الإشهار التضليلي ، وإنما اكتفى فقط بذكر صور هذه الممارسة وأثرها على إرادة المستهلك في المادة 28 منه ، الأمر الذي يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة في القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية المدنية .

تشكل الإشهارات التضليلية أفعالا غير مشروعة تستوجب مسائلة المعلن عن الضرر الذي تسببه للمستهلك والعيون الإقتصادي ولبحث كيفية تطبيق الحماية وفق قواعد المسؤولية المدنية بموجب دعوى التعويض ، ينبغي دراسة شروط هذه الدعوى (الفرع الأول)، ومع بيان الآثار المترتبة عنها (الفرع الثاني).

### الفرع الأول :شروط رفع دعوى التعويض عن الإشهار التضليلي.

يحق للمستهلك بوصفه متضررا ، المطالبة بالتعويض عما من ضرر بسبب التضليل الذي رافق الرسالة الإشهارية ،ويشترط لقيام مسؤولية المعلن اتجاه المستهلك من جراء الإشهار التضليلي الشروط

## الفصل الثاني

نفسها التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية التقصيرية، والمتمثلة في وجود خطأ، وجود ضرر مترتب عنه، وأخيراً علاقة سببية بين التضليل والضرر اللاحق بالمستهلك<sup>1</sup>

أولاً : وجود الخطأ (أفعال التضليل).

يشكل الخطأ ركناً جوهرياً في المسؤولية التقصيرية، فهو عمادها وأساسها الذي تركز عليه، فلا يكفي وقوع ضرر حتى يستلزم التعويض عنه، إلا إذا نسب حدوثه إلى خطأ محدد<sup>2</sup>

عند تحديد تعريف للخطأ يؤدي على طرح عدة تساؤلات حول: المقصود بالخطأ في الإشهار التضليلي؟ والشخص الذي يرتكبه؟ وصور هذا الخطأ؟ وهل يشترط التعمد أو سوء النية لدى المعلن في الإشهار التضليلي لقيام مسؤوليته التقصيرية؟

أ- تعريف خطأ المعلن في إشهاره التضليلي :

لم يقدم المشرع الجزائري أسوة بغالبية التشريعات المدنية تعريفاً للخطأ، تاركاً ذلك لاجتهادات الفقه والقضاء التي تعددت وتضاربت في تحديد معناه، والتي يمكن إجمالها في التعريف الآتي يقصد بالخطأ في إطار المسؤولية المدنية: "انحراف الشخص عن السلوك المألوف الذي يفرضه القانون مع إدراكه لهذا الانحراف"<sup>3</sup>

يتكون الخطأ طبقاً لمضمون المادتين 124-125 ق.م.ج من عنصرين أحدهما مادي والأخر

معنوي :

1

-العنصر المادي في الخطأ :

يتمثل في انحراف الشخص عن السلوك المألوف (التعدي)، ويعد هذا الانحراف إخلالاً بالتزام قانوني عام وهو "عدم الإضرار بالغير" وذلك نتيجة تقصير الشخص في إتخاذ واجب الحيطة والحذر والتبصر في سلوكه لتجنب الإضرار بالغير .

<sup>1</sup>-موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 86-87.

<sup>2</sup>-بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء الثاني، الواقعة القانونية، د.م.ج، 1999، ص 6

<sup>3</sup>-حبال أمال، المرجع السابق، ص 105 .



## الفصل الثاني

يقاس الانحراف في السلوك وفقا لمعيار موضوعي لايتغير من شخص لأخر، يتمثل في معيار الرجل العادي إذا وجد في ذات الظروف الخارجية التي أحاطت بالشخص المرتكب للخطأ، مع استبعاد ظروفه الداخلية أو الشخصية .

يتمثل في معيار الرجل العادي إذا وجد في ذات الظروف الخارجية التي أحاطت بالشخص المرتكب للخطأ، مع استبعاد ظروفه الداخلية أو الشخصية .

مما يعني أنه يؤخذ بعين الاعتبار ظرفي الزمان والمكان فقط<sup>1</sup> ويمكن تطبيق هذا المعيار لقياس أفعال تضليل المعلن في إشهاره التجاري .

ونظرا لتعدد وتنوع الأفعال التي يمكن وصفها بالخطأ، لم يحدد المشرع الجزائري صورته، وعليه يمكن أن يشمل الخطأ كل سلوك منحرف، كان عمديا أو غير عمدي (إهمال أو تقصير) وسوء كان ناتجا عن القيام بفعل إيجابي أو سلبي ، الأمر الذي يؤدي إلى توسيع نطاق الخطأ في مجال المسؤولية المدنية .

### 2-العنصر المعنوي في الخطأ :

يمكن هذا العنصر في إدراك الشخص للنتائج الضارة لسلوكه المنحرف إذا لا يتصور مساءلة شخص عن فعل ضار لا يدرك نتائجه لكونه فاقد للإدراك او التمييز<sup>2</sup>، أما بالنسبة للشخص الطبيعي بسن التمييز<sup>3</sup>، أما بالنسبة للشخص المعنوي فيتحقق الإدراك لديه من خلال تمثيله بواسطة شخص طبيعي يعبر عن إرادته في تعاملاته مع الغير .

يسأل الشخص المعنوي مدنيا وبصورة مباشرة عن كل الأضرار التي يتسبب فيها الأشخاص الطبيعيون الذين يمثلونه إزاء الغير بمناسبة إدراتهم لشؤونهم<sup>4</sup>

<sup>1</sup>-مصطفى بوبكر، المسؤولية التقصيرية بين الخطأ والضرر في القانون المدني الجزائري، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، مصر، 2015 ص 55 .

<sup>2</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 237

<sup>3</sup>-بلحاح العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، المرجع السابق، ص 63-74 .

<sup>4</sup>-مصطفى بوبكر، المرجع السابق، ص84.

## الفصل الثاني

حيث ينسب الخطأ في هذه الحالة إلى الشخص المعنوي ذاته ويعتبر الانحراف في السلوك قد وقع منه بواسطة ممثليه الذين يشكلون الطاقم المسير له، كالمدرء والجمعية العامة ومجلس الإدارة، الذين لهم صلاحية اتخاذ القرارات الحاسمة باسم ولحساب المتبوع عن أفعال تابعه<sup>1</sup>

### ب- صور الخطأ من جانب المعنن في إشهاره التضليلي :

تقوم دعوى التعويض على أساس الفعل الضار أو الخطأ ،ويستوجب هذا الشرط في مجال الإشهار التضليلي ، قيام العون الإقتصادي بارتكاب احد صور التضليل الإشهاري.

يمكن تصور الخطأ في إطار الإشهار التضليلي في حالة قيام العون الاقتصادي بفعل التضليل من خلال استعمال أساليب الكذب أو الخدع بقصد إيقاع المستهلك في الغلط، وغايته في ذلك صرف عملائه عنه وجذبهم إليه أي أن الإشهار التضليلي إذا ما أستند على تلك الأساليب غير المشروعة والتي تخالف الشروط المقررة للإشهار التجاري النزيه ،فغنه يتخذ شكلا تضليليا يقع تحت طائلة الحظر القانوني<sup>2</sup>.

### ج- سوء نية المعنن وأثرها في تحقق الخطأ من عدمه :

يتحقق الخطأ في إطار الإشهار التضليلي في حالة قيام المعنن بعرض معلومات دون أن تستند إلى حقيقة موضوعية صحيحة ،مما يؤدي إلى تضليل المستهلكين وإيقاعهم في الغلط، وطالما أن المعنن شخص محترف فلا تشترط سوء النية لديه، بل يكفي تحقق الخطأ لاعتباره مسؤولا حتى ولو كان حسن النية ولم يقصد الإضرار بالمستهلك، فعلى المعنن أن يملك من الحرص واليقظة والانتباه لصدق المعلومات التي يقدمها عندما يروج لمنتجاته أو خدماته، وعليه التأكد من الإعلان قبل بثه ،ولا يكفي لإعفائه من المسؤولية أن يدعي الجهل بذلك لأنه يفترض علمه بذلك طالما كان مهنيا محترفا.

وهذا ما نصت المادة 28 من القانون 04-02 التي ألزمت كل معنن بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه<sup>3</sup>.

### د- أطراف الإشهار التجاري المسؤولة مدنيا في الدعوى التعويضية :

<sup>1</sup>- عبد القادر العرعاري، مصادر الإلتزامات، الكتاب الثاني المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة على ضوء النصوص التشريعية الجديدة ، دار الأمان، الطبعة الثالثة الرباط المملكة العربية،2014، ص82-84 .

<sup>2</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 237 .

<sup>1</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 238 .

## الفصل الثاني

إن من يرتكب الخطأ الذي يستوجب تحقق حالة المسؤولية التقصيرية في الإشهار التضليلي هو المعلن، فهو المسؤول مدنيا بصفة أصلية عن الأضرار التي تلحق بجمهور المستهلكين بسبب تضليل رسالته الإشهارية، لكن هذا المعلن سواء كان منتج السلعة أو موزعها أو مستوردها قد يعهد لوكالة الإشهار القيام بعملية الإشهار، وتتعاقد هذه الوكالة بدورها مع وسيلة إشهارية لنشر وبث الإشهار .

### هـ- إثبات الخطأ في المسؤولية التقصيرية ونفيه :

يعتبر الخطأ في المسؤولية التقصيرية عن الأفعال الشخصية واجب الإثبات<sup>1</sup> بحيث يقع على عاتق المضرور عبء إثباته من خلال إقامة الدليل على توافر عنصر التعدي فيه متى كان الشخص مدركا لنتائج أفعاله وعلى من يدعي عكس ذلك إقامة الدليل على دعواه<sup>2</sup>.

