

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ
حسين أحمد

إعداد الطالبين:
محمد خلايفية
حليمة عباسية

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	استاذ محاضر قسم - ب-	الأستاذ (ة) عائشة عبد الحميد
مشرفا ومقررا	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	استاذ محاضر قسم - ب-	الأستاذ: حسين أحمد
عضوا مناقشا	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	استاذ مساعد قسم - أ-	الأستاذ (ة) غربي حورية

السنة الجامعية: 2020/2019

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحته .

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة) : خديجة محمد محمد

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 40.55.00.1.02

الصادرة بتاريخ: 2017.07.15

عن دائرة: المذرجان

المسجل بكلية : الحقوق والعلوم السياسية قسم: الماستر

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنوانها:

..... حماية المستهلك من الإشعاع الإلكتروني الخادع في التسويق الجزائري

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2017.09.15

إمضاء المعني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Minister de L'enseignement Supérieur

Et de La Recherche Scientifique

Université el tarf

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

Département de Droit



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحته .

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

أنا الممضي أدناه،

السيد (ة) : حليمة عمال بنيسية

..... 107054548

..... 107054548 الصادر بتاريخ: ر.ق.م (الصالحة في) 25/12/2017

..... الطارف

..... المسجل بكلية : العلوم والعلوم السياسية قسم: الملائش

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج ماستر عنونها:

..... حماية المستهلك في الأسواق الإلكترونية في التشريع الجزائري

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2017/09/17

إمضاء المعني

الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم

بعد الحمد والشكر لله عز وجل على توفيقه لنا لإنجاز هذه المذكرة فلك

الحمد كما ينبغي لجلالة وجهك وعظيم سلطانتك

واعترافا منا بالفضل والتقدير، نتوجه بآخر عبارات الشكر والامتنان

إلى الأستاذ الدكتور أحمد حسين الذي أشرف على هذا العمل، والشكر

موصول لأعضاء لجنة المناقشة الكرام على تفضلهم بقبول تقييم هذا العمل

ومن باب أن من لم يشكر الناس لن يشكر الله، فكل التقدير والاحترام

إلى كل من أعانونا في إنجاز وإتمام هذا البحث المتواضع.

كما لا ننسى شكر كل من وقف على المنابر من أجل تنوير عقولنا

إلى كل الأساتذة الكرام في كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة

الشاذلي بن جديد الطارف الذين لم يخلو علينا بالمادة العلمية

والتشجيعات ورفع المعنويات.

والحمد لله الذي تتم بفضلله النعم

الإهداء

نهدي هذا الجهد المتواضع إلى من قال فيهما المولى

عز وجل " وقل ربي أرحمها كما ربياني صغيرا"

الوالدين الكريمين أطال الله بقائهم ورزقنا رضاهم.

إلى من ساعدونا على إتمام هذا البحث

حتى ولو كملة، وإلى كل من شجعونا

على المضي قدما في سبيل البحث العلم.

قائمة المختصرات

ج.ر : الجريدة الرسمية .

ط : الطبعة .

ص : الصفحة .

د.ط : دون طبعة .

ص ص : من الصفحة إلى الصفحة .

د.س.ط: دون سنة طبع.

مقدمة

بعد الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر ، أدى ذلك إلى توسع نطاق الإنتاج وحجمه ليشمل كل مجالات الحياة خاصة الاقتصادية منها مما أدى بالمنتجين إلى التسابق من أجل تسويق منتجاتهم ، وحرصهم الكبير على إرضاء المستهلكين بجودة سلعتهم وسعرها المعقول وكذلك وفرتها وذلك بهدف حصولهم على الربح الوفير .

ونظرا لما عرفه العالم من تسارعات وتحولات كبيرة في المنظومة التجارية ، انتهجت الجزائر سياسة الانفتاح الاقتصادي، و ذلك من أجل تلبية حاجات المستهلك من خلال عرض المنتجات والخدمات باستعمال طرق استمالة المستهلك من خلال الإشهارات التجارية .

فمن خلال هذه الإشهارات التجارية التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديين من أجل تسويق منتجاتهم وترويجها بوسائل شتى ومتنوعة تؤثر وتتأثر مباشرة بالمستهلك المتلقي للسلعة ، فبواسطتها يعلم بنوعية السلعة المطروحة في السوق وأسعارها، فيتلقى هذا المستهلك المعلومات اللازمة عن ذلك. ولقد ساعد التطور العلمي في ميدان التكنولوجيا في تنوع كفاءات وإمكانيات ووسائل الإشهار إلى درجة أنه يمكن وصف المجتمع المعاصر بمجتمع الإشهار بغية إشباع حاجاته الخاصة من السلع والخدمات وجذب المستهلك من خلال الإشهار الإلكتروني التجاري .