طالما أن الخطأ في المسؤولية التقصيرية عن الأفعال الشخصية واجب الإثبات يقع عبء إثباته على عاتق من يدعيه (المضرور)، فإن عبء نفي وقوع الخطأ (نفي ما أثبته المدعي) يقع على عاتق المدعي عليه (المسؤول)، علاوة على ذلك يمكن للمسؤول عن نفسه عن طريق نفي العلاقة السببية بين الخطأ المنسوب إليه والضرر الذي أصاب المضرور وذلك من خلال إثبات السبب الأجنبي المنصوص عليه في المادة 127 من ق.م.ج

### ثانيا: وجود ضرر جراء أفعال التضليل.

يقصد بالضرر بوجه عام: "الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة المساس بحق من حقوقه أو مصلحة مشروعة له يحميها القانون، سواء كانت مادية أو معنوية"<sup>3</sup> وبناء على هذا التعريف، ينقسم الضرر بحسب طبيعته على ضرر مادي وضرر معنوي .

يتحقق الضرر في دعوى التعويض عن الإشهار التضليلي، عندما يقوم المعلن ببث إشهار يتضمن معلومات مضللة يترتب عنها خداع للمستهلكين وإيقاعهم في الغلط وغالبا ما يتمثل الضرر في هذا

<sup>1</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 245 .

<sup>2</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 245 .

<sup>3</sup>-علي الفيلاي، الالتزامات المستحق للتعويض، موفم النشر، الطبعة الثالثة، الجزائر، 2012، ص 283 .

## الفصل الثاني

المجال في الضرر المادي ، الذي يؤدي بالمساس بالمصلحة المالية الاقتصادية للمستهلك المتمثلة في خسارة ثمن المبيعات نتيجة انجذابه إلى سلعة أو خدمة معينة تحت تأثير التضليل كإساءة فهم مضمون الإشهار . فلا يعد ذلك من قبيل الإشهار التضليلي .

ويشترط شروط للمطالبة بالتعويض عن دعوى المسؤولية المدنية وعموما يشترط في الضرر حتى يستحق التعويض عنه.

- أن يتم المساس بحق أو مصلحة مشروعة ذات قيمة مادية أو معنوية<sup>1</sup>

- أن يكون محقق الوقوع ، إما وقع فعلا (الضرر الحال )، أو مؤكد الوقوع في المستقبل وتعتبر تقويت الفرصة ضرر محقق يجوز المطالبة بالتعويض عنه<sup>2</sup>.

- أن يكون الضرر مباشرا بحيث يكون نتيجة طبيعية ومباشرة لوقوع الخطأ بحيث لا يكون باستطاعة المضرور توقيه ببذل جهد معقول 3 سواء كان الضرر متوقعا أو غير متوقع .

- ألا يكون قد سبق تعويض الضرر ، فلا يجوز أن يحصل المضرور على أكثر من تعويض لإصلاح ضرر واحد<sup>3</sup>

- أن يكون الضرر قد أصاب المضرور شخصا وهذا يعني أن المطالبة بالتعويض حق للمضرور المباشر فقط سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ، لكن أحيانا يمكن إن ينعكس اثر الضرر على الغير ويسمى في هذه الحالة بالضرر المرتد ، وهذا الضرر قابل للتعويض عنه<sup>4</sup>.

يقع على عاتق المستهلك المضرور ، إثبات الضرر باعتباره مدعيا في دعوى المسؤولية المدنية ، إثبات أنه قد لحق به ضرر ناجما عن الخطأ الشخصي من المدعى عليه (المعلن) طبقا لقاعدة : "البينة على من ادعى" وللمضرور الحق في إثبات ذلك بكافة وسائل الإثبات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>-علي فيلالي، الالتزامات الفعل المستحق للتعويض، موفم للنشر، الطبعة الثالثة، الجزائر، 2012، ص 283 .

<sup>2</sup>-نائل علي المساعدة، الضرر في الفعل الضار وفقا للقانون الأردني، دراسة مقارنة مجلة المنارة المجلد 12 العدد3، 2006 ص 396 .

<sup>3</sup>-نائل علي المساعدة، المرجع السابق، ص197-400 .

<sup>4</sup>-عبد القادر العرعاري، المرجع السابق، ص 124-125 .

<sup>5</sup>-بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، المرجع السابق، ص 169 .

## الفصل الثاني

### ثالثا :علاقة السببية بين أفعال التضليل والضرر

لا يكفي لقيام مسؤولية العون الاقتصادي عن الإشهار التضليلي ومن ثم مطالبته بالتعويض ركني الخطأ والضرر فقط، بل يشترط أن يكون هذا الخطأ (أفعال التضليل في الإشهار التجاري) هو السبب المباشر في حدوث الضرر ، بمعنى أن يكون هذا الأخير متولدا عن الخطأ المنسوب للمعلن مباشرة<sup>1</sup> وإلا انعدمت مسؤوليته<sup>2</sup> ويتمثل هذا الشرط في ركن العلاقة السببية<sup>3</sup> .

### الفرع الثاني :أثار دعوى التعويض عن الإشهار التضليلي

إن قيام المسؤولية المدنية في حق المعلن ،هي وسيلة بالنسبة للمستهلك المضرور من اجل الوصول غلى غايته ألا وهي إصلاح الضرر الذي أحدثه الإشهار التضليلي به وذلك بإلزام المعلن المسؤول عنه بتعويض الضرر الذي أصاب المستهلك .

وفي هذه الحالة، يستطيع المستهلك المضرور أن يطالب بالتعويض إما أمام القضاء أو بالاتفاق مع المعلن، لكن غالبا ما يسلك المضرور طريق المطالبة القضائية للوصول إلى غايته عن طريق دعوى المسؤولية المدنية أو دعوى التعويض.

ترتبط دعوى التعويض ارتباطا وثيقا بالقواعد العامة المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>4</sup> ،لاسيما ما يتعلق منها بشروط رفع دعوى وتحديد الاختصاص القضائي لها وطرق الطعن فيها .

### أولا :شروط قبول دعوى التعويض .

---

<sup>1</sup> عبد القادر العرعاري، المرجع السابق، ص 128 .  
<sup>2</sup> -المحكمة العليا الجزائرية، غ م، 16 فبراير 1983، ملف رقم 27763 غير منشور مشار إليه في بلحاج العربي، النظرية العامة للإلتزام في القانون المدني الجزائري، المرجع السابق، ص 170 .  
<sup>3</sup> -المواد 124 و125 و126 ق.م.ج .  
<sup>4</sup> -القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر. 23 أبريل 2008، العدد 21، ص04 .

## الفصل الثاني

تتطلب ممارسة الدعوى بالنسبة للشخص الذي يمتلك الحق في الادعاء أمام القضاء، تمتعه بالمصلحة والصفة والأهلية وهذا حسب الرؤية التقليدية التي كان يتبناها المشرع الجزائري بمقتضى المادة 459 من قانون الإجراءات المدنية القديم.

أما في النظريات الحديثة ، فالأهلية لا تشكل شرطا من شروط قبول الدعوى ،ولكن شرطا لممارستها أو لصحة الخصومة<sup>1</sup> ومن ثم أصبحت الدعوى تشترط المصلحة والصفة فحسب<sup>2</sup> وهذا ما كرسه المادة 13 قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

وعليه يشترط لرفع دعوى التعويض ضد العون الاقتصادي الذي عرض إشهارا تضليليا، توافر المصلحة لدى المستهلك المضرور سواء كانت محتملة شريطة أن تكون شخصية ومباشرة مما يعني عدم جواز التقاضي عن مصلحة الغير التي تضررت، باستثناء حالة التمثيل التي تقدر فيها المصلحة نسبة لمن يقع تمثيله كالجمعيات ، علاوة على ذلك يجب أن تكون المصلحة مشروعة أي محمية قانونا ولا تخالف النظام العام والآداب العامة ، سواء كانت مادية أو معنوية.

### ثانيا : الاختصاص القضائي .

يمثل الاختصاص القضائي عنصرا إجرائيا مهما بالنسبة للمستهلك المضرور حيث يتحدد على أساسه القضاء المختص بالفصل في دعوى التعويض ،وطبقا لقانون الإجراءات المدنية والإدارية ك يقسم الاختصاص إلى نوعين :

الاختصاص النوعي :طبقا لنص المادة 32 من ق .إم.إ تختص المحكمة الابتدائية بالفصل في جميع الدعاوى المدنية بما فيها دعاوى التعويض .

الاختصاص المحلي أو الإقليمي : حسب المادة 3/39 من ق.إم.إ يؤول هذا الاختصاص للجهة القضائية التي وقع في دائرة اختصاصها الفعل الضار<sup>1</sup> ويتمثل هذا الفعل في مجال الإشهار التضليلي في خطأ المعلن الذي ترتب عنه ضرر للمستهلك .

<sup>1</sup>-أماني جمال عبد المنعم عبد الوهاب، حماية المستهلك من وسائل الدعاية والفقہ الإسلامي، رسالة لنيل درجة الدكتوراة في الحقوق، جامعة طنطا، 2010 .

<sup>2</sup>-عبد السلام ذيب، قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجديد، ترجمة للمحاكمة العادلة، موفم للنشر، الطبعة الثالثة منقحة الجزائر، 2012 ، ص 65 .

## الفصل الثاني

### ثالثا: ارتباط دعوى التعويض بالدعوى العمومية .

تظهر الصعوبة أمام المستهلك المتضرر من الإشهار التضليلي عندما تمثل هذه الممارسة جريمة ، بوصفها خطأ جنائيا مجرما قانونا ، فينشأ عنها دعوتان :دعوى مدنية وأخرى جنائية (دعوى عمومية )يربط بينهما الفعل الضار نفسه أو الخطأ الذي تسبب في حدوث ضرر مرتد عن هذه الجريمة

وفي هذه الحالة ، يتم تحريك الدعوى العمومية في مواجهة مرتكب جريمة الإشهار التضليلي أمام القضاء الجنائي ،سواء عن طريق النيابة العامة أو بطريق الادعاء المباشر من طرف المضرور مدنيا .

وعليه يمكن للمستهلك والعون الإقتصادي إذا تضرر من جريمة الإشهار التضليلي ، أن يدعي أمام قاضي التحقيق مطالبا إياه بالتعويض عن الضرر الذي أصابه<sup>2</sup> من جراء إخلال العون الاقتصادي بنزاهة الممارسات التجارية ، ويشمل هذا التعويض الخسارة اللاحقة به بما فيها الثمن الذي دفعه، مما يعفيه من عبء الإثبات الملقى على عاتقه في دعوى التعويض المدنية.

### رابعا:التعويض عن الإشهار التضليلي.

لقد نظم المشرع الجزائري أحكام التعويض في المواد 124 إلى 133 و 182 إلى 182 مكرر الذي يعتبر وظيفة التعويض هي الإصلاح<sup>3</sup> لا عقاب المخطئ .

تتمثل وظيفة التعويض في المسؤولية المدنية ، في جبر الأضرار اللاحقة بالمضرور ، من خلال تقرير التعويض عادل يتناسب مع الضرر المترتب من جراء ارتكاب الخطأ .

ويستفاد من مضمون المادة 132 ق .م ج أن التعويض قد يكون عينيا أو بمقابل .

أما بالنسبة لتقدير التعويض ينبغي على القاضي للحكم بالتعويض ، التأكد من توافر أركان المسؤولية التقصيرية، كما يتعين عليه تقدير التعويض المتناسب مع جسامة الضرر اللاحق بالمضرور دون جسامة الخطأ ، طبقا لنص المادة 131 ق .م.مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف الملازمة للمضرور

<sup>1</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 251 .

<sup>2</sup>-المادة 72 ق. إ.ج.ج .

<sup>3</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 252 .

## الفصل الثاني

أي ظروفه الشخصية ، كالظروف الصحية والعائلية والمالية... وفقا لمعيار ذاتي أو شخصي<sup>1</sup> وتكمن الصعوبة في تحديد مقدار التعويض ، في اختلاف الظروف والملابسات التي رافقت الاعتداء .

يقدر القاضي التعويض عن الضرر حسب الحالة التي وصل إليها وقت النطق بالحكم لا من تاريخ وقوعه ولا من تاريخ رفع الدعوى، كما يجوز للقضاء أن يحتفظ للمضرور بحقه في المطالبة بتعويض ما يطرأ عليه من أضرار إذا لم يتيسر للقاضي وقت الحكم تقدير مدى التعويض بصفة نهائية<sup>2</sup> .

وعلى القاضي عند تقديره للتعويض مراعاة عنصرين حسب المادة 1/182 ق م :العنصر الأول:ما لحق المضرور من خسارة سواء تمثلت في ضرر مادي أو معنوي والعنصر الثاني : ما فات المضرور من كسب يعني تفويت الفرصة ،ويقع على المضرور عبء إثبات الضرر الذي أصابه والكسب الذي فاتته.

### المبحث الثاني: الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي.

يعتبر الإعلان التجاري المضلل سببا ما أسباب الاضطراب الاقتصادي إذا تضمن هذا الأخير ادعاءات أو إشارات أو عرض خاطئ. من شأنها أن تخدع المستهلك وتؤثر فيه لدرجة أنه يقع في خطأ سببه لذلك عمدت مختلف التشريعات وعلى غرار المشرع الجزائري إلى تجريم هذه الممارسة وأصبح الجزاء الجنائي ضروريا على مرتكبي الجريمة وقد تتصف هذه الجريمة بوصف جرائم أخرى وهي جرمي النهب والخداع.

واعتبر المشرع الجزائري الإعلان التجاري المضلل جريمة لها أركانها الخاصة وترتيب مسؤولية عن الأشخاص مرتكبيها وتوقع عليهم عقوبات خاصة.

<sup>1</sup>-عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص820-821.

<sup>2</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص254 .



## الفصل الثاني

المطلب الأول: أركان جريمة الإشهار التضليلي.

اعتبر القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية للإعلان التضليلي ممارسة تجارية غير نزيهة وتم تجريم الإعلان الكاذب أو المضلل بموجب نص المادة 28 منه بنصها "دون الإخلال بالأحكام التشريعي والتنظيمية المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهار غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- 1- تتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف متنوع أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.
- 2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوافر على مخزون كاف من تلك السلع أو يمكنه ضمان التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار"<sup>1</sup>.

وقد منع المشرع الجزائري الإشهار التضليلي حرصا منه على حماية المستهلك من هذه العمليات مهما كان نوع المنتج، ومثاله ما قرره المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-37 الذي يحدد شروط وكيفيات مواد التجميل بنص المادة 12 منه "يمنع في تجارة التجميل والتنظيف البدني أن تستعمل.... وكل إجراء إشهار أو عرض أو بيع يوحي بأنه منتج يتميز بخصائص لا تتوفر".

وهنا التضليل قد ينصب على هوية أو طبيعة تركيبه أو مصدر كميات أو صفات أو كيفية أو أسباب استعمال المنتج، كما يتحقق التضليل من الأسعار عن إشهار سعر غير مطابق للسعر الحقيقي المعروض أمام المستهلك<sup>2</sup> ومن هذا يتضح جليا أن المشرع الجزائري منع مثل هذه العمليات بل وجعلها جريمة لها أركانها الخاصة والتي نتطرق لها في الفروع التالية:

الفرع الأول: الركن الشرعي.

<sup>1</sup> - القانون رقم 02-04 ، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - مضمون المادة 12 من المرسوم التنفيذي 97-37 المؤرخ في جانفي 1997 يحدد شروط وكيفيات مواد التجميل، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-117 المؤرخ في 18 أفريل 2010، ج. ر العدد 26، الصادرة في 21 أفريل 2010.

## الفصل الثاني

يعتبر الركن الشرعي من الأركان الأساسية للجريمة حيث تنص المادة 01 من قانون العقوبات الجزائري " لا جريمة ولا عقوبة ولا تدابير من غير قانون" ومنه فيقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة يضع لها عقابا، ولا نسمي الجريمة دون نص شرعي<sup>1</sup>.

ولقد نصت المادة 28 من قانون الممارسات التجارية على الحالات جاءت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر

الحالة الأولى: الإشهار المفضي إلى التضليل.

من خلال البند الأول من المادة 28 فإنه يعتبر إشهار غير مشروع وممنوع كل إشهار "يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو خدمته أو سلميته أو وفرته أو مميزاته".

من خلال الفقرة فإنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلا بل يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي إلى تضليل المستهلك لاعتباره غير مشروع<sup>2</sup>

ولقد واجه المستهلك في نصوص تشريعية أخرى منها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث نص المشرع المادة 04 منه على الحالات التي ترفض فيها تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهي 09 حالات نذكر منها الحالة 05 و06 والتي تهمنا في ما يخص الإعلان المضلل، مثال ذلك "إذا كانت العلامة تتضمن رموزا تحمل من عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو إلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف الدولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت بها السلطة بهذه الدولة أو المنظمة بذلك.

لأخذ وضع هذه الرموز على المنتج أو الخدمة من شأنه أن يتوهم أن هذا المنتج أو الخدمة تم إنتاجها في الدولة المستخدمة لهذه المنتجات كما يعتبر إعلانا مضللا ذلك الذي تدعي فيه شركة معينة أنها تنفرد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-الأمر رقم 66-56 المتضمن القانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم، المصدر السابق.

<sup>2</sup>-عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير قسم العلوم القانونية والإدارية لكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2005/09/19

## الفصل الثاني

الحالة الثانية: الإشهار المفضي إلى اللبس.

تنص المادة 28 في بندها الثاني على أنه يعتبر إشهارا تضليليا غير شرعي وممنوعا إذا كان يتضمن عناصر قد تؤدي إلى اللبس مع بائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطاته.

و في هذه الحالة أشارت المادة على صورة من صور التطفل التجاري على النشاط المنافس، فالإعلانات التجارية المقارنة تفضي إلى اللبس بالنسبة للمستهلكين بشأن السلعة أو الخدمة المنشأة تجارية منافسة، وقد تخرج هذه الصورة من الإعلان التجاري لتأخذ صورة التقليد لمنتجات وخدمات أو إشهار عون إقتصادي منافس<sup>2</sup>.

الحالة الثالثة: الإشهار المضخم:

تنص المادة 28 في فقرتها الثالثة على أنه "يعتبر إشهار غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".  
فالمشروع في الأصل هو وسيلة صادقة لإعلام المستهلك الذي يتأثر سلوكه الاستهلاكي لا محالة بمضمون الإشهار، كما أن الإشهار يؤثر على سلوك باقي الأعوان الاقتصاديين.

وعليه فإن كان مضمون الإشهار يضخم من مقدرات العون الاقتصادي على نحو يوحي بقدرته على تلبية حاجيات المستهلك من سلعة أو خدمة معينة في حدود ما يستشف صراحة أو ضمنا من الإشهار فإن هذا سيبيح الثقة في نفس المستهلك. من جهة ومن جهة أخرى يجعل بعض الأعوان الاقتصاديين الآخرين يوجهون نشاطاتهم نحو سلع وخدمات يحتاجها المستهلك ونتيجة نقص العرض بشأنها وبهذا يتوازن العرض والطلب حسب قواعد السوق أ فإن كان الإشهار مضخما وكانت قدرات العون الاقتصادي<sup>3</sup> صاحب الإشهار لا تمكنه من تغطية طلبات المستهلكين من سلع وخدمات على النحو الذي

<sup>1</sup>-المادة 07 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ليوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر العدد 44 الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

<sup>2</sup>-بن قري سفيان، حدود مشروعية الإعلان التجاري، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص 263.

<sup>3</sup>- عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 135.

## الفصل الثاني

يوحي به إشهاره إنعكس ذلك على توازن السوق فيقل العرض مقابلة مع الطلب وهو ما سيتبع عجز السوق عن تلبية حاجيات المستهلكين وما يرافق ذلك من ارتفاع كما أن الإشهار المضخم يعد من الوسائل التي لا تستعمل في التخفيض المصطنع للأسعار قصد إلحاق الخسارة بالمنافس وهذا النوع حظره المشرع في المادة 06 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة والتي تنص "تحظر الممارسات والأعمال المديرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى :

- الحد من الدخول إلى السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها .

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات والتطور التقني .

- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل .

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها

- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين ، مما يحرمهم من منافع المنافسة .

- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لتبقى لهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود

سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية<sup>1</sup>

الفرع الثاني :الركن المادي .

لقيام جريمة الإعلان التجاري الكاذب والمضلل لابد من وجود ركن مادي ولقيام هذا الأخير في

الجريمة يجب أن تتوفر 03 شروط أو عناصر في الإعلان لكي يكون مضللاً.