ومن هذا المنطلق فلقد أضحى فيها طرفا العملية التجارية (البائع والمشتري) لا يحتاجان إلى الوسائل التقليدية التي تحكم عملية الإشهار بينهما، وصار الاعتماد على الشبكة العنكبوتية في عملية الإشهار من خلال شبكة الانترنت بواسطة الإشهار الإلكتروني لما في ذلك من سرعة، وأدى ذلك إلى توسيع دائرة السوق أكثر.

فأصبح الإشهار الإلكتروني يشغل مساحات واسعة في الشبكة العنكبوتية، حيث صار يزاحم الإشهار المنشور في الصحف اليومية.

فالتسويق الشخصي عبر الانترنت أعطى دورا حيويا للإشهار عن البضائع والمنتجات والخدمات من طرف المنتجين عبر الترويج لما يحتاجه المستهلك عبر وسيلة الاتصال الإلكترونية عبر الإشهار الإلكتروني التجاري.

وللتبسيط أكثر فإن الإشهار الإلكتروني يعتمد إلى وضع جميع المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات تحت تصرف الجمهور عبر موقع الانترنت والتي تهدف إلى دفع ال ذين يدخلون الموقع إلى شراء تلك السلع والخدمات، ومن هنا يمكن القول أن الإشهار الإلكتروني التجاري يعتبر حلقة وصل تربط المنتج والخدمة بالمستهلك، إذ يهدف إلى عرض المنتج أو الخدمة على المستهلك والتعريف به منتهجاً في ذلك أسلوب الإقناع وجذب انتباه الجمهور والتأثير فيهم من أجل شراء المنتج أو الخدمة. وما زاد من نشاط الإشهار الإلكتروني التجاري هو التنوع الكبير في السلع والخدمات وتوسع دائرة المنافسة، حيث أضحى من الضروري تطوير وسيلة الإشهار الإلكتروني التجاري أكثر عبر وسائل الاتصال وشبكة الانترنت من أجل عرض هذه السلع والخدمات بين المنافسين ويكون الإشهار الإلكتروني ايجابياً متى كان نزيهاً وصادقاً.

إلا أن بعض الإشهارات الإلكترونية انعكست سلبياً على نظام المنافسة وعلى حق المتلقي (المستهلك) في المعلومات الصحيحة، لكون هذه الأخيرة خادعة ومضللة ومن ثمة فإن هناك مخاطر تحيط بالمستهلك بسبب الممارسات المنافية لأخلاقيات مهنة التجارة.

و يعتبر الإشهار الإلكتروني الخادع " الذي هو موضوع دراستنا " إذ أخذ الإشهار صورة غير مشروعة للممارسات التجارية غير النزيهة، فقد تكون عواقبه وخيمة قد تمس حتى بسلامة المستهلك وصحته هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا ننسى أن هذه الأساليب غير النزيهة تؤثر بشكل مباشر على إرادة المستهلك واختياره أثناء التعاقد.

ولتبسيط الفكرة أكثر فقد يلجأ بعض المتعاملين الاقتصاديين إلى تجاوز حسن سير المعاملات التجارية باستخدام أساليب التضليل والكذب في الإشهار الإلكتروني من أجل خداع المستهلك الأمر الذي استلزم تقرير الحماية اللازمة للمستهلك من خلال وضع نصوص قانونية لردع الأعوان الاقتصاديين وتحقيق الحماية الفعالة للمستهلك بعدم المساس بحقوقهم المشروعة والمقرر ة بموجب القانون من جهة، وتحقيق أهداف التجارة والمنافسة النزيهة ما بين الأعوان الاقتصاديين من جهة أخرى.

إلا أن موضوع الإشهار الإلكتروني في علاقته بالمستهلك في الجزائر فيعرف فراغا تشريعا وتوزع النصوص القانونية في العديد من القوانين العامة والخاصة، وفي انتظار صدور قانون ينظم الإشهار التجاري الإلكتروني خاصة في جزئه المتعلق بالخداع والتضليل، نرجع للقانون المدني الذي يعتبر الشريعة العامة بالإضافة إلى قانون والعقوبات وكذلك إلى بعض المصادر الأخرى وذلك في تنظيم موضوع الإشهار الإلكتروني الخداع ونتيجة لخطورة الإشهار الإلكتروني الخداع يمكن طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى نجح المشرع الجزائري في الحماية القانونية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخداع؟

وقد تفرعت عن هذه الإشكالية عدة إشكاليات فرعية يمكن طرحها حسب التسلسل التالي:

1 - ما هي الحماية المدنية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخداع؟

2 - ما هي الحماية الإدارية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخداع؟

3 - ما هي الحماية الجنائية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخداع؟

وسنحاول الإجابة على هذه الإشكاليات أثناء دراسة هذا الموضوع .