أولاً:وجود إشهار مسبق :

ضرورة وجود إشهار مسبق ،ويكون قد تم بثه لحساب شخص معين يدعى المعلن وهذا لجلب

جمهور المستهلكين ،فالإشهار هو فعل ذو تأثير نفسي على الجمهور يهدف إلى تحقيق الربح وهذا ما

<sup>1</sup>-الأمر 03/03 ، المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1224 هـ الموافق ل19 يونيو سنة 2003 م ، المتعلق بالمنافسة ، ج ر

العدد43 ، الصادر بتاريخ 20 جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق ل 20 يونيو م ، ص 27

## الفصل الثاني

حاول المشرع الجزائري إبرازه في المادة 02 فقرة 08 من مرسوم 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش "الإشهار جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية أي أن الإشهار هو عمل فني تجاري يهدف إلى تحقيق الربح<sup>1</sup>

ثانيا : أن يكون الإشهار خادعا أو بطبيعته يدفع إلى الغلط :

لابد أن يكون من شأن الإشهار خلق تصور خاطئ عن السلعة محل الإشهار ، أدى إلى وقوع المستهلك في غلط حول فائدة هذه السلعة بالنسبة إليه ومدى تلبيتها إلى الحاجة التي يرمي إليها<sup>2</sup>

ثالثا: أن يكون الإشهار الكاذب أو المضلل واقع على أحد العناصر المحددة في القانون :

يجب أن ينصب الإشهار الكاذب أو المضلل على واحدة أو أكثر من عناصر المنتج أو الخدمة محل الإشهار والتي حددها القانون وصنفها صنفين :

الصنف الأول : يتعلق بالكذب الذي ينصب على العناصر الداخلية للمنتج أو الخدمة .

إن الكذب أو التضليل في الإعلان قد ينصب بالمنتج ذاته أو الخدمة والتي نقصد بها مجموع العناصر المميزة لهما والتي تكون دافعا للإقبال عليهم ، ويكون هناك كذب أو تضليل إذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء .<sup>3</sup>

الصنف الثاني : الكذب أو التضليل الخرج عن ذات المنتجات أو الخدمات .

قد يكون محل الكذب أو التضليل متصلا بذاتية المنتجات أو الخدمات عنها ، أو مستقل عن المنتج أو الخدمة ، إذا أنصب الدافع للبيع وشروطه ، وأوضاع الوفاء وكذلك التزامات المعلن وكل هذه في القانون 09/03<sup>1</sup> .

<sup>1</sup>-أنظر المادة 02 فقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 03 رجب عام 1410 هـ الموافق ل30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر العدد 05، الصادر في 04 رجب عام 1410 هـ الموافق ل31 يناير 1990 م ص 203.

<sup>2</sup>-عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي، الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2007، ص 75 .

<sup>3</sup>-محمد بوراس، المرجع السابق، ص 373 .

## الفصل الثاني

الفرع الثالث : الركن المعنوي .

يقصد بالركن المعنوي للجريمة هي سوء نية المعلن للإعلان الكاذب والمضلل والذي يتطلب قصد جنائي عام أو خاص والمقصود بالقصد الجنائي العام انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق الجريمة بأركانها الكاملة ، كما حددها القانون : وهو عالم بذلك؟<sup>2</sup> أما المقصود بالقصد الجنائي الخاص هو اتجاه إرادة الجاني إلى تحقيق غرض خاص، وهو يتمثل في جريمة الإعلان التجاري المضلل نية المعلن وقصده في تضليل المستهلكين ودفعهم لاقتناء السلع على أساس الإعلان المضلل .

لذلك تنص المادة رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على وجوب توفر عنصر النية لدى العون الاقتصادي القائم بالإشهار وهذا ما يؤدي بنا إلى طرح السؤال الآتي : هل يجب أن يتوفر سوء النية عند العون الاقتصادي لقيام جريمة الإعلان التضليلي أم أنها جريمة مادية يكتفي فيها بإتيان الفعل بغض النظر عن قصد صاحبه ؟

في غياب أي اجتهاد قضائي جزائري نخرج على القضاء الفرنسي الذي استقر في نهاية المطاف على أن جريمة الإعلان التضليلي جريمة غير عمدية وتقوم على مجرد إهمال أو عدم تبصر المعلن سواء كان حسن النية وحجتهم في ذلك أن سلطة الاتهام غير ملزمة بإثبات سوء النية، ما دام أن القانون قد أقام قرينة المسؤولية على عاتق المعلن وأنه افترض قيام الركن تيسر للعقاب وهو ما يؤدي إلى تحقيق ردع أكثر فعالية ، وهو أمر ينسجم معه الاتجاه العام في تشديد المسؤولية عن طرق افتراض سوء نيتهم<sup>3</sup>.

المطلب الثاني : إجراءات المعاينة والتحقيق .

<sup>1</sup> - أنظر المادة 11 من القانون 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هـ الموافق لـ 25 فبراير سنة 2009م المتعلق بحماية

المستهلك وقمع الغش، ج.ر العدد 15 الصادر بتاريخ 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق لـ 08 مارس 2009، ص 15

<sup>2</sup> - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص (الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال )، ط 7، دار هومة، الجزائر

، سنة 2007، ص 327

<sup>3</sup> - بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 36.

## الفصل الثاني

وضع المشرع الجزائري قائمة الأعوان المكلفين بالمعاينة والتحقيق في الجرائم المتعلقة بالإعلان المضلل، كما بين أيضا المهام المنوطة لهم والتي يتم تأديتها للوصول على حقيقة المخالفة المرتكبة وهذا ما يتم تفصيله في الفروع التالية:

الفرع الأول: الأشخاص المكلفون بمعاينة الجرائم .

بالرجوع إلى قانون الممارسات التجارية في نص المادة 49 حدد المشرع الجزائري الأشخاص الذين أسندت إليهم مهمة القيام بالمعاينة والتحقيق في جريمة الإعلان التجاري المضلل حيث نصت المادة على أنه: "في إطار تحقيق هذا القانون ، يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه ، الموظفون الآتي ذكرهم :

-ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية.

- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة .

- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية .

- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض<sup>1</sup>

1-ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية .

فإنه حسب هذا القانون المادة 15 منه ، فيتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية . رؤساء المجالس الشعبية، ضباط الدرك الوطني ن محافظو الشرطة ذوي الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل أو وزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة، مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب ضباط الصف التابعين للأمن العسكري.<sup>2</sup>

2-المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة .

<sup>1</sup> -القانون رقم 04-02، المتعلق بالممارسات التجارية، المصدر السابق.

<sup>2</sup> -المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم بالأمر رقم 95-10 المؤرخ في 25 فبراير 1995، ج ر العدد 11، ص 3

## الفصل الثاني

وهي مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار وهي عبارة عن موظفين مؤهلين للقيام بتحريرات المراقبة قصد تفادي مخاطر صحة المستهلك والتي تمس مصالحه المادية<sup>1</sup>.

3- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية .

أضافت المادة 49 من القانون 04-02 من أجل معاينة جريمة الإعلان التجاري المضلل

4-أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة والمرتبون في الصنف 14 على الأقل والمعنيون لهذا الغرض

الذين يجب أن يؤذوا اليمين وأن يفوضوا للعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها<sup>2</sup> حيث أنهم أثناء تأدية مهامهم لهم حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين، وكذا فتح الطرود<sup>3</sup> ولهذا فرض لهم القانون حماية في حالة معارضة الرقابة أو عرقلة مهامهم أثناء تأديتهم عملهم ويعاقب عليها من ستة (06) أشهر إلى سنتين (02) وبغرامة من 100.000 دج إلى مليون دينار (1000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين.

الفرع الثاني :إجراءات قيام الأعوان بمهامهم .

حدد القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية إجراءات معينة يقوم بها الأعوان وتتلخص فيما

يلي :

أولا:دخول الأماكن الموجود فيها المنتجات.

أجاز القانون للأعوان بالرقابة حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب وأماكن الشحن.

<sup>1</sup>-المادة 22 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المصدر السابق .

<sup>2</sup>-المادة 49 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق .

<sup>3</sup>-المادة 52 ، من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،المصدر نفسه.



## الفصل الثاني

والتخزين وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقاً لأحكام قانون الإجراءات الجزائية<sup>1</sup> وذلك عن طريق ترخيص من وكيل الجمهورية بحضور ضباط الشرطة القضائية ونهاراً قبل الساعة الثامنة وبعد الساعة السادسة صباحاً كما أجاز القانون أيضاً لأعوان الرقابة الاستعانة بالقوة العمومية للقيام بأعمالهم ومن يمنع أو يعرقل مهام الأعوان يعد قد ارتكب مخالفة توصف بمعارضة المراقبة وفرضت عليه عقوبة 06 أشهر إلى سنتين وغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين .

وقد حددت المادة 50 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية أيضاً القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية دون أن يمنعوا من ذلك بحجية السير المهني<sup>2</sup>.

ثانياً: تحرير المحضر :

بعد الانتهاء من التحريات والتحقيقات والتأكد من وجود خرق لقواعد الإعلان التجاري، تثبت الجرائم المتعلقة بالإعلان التجاري الكاذب أو المضلل في محضر يقوم بتحريره الموظفون المؤهلون بالمعاينة والتحقيق<sup>3</sup> كما حددت نص المادة 56 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية بيانات يجب أن يتبناها المحضر :

- تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعاينات المسجلة .
- هوية وصفة المواطنين الذين قاموا بتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم .
- تصنيف المخالفة حسب أحكام هذا القانون والاستناد إلى النصوص التنظيمية المعمول بها.
- العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-المادة 52 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،المصدر السابق.

<sup>2</sup>-القانون 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر نفسه.

<sup>3</sup>-بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 257.

<sup>4</sup>-المادة 56، من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

## الفصل الثاني

وقد تحرر المحاضر طبقا لنص المادة 57 من القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية في ظرف ثمانية أيام من تاريخ ابتداء نهاية التحقيق وتكون المحاضر المحررة تحت طائلة البطلان إذا لم توقع من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة ، كما توقع من طرف المخالف (المعلن ) في حالة رفضه أو غيابه أو عدم حضوره بعد التبليغ الموجه له بالحضور أثناء تحرير المحاضر ،ويقيد ذلك في المحضر<sup>1</sup>.

ولقد حددت المادة 31 أيضا من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش البيانات الواجب توفرها في المحضر وهي :

- تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة .
- ذكر وقائع المعاينة .
- ذكر المخالفات المسجلة .
- ذكر هوية الأعوان الذين قاموا بالمخالفة .
- ذكر هوية ونسب ونشاط العون المتدخل المعني بالرقابة .
- توقيع من طرف الأعوان الذين قاموا بالرقابة ،وتوقيع العون الاقتصادي المعني بالرقابة وفي حالة الرفض ، أو أن المحاضر حررت في غيابه يؤشر على ذلك في المحضر<sup>2</sup>.

### -ثالثا:حجية المحضر .

قد اعترف القانون بهذه المحاضر بحجة قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير ،حيث نصت المادة 58 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية" مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون تكون المحاضر والتقارير والتحقيق حجة قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير، إذن المحاضر المحررة من طرف الأعوان والموظفين وكذا أعوان الشرطة القضائية الموكلة لهم سلطة الضبط القضائي طبقا للمادة المذكورة أعلاه

<sup>1</sup>-المادة 57، من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

<sup>2</sup>-المادة 31 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،المصدر السابق.

## الفصل الثاني

والمستوفية لكافة الشروط القانونية لها حجة حتى يطعن فيها بالتزوير<sup>1</sup>، أي أن القاضي ملزم بما ورد فيها إلى غاية أن يثبت تزويرها، حتى وإن كانت تخالف قناعة القاضي، إذ يفترض صحة ما جاء فيها فلا يجوز إثبات عكس ما ورد فيها إلا عن طريق التزوير، ولا تعتبر على سبيل الاستدلال.

### أ-حجية المحاضر في قانون العقوبات :

التكليف القانوني للجرائم الماسة بالإعلان التجاري جميعا جريمة النصب جريمة الخداع، جريمة الإعلان التضليلي، تطبيقا للمادة 05 من قانون العقوبات المفعلة بالقانون المعدل والمتمم لقانون العقوبات.

المشروع الجزائري ينص في المادة 215 من قانون الإجراءات الجزائية، لم يقر لهذه المحاضر أي حجة في الإثبات في الجرح، واعتبرها مجرد استدلالات حيث أن المحاضر المتعلقة بجمع الاستدلال والتحقيق الابتدائي والمحاضر المتعلقة بإثبات الجرح منصوص على أنه لا تلتزم المحكمة بالاخذ بما جاء فيها.

إلا أن المشروع أدرج عبارة في آخر نص المادة 215 من قانون الإجراءات الجزائية المذكورة أعلاه ..... "ما لم ينص القانون على خلاف ذلك"، مما يفهم من خلاله أن الأصل قد يرد عليه استثناء، والاستثناء لا يكون بنص ولذا يجب علينا بالرجوع إلى كل من القانونيين 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>2</sup>.

### ب-حجية المحاضر في قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

نص المشروع الجزائري في المادة 31 الفقرة 04 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وتكون للمحاضر المنصوص عليها في الفقرات السابقة حجة قانونية حتى يثبت العكس، وعليه فإن المحاضر التي يحررها الأعوان المؤهلون المذكرون بنص المادة 31 فقرة 04 من القانون المذكور أعلاه موثوق بها وما جاء فيها صحيح إلى غاية أن يثبت العون الاقتصادي الذي حرر المحاضر ضده عكس ما جاء فيه، والإثبات يكون بالكتابة أو بشهادة الشهود طبقا للمادة 400 من قانون

<sup>1</sup>-المادة 58 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

<sup>2</sup>-بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 259 .

## الفصل الثاني

الإجراءات الجزائية ولحبذا لو أن المشرع الجزائري أخذ بنفس القيمة الثبوتية للمحاضر التي جاء بها القانون 02-04 حتى يطعن فيها بالتزوير<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: إجراءات المتابعة القضائية.

قبل اللجوء للطريق القضائي وجب على المستهلك والعون الاقتصادي استنفاد الطريق الودي وهي المصالحة ، فالأصل العام يقضي بالمسائلة عند ارتكاب الجرم إلا أنه يمكن الوصول إلى غاية المقصود منها عند رفع دعوى جزائية دون الحاجة لرفعها<sup>2</sup>.

لكن يجب الإشارة إلى أن نطاق المصالحة في قانون 02-04 لا يشمل جريمة الإشهار غير المشروع وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع المحددة أما نطاق الصلح في قانون 03-09 يشمل على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم دون جريمة الخداع لأن هذه الأخيرة تطبق عليها العقوبة السالبة للحرية لذا سندرسها في إطار القانون 02-04<sup>3</sup>.

فأقر المشرع الجزائري حماية للمستهلك لاستفاء حقه في حالة تضرره من الإشهار الكاذب والمضلل دون انتظار مدة طويلة وذلك عن طريق المصالحة بينه وبين العون الاقتصادي ولتنتج هذه الأخيرة آثارها القانونية يجب أن تتوفر على الشروط الموضوعية المتمثلة في أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود وأن تكون العقوبة المقررة غرامة<sup>4</sup>، أما فيما يخص الإدارة ممثلة بالشخص المختص قانونا لإجراء المصالحة حسبما حدده المشرع في نص المادة 61 من قانون 02-04.

أما بالنسبة للشروط الإجرائية تتمثل في اقتراح المصالحة على مرتكبي المخالفة أين تقوم به الإدارة المختصة بواسطة الموظفين المؤهلين ، وقررا السلطة المختصة المتمثلة في المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يقوم إما بالموافقة على قرار الصلح أو الرفض ففي الموافقة يستفيد المتدخل بتخفيض قدره 20 بالمائة من مبلغ الغرامة المطبقة .

<sup>1</sup> -بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 260 .

<sup>2</sup> -عيساوي زاهية، الحماية الجنائية من الإشهارات الكاذبة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد خاص، 2015، 138 .

<sup>3</sup> -دناقير إيمان، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر الأكاديمي، تخصص: القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013

<sup>4</sup> -المادة 60 من القانون 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

## الفصل الثاني

أما في حالة عدم القيام بالطريق الودي أو رفض مرتكب الجريمة للمصالحة يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي من أجل متابعة المتدخل جنائيا وذلك عن طريق تحريك الدعوى العمومية إما من طرف النيابة العامة التي تباشرها باسم المجتمع<sup>1</sup> أو من طرف المتضرر وجمعيات حماية المستهلك، ثم بعد ذلك مباشرة التحقيق من طرف قضاة التحقيق ، وصولا إلى المحاكمة<sup>2</sup>.

### الفرع الأول: تحريك الدعوى العمومية .

#### 1- النيابة العامة:

إن النيابة العامة هي المختصة بتحريك الدعوى العمومية واستعمالها بوصفها سلطة الاتهام، وهي في ذلك تمثل المجتمع في ممارسة حقه في الكشف عن مرتكب الجريمة وعقابه لكن القانون يقيد سلطة النيابة في تحريك الدعوى العمومية في بعض الأحوال فيستلزم صدور شكوى أو إذن أو طلب<sup>3</sup> وكيل الجمهورية عندما يتلقى المحاضر والشكاوى المرسله من طرف الأعوان ذوي الصفة الضبطية أو المخولة إليهم من طرف المدير الولائي للتجارة، وبعد فحصها قد يتراءى له أنه لا مجال للسير في الدعوى، فيأمر بحفظها في مقرر يكون قابل دائما للمراجعة ويعلم به الشاكي في أقرب الآجال، أو مباشرة الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي يقع بها مقر عمله.

فاختصاص قاضي التحقيق يكون بناء على طلب من وكيل الجمهورية ، أو عن طريق شكوى مصحوبة بإدعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادة 67 و 73 من قانون الإجراءات

<sup>1</sup>-انظر المادة 29 من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 جويلية 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج. عدد 48 مؤرخ في 10 جويلية 1966 معدل ومتمم .

<sup>2</sup>-دناقير إيمان، المرجع السابق، ص 48 .

<sup>3</sup>-أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، ج 01 ط 1999، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ص 27-28 .

## الفصل الثاني

الجزائية الجزائري ، أما في حالة التلبس فيباشر قاضي التحقيق السلطات المخولة له بموجب المادة 57 من القانون المذكور أنفا<sup>1</sup>

### 2-قاضي التحقيق:

تنص المادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية على أن التحقيق وجوبي في مواد الجنايات أما في مواد الجنح فيكون اختياريا كما يجوز إجراءه في مواد المخالفات إذا طلب وكيل الجمهورية<sup>2</sup> ويباشر قاضي التحقيق إجراءات التحقيق عن طريق استجواب المتهم وسماع الشهود والانتقال للمعاينة والتفتيش ، وبعد الانتهاء من التحقيق فإذا كانت الوقائع لا تشكل أي وصف جنائي، أو يستفاد من أسباب إباحته أو موانع المسؤولية ، وإن الدعوى أنقضت بأحد أسبابها يصدر أمر بالأوجه للمتابعة أو بانتفاء وجه الدعوى العمومية طبقا للمادة 163 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري والتحقيق هو نشاط إجرائي تباشره سلطة قضائية مختصة بالتحقيق حيث تنص المادة 3/38 من قانون الإجراءات الجزائية على أنه "يختص بالتحقيق في الحدث بناء على طلب من وكيل الجمهورية أو شكوى مصحوبة بإدعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادتين 67 و73<sup>3</sup>

### أ-الطلب الافتتاحي لإجراء التحقيق:

هو الطلب الذي بمقتضاه يلتزم وكيل الجمهورية من قاضي التحقيق القيام بإجراءات التحقيق في قضية ما (المادتين 67-38 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري) مثل الإضرار بصحة المستهلك جراء فساد المواد الغذائية والقاعدة أن النيابة العامة هي الجهة الأصلية صاحبة الاختصاص الأصيل في التحقيق الابتدائي<sup>4</sup>.

### ب-تلقي الشكوى المصحوبة بادعاء مدني:

<sup>1</sup> -بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص265-266 .

<sup>2</sup> -المادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المصدر السابق.

<sup>3</sup> - بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص267 .

<sup>4</sup> احمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، ط1دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005 ص 404 .

## الفصل الثاني

طبقا لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري يجوز لكل شخص يدعي مدنيا (مستهلك) بأن يتقدم بشكواه أمام قاضي التحقيق المختص<sup>1</sup>.

وبعد التأكد من دفع مبلغ الكفالة يقوم قاضي التحقيق بعرض الشكوى على وكيل الجمهورية في أجل خمسة أيام وذلك لإبداء رأيه ، ويجب على وكيل الجمهورية أن يبدي طلباته في أجل خمسة أيام من يوم التبليغ وهذا ما نصت عليه المادة 73 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري<sup>2</sup>.

### 3-المستهلك (الطرف المضرور):

طبقا لنص المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية أنه يجوز للطرف المضرور أن يحرك الدعوى العمومية ويسمى المدعي المدني ، بسبب ما لحقه به من صرر وفق الأوضاع والأحكام التي يحدده قانون الإجراءات الجزائية، وفي مثل هذه الحالات يجوز للنيابة العامة تحريك الدعوى العمومية دون قيد فيما عدا الحالات التي يستثنىها القانون ،فإذا كان الحق في الدعوى المدنية يتعلق بحق خاص في تعويض الضرر فتتص المادة 2/1 من قانون الإجراءات الجزائية "يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة بكل من أصابهم شخصا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة "فإن الدعوى العمومية تتعلق بحق عام وهو المطالبة بتطبيق القانون تطبيقا صحيحا بالوصول إلى تقرير مدى حق الدولة في العقاب فإن القانون يسمح للمضرور بالجريمة أيضا بتحريك الدعوى العمومية بالادعاء مدنيا أمام القضاء الجنائي يطالب إياه الحكم له بالتعويض عن الإضرار التي لحقته من الجريمة<sup>3</sup>

### 4-جمعيات حماية المستهلك .

<sup>1</sup>-المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم رقم 06-22 في 20 ديسمبر 2006. ج . العدد 84 ص

10

<sup>2</sup>-المادة 73 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 82-03 المؤرخ في 13 فبراير 1982، ج ر

العدد 7، ص08 .

<sup>3</sup>-عبد الله أوهانية، شرح قانون الإجراءات الجزائية"التحري والتحقيق".د.ط. دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر 2007 ص93-34

## الفصل الثاني

لقد سمح المشرع الجزائري لهذه الجمعيات في الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك أمام القضاء وأيضا يمكن أن تتأسس كطرف مدني<sup>1</sup> وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين، ولجمعيات حماية المستهلك الحق في الإنضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: إجراءات المحاكمة .

يختص في الفصل في الجرائم المتعلقة بالإعلان التجاري قسم الجرح على مستوى المحكمة التي تقع بدائرة اختصاصا محل وقوع الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض عليهم طبقا لنص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري<sup>3</sup>

وتختص المحكمة المطروح عليها النزاع بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعا عن نفسه، ولها مناقشة أدلة الإثبات التي تعتبر على سبيل الاستدلال إلا أن الجرائم المتعلقة بالإعلان التضليلي لاسيما جريمة الإعلان التضليلي المنصوص عليها بالمادة 28 من القانون 04-02 والتي قرر فيها محاضر بالشروط والأشكال القانونية التي تعتبر ملزمة للقاضي، حتى وإن خالفت قناعته، وإلى غاية أن يطعن فيها بالتزوير<sup>4</sup>.

### 1-الحكم في الدعوى العمومية :

الحكم هو أهم الإجراءات التي يتخذها القضاء في الدعوى الجنائية ، فهو الغاية التي تسعى إليها النيابة العامة عند إقامتها على متهم بعينه وهو الذي يحدد سلطة الدولة في العقاب ، وكذلك هو غاية وهدف المتهم لأنه يريد من خلاله أن يثبت براءته مما اتهمته به النيابة أو على الأقل يسعى للحصول على أخف عقوبة ممكنة إذا تقررته إذانته<sup>5</sup> حيث جاء في نص المادة 309 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري أنه يتم النطق بالحكم سواء بالإدانة أو بالبراءة في جلسة علانية ، وبحضور المتهم وجاءت ف

<sup>1</sup>-أنظر المادة 23 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup>-ملال نوال، المرجع السابق، ص 170 .

<sup>3</sup>-بن خالد فاتح، المرجع السابق، ص 267

<sup>4</sup>-المادة 58 من القانون 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

<sup>5</sup>-أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 437.



## الفصل الثاني

الفقرة الثالثة من المادة 310 م قانون الإجراءات الجزائية الجزائري على الرئيس أن يتلو في الجلسة مواد القانون التي طبقت .

ويشترط القانون أن يكون الحكم في الدعوى الجزائية يتضمن عدة بيانات نصت عليها المادة 314 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري ونوجزها فيما يلي :

- بيان الجهة القضائية التي أصدرت الحكم .
- بيان تاريخ النطق بالحكم .
- ألقاب وأسماء الرئيس والقضاة المعنيين ،وممثل النيابة العامة وأمينة الضبط والمترجم وجوده .
- هوية المتهم وموطنه ومحل إقامته ... الخ .
- بيان وقائع الجريمة التي هي موضوع الاتهام .
- ذكر الأسئلة والأجوبة التي أعطيت وفقا للمادة 30 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري وما يليها .

-بيان العقوبة المحكوم بها ومواد القانون المطبقة .. الخ .

### 2-الطعن في الحكم :

إن الحكم قد يصدر مشوبا ببعض الأخطاء الإجرائية أو الموضوعية أو يتبين بعد صدوره ما يجعله منافيا للواقع أو القانون ، الأمر الذي يتعين معه فتح باب الطعن في هذا الحكم ، ويتبين من ذلك أن طرق الطعن تؤدي دورا إصلاحيا للحكم الجنائي بقصد ضمان الوصول للحقيقة وحسن تطبيق القانون وتحقيق أهدافه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-احمد محمد محمود علي خلف ، المرجع السابق ، ص 444

### الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الإشهار التضليلي .

بالرجوع للنصوص القانونية المتعلقة بتجريم الإشهار التضليلي سواء في القانون الجزائري يمكن تقسيم العقوبة كجزاء جنائي مقرر على ارتكاب هذه الجريمة إلى نوعين :عقوبات أصلية أخرى تكميلية .

أولاً: العقوبات الأصلية المقررة لجريمة الإشهار التضليلي.

تتمثل هذه العقوبات حسبما قرره النصوص القانونية في عقوبتي الحبس والغرامة وهذا ما سيتم بحثه في معرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية للمستهلك.

#### أ-عقوبة الحبس :

إن جريمة الإشهار التضليلي تأخذ وصف الجنحة ،فإن مدة هذه الجريمة ينبغي أن تتراوح ما بين حد أدنى يقدر بشهرين وحد أقصى لا يمكن أن يتجاوز خمس (5) سنوات إلا الحالات الاستثنائية .

## الفصل الثاني

المشرع الجزائري لم ينص على العقوبة السالبة للحرية كجزاء جنائي لجريمة الإشهار التضليلي مكتفيا بالغرامة فقط<sup>1</sup>.

### ب- الغرامة المالية :

تعد الغرامة أحد العقوبات الأصلية المنصوص عليها في المادة 05 من قانون العقوبات والتي يتوافر فيها مقومات وخصائص العقوبة الجنائية باعتبارها إيلا ما ينال من الحقوق المالية للمحكوم عليه بها، لكن يراعي في تقديرها جسامه الفعل المرتكب ودرجة الإثم والمسؤولية حتى تحقق غرض العقوبة في الزجر والردع.

### ج- وقف تنفيذ العقوبة في جريمة الإشهار التضليلي.

يقصد بوقف تنفيذ العقوبة، الإعفاء من تنفيذ العقوبة المحكوم بها خلال فترة معينة، شريطة عدم ارتكاب جريمة أخرى أو صدور حكم آخر بالإدانة خلال هذه الفترة، و ترجع سلطة إصدار الأمر بالاستفادة من وقف تنفيذ أو عدم التنفيذ منه إلى الجهة القضائية المختصة بصفة جوازية .

والجدير بالذكر، أن القانون 04-02 لم ينص على تطبيق نظام وقف تنفيذ العقوبة فيما يتعلق بالعقوبات الواردة فيه، بما في ذلك عقوبة الغرامة المحكوم بها على العون الاقتصادي المرتكب لجريمة الإشهار التضليلي.

### ثانيا :العقوبات التكميلية المقررة لجريمة الإشهار التضليلي.

تتمثل في هذه العقوبات في : الحجز والمصادرة والغلق الإداري للمحلات التجارية ونشر قرار الإدانة وهذه العقوبات جوازية يمكن للقاضي الحكم بها أو استبعادها.

### 1-الحجز على البضائع والتجهيزات :

يجوز للأعوان المكلفين بالتحقيق في جريمة الإشهار التضليلي بعد ثبوت ارتكاب العون الاقتصادي لها، القيام بحجز البضائع أيا كان مكان وجودها ، كما يمكنهم حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في

<sup>1</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص 217 .

## الفصل الثاني

ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية<sup>1</sup> ويجب أن تكون المواد المحجوزة محل محضر جرد معد وفق الإجراءات المحددة في المرسوم التنفيذي المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة<sup>2</sup>.

يأخذ الحجز حسب مضمون المادة 40 من القانون 02-04 إحدى الصورتين، إما حجز عيني أو اعتباري.

### 2-المصادرة :

إن المشرع الجزائري فقد عرفها بأنها "الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء"<sup>3</sup>

تتمثل المصادرة في مجال حماية المستهلك في وضع المنتجات أو العتاد والتجهيزات موضوع المخالفة أو التي استعملت في ارتكابها ، بين يدي السلطة الإدارية للحفاظ عليها، وتكمن علة مصادرة هذه الأشياء في تفادي إحتمال إرتكاب الجاني لجرائم أخرى في حالة استمرار حيازته لها<sup>4</sup>.

### 3-غلق المحلات التجارية.:

يقصد بعقوبة غلق المحلات منع مرتكب الجريمة من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه فيها بل إغلاقها وفحوى هذه العقوبة هو أن المحل التجاري هو الوسيلة التي تساعد وتهيئ الظروف الملائمة للعون الاقتصادي من أجل اقتراف جريمته، وذلك أن إستمراره في العمل بالمحل التجاري سيؤدي لا محالة على وقوع جرائم جديدة منه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>-المادة 39 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة الثامنة من القانون 10-06 .

<sup>2</sup>-تطبيقا للمادة 39 في فقرتها الثانية من القانون 02-04 السالفة الذكر، صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-472 المؤرخ في 13 ديسمبر 2005 المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، ج.ر. 14. ديسمبر 2005 العدد 81 ص12-14 .

<sup>3</sup>-المادة 15 ق.ع.ج.المعدلة بموجب القانون 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج.ر. 24. ديسمبر 2006 العدد 84 ص 13 .

<sup>4</sup>-روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر 2014 ،ص329

<sup>5</sup>-محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، دار النهضة، مصر، 2008.

## الفصل الثاني

لقد منح المشرع الجزائري للوالي المختص إقليميا صلاحية التدخل في المجال الاقتصادي من خلال إتخاذه لقرار غلق المحلات بناء على إقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة.

### 4-نشر القرار الصادر بالإدانة أو لصقه:

يعد نشر القرار الصادر بالإدانة من أهم وأكثر العقوبات التكميلية فعالية في مجال الاستهلاك ويتحقق الأثر الرادع له في كونه عقوبة تصيب المحكوم عليه في شرفه وسمعته مما يساهم في الحد من الجرائم الماسة بالمستهلك التي يكون الباعث على إرتكابها الطمع والجشع والسعي إلى تحقيق الربح غير المشروع ويتطلب للحكم بهذا النشر إقترانه بعقوبة أصلية<sup>1</sup>.

لقد خول المشرع الجزائري سلطة توقيع العقوبة بنشر قرار الإدانة أو لصقه إلى جهتين مختلفتين جهة إدارية تتمثل في الوالي وأخرى قضائية يجسدها القاضي وقد منح لهما السلطة التقديرية الكاملة في توقيع هذه العقوبة ويظهر ذلك من خلال عدم تحديده للمدة التي يتم خلالها نشر أو لصق القرار ولا الأماكن التي يتم فيها ذلك<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-محمد محمد مصباح القاضي، المرجع السابق، ص. 108 .

<sup>2</sup>-سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص226 .

خاتمة

## الخاتمة

أضحى الإشهار سمة من سمات الأنشطة التجارية لما يحققه من مزايا في المنافسة

وهو الذي قد يؤدي إلى تحقيق الأفضلية بغض النظر عن جودة السلع والخدمات من عدمها.

وبالنظر إلى أنه أصبح واقعا يفرض نفسه مع احترام التنافس كان لزاما على المشرع المتدخل لوضع حدود له تجنباً لإثارة الجانبية التي قد تلحق بالمتنافسين وجمهور المستهلكين، ولاشك أن حماية رضا المستهلك تقتضي تنظيم طرق الإيجاب والعرض التي يتبعها المحترف من أجل تنمية بيع المنتجات وأداء الخدمات، فقد يتم ذلك في المحل التجاري وقد يلجأ إلى بث إشهار تجاري، فقبل منعه كان لا بد من وضع أسسه التي يتعين احترامها ومن ثمة معاقبة كل إخلال قد ينجم عن الإشهار التجاري الذي يخل بالأعراف التجارية النظيفة والنزيهة.

إذ أصبح هذا الأخير في الجزائر واقعا ملموسا لا يمكن تجاهله، وهذا رغم عدم وجود نص قانوني ينظم الإشهار التجاري، وهذا على خلاف التطور الذي عرفه المشرع الفرنسي في هذا المجال، أما المشرع الجزائري و رغم عدم وضعه نص خاص بالإشهار التجاري فإنه منع الإشهارات التضليلية، و وضع المعايير التي على أساسها يمكن اعتبارها كذلك بموجب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وعن الحماية فمن الجانب المدني و إن لاحظنا عدم وجود إلا نص واحد تضمن إمكانية التعويض هو نص المادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن غنى القواعد العامة أدى إلى تلافي النقص الوارد في القواعد الخاصة، مع التأكيد أن طبيعة الإشهار التضليلي تقتضي إفراده في بعض الجوانب بأحكام خاصة، لاسيما و أن بعض نظريات القواعد العامة قد يصعب تكيفها مع مقتضيات الإشهار التضليلي، فوجود القواعد العامة لا تغني عن وجود قواعد خاصة بهذا الشأن.

وعلى الصعيد الجزائري فإن تجريم الإشهار التضليلي يعد دعامة حقيقية نحو حماية المستهلك ، فالردع القانوني هو من أهم وسائل وآليات الحماية، رغم أن الأمر في جانب العقوبات يتعلق بالغرامات المالية دون العقوبات البدنية إلا استثناءا إلا أن طبيعة الجناة وكونهم أعوان اقتصاديين يسعون إلى تحقيق الربح يجعل من هذه العقوبات زاجرا مهما لهم.

## الخاتمة

وعلى الصعيد الإداري فالدور المنوط بالإدارة العمومية يعتبر فعالا في هذا الشأن سواء تعلق الأمر بالولاية أو مديريات التجارة والأعوان التابعين لها.

ومع هذا يبقى الفراغ القانوني المتمثل في عدم وجود نص ينظم الإشهار التجاري عقبة أمام تحقيق حماية كاملة للمستهلك، ومع هذا تبقى القواعد العامة التي تشترط الصدق و النزاهة والموضوعية واجبة التطبيق.

كما لا يوجد هناك مانع من الإطلاع على ما وصل إليه القانون والقضاء الفرنسيين في هذا المجال، مع هذا يجب الاعتراف بأن قانون الممارسات التجارية تضمن أحكام في غاية الأهمية لحماية الإشهار التجاري وحماية المستهلك ومن حيث المضمون الإشهار التجاري فقد سهل قانون الممارسات التجارية على الساهرين على تطبيقه سواء تعلق الأمر بالإدارة أو القضاء أو حتى المخاطبين به، ما يظهر بما لا يدع مجالا للشك أن قانون الممارسات التجارية إلى جانب اعتباره من قوانين حماية المستهلك، وهذه الحماية التي أضحت الهدف المنشود لمختلف القوانين لاسيما الاقتصادية.

ولقد توصلت من خلال هذه الدراسة إلى جملة من التوصيات ينبغي مراعاتها:

1- ضرورة تدخل المشرع لسن قانون النشاط الإشهاري في الجزائر مراعيًا في ذلك ومستفيدًا من كل النقائص التي قد شابته المحاولات ذات الصلة في هذا الإطار.

2- وينبغي في نظرنا عند سن قانون للإشهار أن لا يغلب الإتصالي فيه أي كونه نشاط إتصالي وأن يشار و بدقة إلى علاقته بقانون حماية المستهلك.

3- ويجب أن يراعى عند سن قانون الإشهار إقامة التوازن بين مختلف المتدخلين في النشاط الإشهاري، وذلك من خلال مراعاة ضرورات الإقتصاد وضرورات الحماية بالنسبة لمتلقي الرسالة الإشهارية.

4- ضرورة أن تكون الصياغة عند سن قانون الإشهار مرنة تمكن من التجاوب الفعال مع التطور المذهل الذي يعرفه علم الإشهار لا من حيث المضمون أو الشكل .



## الخاتمة

---

- 5- ضرورة وضع حد فاصل ودقيق بين الإشهار والإعلام، من خلال وضع آليات للتحكم في ميزانيات وسائل الإعلام والحد من إمكانية التزاوج بين الإشهار والإعلام لما له من نتائج مدمرة.
- 6- العمل على تأهيل ورفع كفاءة الأعوان والمنوط بهم متابعة هذه السلوكات، وتكوينهم جيدا لا سيما من خلال تبصيرهم بكل وسيلة مخادعة للمحترفين كشفت عنها الممارسة التجارية .
- 7- تكثيف الحركة الجمعوية في مجال الإستهلاك، وتزويده بمهارات ثقافة الإستهلاك حتى لا يقع ضحية إشباع حاجاته العاجلة في مقابل الوقوع في فخ الإعلانات المضللة .

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المراجع

### قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية.

#### 1- النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بالتشريع الجزائري:

- الأمر 66-155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم.

- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

- الأمر 68-78 المؤرخ في 12/04/1986، المتعلق بتأسيس الإحتكار الخاص بالإشهار التجاري ج.ر عدد 90.

- الأمر رقم 75-26 المؤرخ في 29 أبريل 1975 والمتعلق بقمع السكر العمومي وحماية القصر من الكحول، ج.ر. 09 ماي 1975 .

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون التجاري ، المعدل والمتمم.

- الأمر 76-65 المؤرخ في 16 جويلية 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر. 23 جويلية 1976، العدد 59، ص 866-869 .

- القانون رقم 85-05 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها ، المؤرخ في 16 فيفري 1985، ج.ر. 17.

فيفري 1985، العدد 08، ص 176-202، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-13 المؤرخ في 20 جويلية 2008، ج.ر. 03 أوت 2008، العدد 44، ص 03-10

- المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع

الغش، ج.ر. 31 جانفي 1990، العدد 05، ص. 202-208، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر. 21 أكتوبر 2001، العدد 61، ص. 11-12 .

## قائمة المراجع

-القانون 90-11 ،المؤرخ في 21 أبريل 1990 المتعلق بعلاقات العمل،ج.ر.25 أبريل 1990،العدد61،ص562-576،المعدل والمتمم.

-المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 20 أبريل 1991 ويتضمن منح إمتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون،ج.ر.24 ابريل 1991،العدد19،ص627-631 .

-المرسوم رقم 91-103 المؤرخ في 20 ابريل 1991 ويتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي العمومية للإذاعة المسموعة،ج.ر.12 جويلية 1992،العدد 53، ص 631-635 .

-المرسوم التنفيذي 92-386 المؤرخ في 06 جويلية 1992 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري،ج.ر.12 جويلية 1992 ،العدد 53،1472-1476.

-القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،ج.ر.27 جوان 2004 نالعدد41،ص.03-11 ،المعدل والمتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 ،ج.ر.18 أوت 2010 ،العدد 46 ،ص.11-13 .

-القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ج.ر.21 جوان 2006 ،العدد 21 ،العدد 95-03 .

-القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،ج.ر.15جانفي 2012 ،العدد ،ص.33-41 .

## 2-مشاريع القوانين:

-مشروع القانون المتضمن قانون الإشهار المؤرخ في 29 أوت 1999 ،مجلس الأمة،الجريدة الرسمية للمداولات ،الفترة التشريعية الأولى،السنة الثانية ،الدورة العادية الأولى،العدد10،ص257-265 .

## قائمة المراجع

### 3- المعاجم :

-المجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، الطبعة 29 سنة 1989، ص452 .

### 4-المراجع العامة:

-أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال ، جرائم التزوير، دار الهومة، الطبعة الحادية عشر الجزائر، 2011 .

-أنور سلطان، مصادر الإلتزام في القانون المدني الأردني، منشورات الجامعة الأردنية، 2002 .

-بلحاج العربي، النظرية العامة للإلتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء الثاني، الواقعة القانونية، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1999 .

-بلحاج العربي، مصادر الإلتزام في ضوء قواعد الفقه الإسلامي والأنظمة السعودية والاجتهادات القضائية العربية والفرنسية، دراسة مقارنة، المصادر الإرادية العقد والإرادة المنفردة، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015 .

-دوار جميلة، أحكام الإلتزام في القانون المدني الجزائري، دار قرطبة، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2012 .

-عبد القادر العرعاري، مصادر الإلتزامات، الكتاب الثاني، المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة على ضوء النصوص التشريعية الجديدة، دار الأمان، الطبعة الثالثة، الرباط، المملكة المغربية، 2014 .

-عبد الله أهائية، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، دار هومة، الجزائر، 2008 .

-علي فيلاي، الإلتزامات، الفعل المستحق للتعويض، موفم للنشر، طبعة منقحة ومعدلة، الجزائر، 2008 .

--علي فيلاي، الإلتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، طبعة منقحة ومعدلة، الجزائر،

. 2008

## قائمة المراجع

- عبد السلام ذيب، قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجديد، ترجمة للمحاكمة العادلة، موفم للنشر، الطبعة الثالثة منقحة، الجزائر، 2012 .

### 5-المراجع المتخصصة:

-أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2006 .

-أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، العدد04، الكويت1995.

-احمد محمد خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة،المكتبة العصرية،الطبعة الخامسة،مصر،2007 .

-إنطوان الناشف،الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهد،دراسة تحليلية شاملة،منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت،لبنان،1999 .

-بتول صراوة عبادي،التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك،دراسة قانونية،منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت،لبنان،1999

-بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي،دراسة معمقة في القانون الجزائري)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2006، ص 196 .

-بوراس محمد، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات والخدمات، دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر،2014 .

-خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر،2008 .

-خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية،الطبعة الأولى، القاهرة، مصر،2007 .

## قائمة المراجع

-رؤسم عطية موسى نو،الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية،دراسة مقارنة،دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية،مصر،2014

-عبد الفضيل محمد أحمد،الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية،مكتبة الجلاء، مصر،1999 .

- محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، دار النهضة، مصر، 2008.

-فريد منعم جبور، حماية المستهلك عبر الانترنت، مكافحة الجرائم الإلكترونية، الطبعة الأولى، 2011 .

-رضا متولي وهذان، الخداع الإعلاني في معيار التدليس، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر،2008 .

-إسماعيل محمد السيد، سلسلة التسويق الحديث،الإعلان،مكتبة العربي الحديث، القاهرة (دون تاريخ الطبع).

-سمير محمد حسين،مداخل الإعلان، الطبعة الأولى،1973 .

-مصطفى بوبكر،المسؤولية التقصيرية بين الخطأوالضرر في القانون المدني الجزائري، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية،مصر 2015 .

-عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك،دراسة مقارنة،منشورات الحلبي الحقوقية،الطبعة الأولى بيروت،لبنان، 2007

## (2)الرسائل و المذكرات.

-أمانى جمال عبد المنعم عبد الوهاب،حماية المستهلك من وسائل الدعاية والإعلان في ضوء قواعد القانون المدني والفقهاء الإسلاميين، رسالة لنيل درجة الدكتوراة في الحقوق، جامعة طنطا،2010 .

## قائمة المراجع

- عبد الرزاق علي علي محمد، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية غير المشروعة، رسالة لنيل درجة الدكتوراة في الحقوق، جامعة أسيوط 2010 .
- سويلم فضيلة حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم في قانون الأعمال المقارن، جامعة وهران-2-محمد بن أحمد،2016- 2017 .
- عياض محمد عماد الدين،الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، دراسة على ضوء القانون 04-02 مذكرة مقدم لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص،جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،2005-2006 .
- قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية،(على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999،مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون الأعمال بن عكنون، الجزائر2000-2001 .
- ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين، جامعة وهران،2012- 2013 .
- نايلة بن سيراخ عياطة، الجوانب القانونية للإشهار، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، بن عكنون الجزائر1998.
- جداني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، ماجستير فرع قانون الأعمال، بن عكنون، الجزائر،2000- 2001.
- بن خالد فاتح، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016.
- دناقير إيمان، الحماية الجزائرية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر الأكاديمي، تخصص:القانون العام للأعمال،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.



## قائمة المراجع

---

-بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 مذكرة ماجيستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009.

### المدخلات و المقالات:

- بن قري سفيان، مداخلة "حدود مشروعية الإشهار التجاري"، أعمال الملتقى الوطني، المنافسة وحماية المستهلك، بجاية، بقاعة المحاضرات أبودار أيام 17 و18 نوفمبر 2009.

- عيساوي زاهية، الحماية الجنائية من الإشهارات الكاذبة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد خاص 2015 .

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية.

-bdmloc-publicite managere-tabac-d interdit.d.1993.som.com

الفهرس

01.....	مقدمة
06.....	الفصل الأول: الإطار القانوني للإشهار التجاري
06.....	المبحث الأول: مفهوم الإشهار التجاري
07 .....	المطلب الأول: الطبيعة القانونية للإشهار التجاري
07.....	الفرع الأول: التعريف القانوني
09.....	الفرع الثاني: التعريف الفقهي
10.....	المطلب الثاني: شروط نزاهة الإشهار التجاري
10.....	الفرع الأول: تحديد هوية الرسالة الإشهارية
12.....	الفرع الثاني: احترام الرسالة الإشهارية للأداب العامة والقيم الأخلاقية
14.....	الفرع الثالث: الحصول على ترخيص مسبق في بعض الإشهارات التجارية
17.....	المطلب الثالث: القيود الواردة على الإشهارات التجارية
17.....	الفرع الأول: حظر الإشهار التجاري حول بعض السلع
21.....	الفرع الثاني: حظر الإشهار التجاري حول بعض الخدمات
22.....	المبحث الثاني : مفهوم الإشهار التضييلي
22.....	المطلب الأول: المقصود بالإشهار التضييلي
23.....	الفرع الأول: تقدير التضييل
26.....	الفرع الثاني :عناصر التضييل
27.....	المطلب الثاني :تمييز الإشهار التضييلي عن بعض النظم المشابهة له

- 27..... الفرع الأول: الإشهار المضلل والتدليس
- 29..... الفرع الثاني: الإشهار المضلل والاستغلال
- 31..... الفرع الثالث: الإشهار المضلل والخداع
- 31..... المطلب الثالث: أساليب التضليل
- 32..... الفرع الأول: الإشهارات التلفزيونية
- 33..... الفرع الثاني: إشهار السلعة أو الخدمة على شبكة الانترنت
- 34..... الفرع الثالث: الاستخدامات اللفظية المضللة للأسعار
- 37..... الفصل الثاني: آليات الحماية المدنية والجزائية من الإشهار التضليلي
- 37..... المبحث الأول: الحماية المدنية من الإشهار التضليلي
- 38..... المطلب الأول: دعوى التنفيذ العيني للإلتزام
- 39..... الفرع الأول: شروط التنفيذ العيني الجبري للإلتزام
- 41..... الفرع الثاني: أحكام التنفيذ العيني في مجال الإشهارات التجارية
- 42..... المطلب الثاني: إبطال العقد بالتدليس
- 43..... الفرع الأول: الأساس القانوني للتدليس
- ..... الفرع الثاني: العناصر الواجب توفرها في الإشهار حتى يكون هناك تدليس
- 46..... المطلب الثالث: دعوى التعويض عن المسؤولية المدنية
- 47..... الفرع الأول: شروط رفع دعوى التعويض عن الإشهار التضليلي
- 53..... الفرع الثاني: آثار دعوى التعويض عن الإشهار التضليلي

57.....	المبحث الثاني :الحماية الجزائية من الإشهار التضليلي.....
57.....	المطلب الأول :أركان جريمة الإشهار التضليلي .....
58.....	الفرع الأول :الركن الشرعي.....
61.....	الفرع الثاني: الركن المادي.....
63.....	الفرع الثالث :الركن المعنوي .....
64.....	المطلب الثاني :إجراءات المعاينة والتحقيق.....
64.....	الفرع الأول :الأشخاص المكلفون بمعاينة الجرائم .....
66.....	الفرع الثاني إجراءات قيام الأعوان بمهامهم.....
69.....	المطلب الثالث:إجراءات المتابعة القضائية والعقوبات المقررة .....
71.....	الفرع الأول : تحريك الدعوى العمومية .....
74.....	الفرع الثاني :إجراءات المحاكمة .....
76.....	الفرع الثالث :العقوبات المقرر لجريمة الإشهار التضليلي.....
81.....	خاتمة.....