أهمية الدراسة :

تظهر أهمية هذه الدراسة من حيث كونها تعالج واحد من أبرز المشكلات التي يقع فيها للمستهلك كون الإشهار الكاذب ينسف بعنصر الثقة التي تقوم عليها الأعمال التجارية. كما أن الإشهار الإلكتروني التجاري يتميز بأهمية عملية ومصدر مهم للمستهلك في إعلامه وتبصيره بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة التي يرمي إلى الحصول عليها هذا من جهة ، ومن جهة أخرى يضمن المنافسة النزيهة بين الأعوان الاقتصاديين متى كان الإشهار الإلكتروني نزيها ، أما إذا كان خادعا فإنه يصبح خطر على كل من المستهلك وكذا الأعوان الاقتصاديين المتنافسين.

أهداف الدراسة : وتظهر في النقاط الأساسية التالية:

- محاولة تتبع سيرورة المشرع الجزائري في تناوله مسألة الإشهار الإلكتروني الخادع كممارسة غير نزيهة في المعاملات التجارية وذلك للوقوف على مواطن القصور في تنظيم المسألة من خلال النصوص القانونية التي وضعها.

- التعرف على التشريعات التي وضعها المشرع الجزائري من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع ، وذلك من خلال تقرير المسؤوليات (المدنية والإدارية والجزائية).

أسباب اختيار الموضوع : هناك سبب ذاتي وأسباب أخرى موضوعية.

أ - السبب الذاتي: هو أن نظرنا للمستهلك كطرف ضعيف في العلاقة ، لذلك أردنا التعرف على النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحمايته من الإشهار الإلكتروني الخادع.

ب - أما الأسباب الموضوعية : فتظهر في النقاط التالية:

- أن هذا الموضوع من مواضيع الساعة بسبب تنامي ظاهرة الإشهار الخادع باستعمال الوسائل الإلكترونية.

- أن موضوع الإشهار الإلكتروني من المواضيع الحيوية المستجدة وذلك لإقترانه بالوسائل الحديثة المتطورة.

- أصبح موضوع حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع يفرض نفسه.

الصعوبات :

هناك عدة صعوبات واجهتنا عند إعداد البحث ويمكن ذكرها في النقاط التالية:

- طول البحث ما استدعى منا وضع مبحث تمهيدي بعنوان الإطار القانوني للإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري وذلك لتوضيح بعض المفاهيم نظرا لحدثة الموضوع.

- قلة الدراسات الفقهية في مجال الإشهار التجاري الإلكتروني في الجزائر، ما استدعى منا الاستعانة بكتب المشرق العربي في المجال الفقهي، خصوصا أن التعريفات من اختصاص رجال الفقه.

- الأزمة الصحية (كورونا) ما صعب علينا حرية التنقل وجمع المراجع من المكتبات في الجامعات الجزائرية لإثراء الموضوع أكثر.
 - قلة المراجع التي تناولت هذا الموضوع ، كما أن موضوع حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع يشمل على عدة فروع من القانون كالمديني والجنائي، وحماية المستهلك ...، مما سبب صعوبة كبيرة في دراسة أحكام هذا الموضوع.
 - انعدام القرارات القضائية في موضوع حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع .
 - ندرة وكالات الإشهار الإلكتروني في الجزائر وارتباط ذلك بمشكل الأزمة الصحية (الكورونا) حال دون التنقل إلى هذه الوكالات، وبالتالي نقص مرجع ميداني مهم لإثراء هذا الموضوع أكثر.
 - كما أن الأزمة الصحية (الكورونا) حالت دون التنقل إلى مديريات التجارة من أجل الحصول على نسخ من بعض المحاضر ذات الصلة بموضوع بحثنا وذلك من أجل إدراجها كملاحق للبحث.
- المنهج المتبع:**

من أجل تحقيق أهداف دراسة هذا الموضوع والإجابة على الإشكاليات المطروحة، فقد ألزمت طبيعة هذا الموضوع استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالمشكلة المحددة وتحليل المضمون بشكل دقيق وذلك من أجل وصف وتحليل النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لاستخلاص الملاحظات ومواطن القصور والنقائص للوصول في الأخير إلى النتائج والتوصيات.

الدراسات السابقة :

لقد وردت العديد من الدراسات السابقة في مجال حماية المستهلك من الإشهارات التجارية الخادعة أو المضللة والتي حاولنا من خلالها تسليط الضوء على موضوع دراستنا كونهما يشتركان في ويدخلان في مجال الممارسات غير المشروعة والواردة في مادة 28 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وأخذنا من هذه الدراسات ما تعلق منها بالحماية القانونية

للمستهلك من الإشهار الخادع وفقا للقواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني وقانون العقوبات.... الخ

- إلا أن الدراسات السابقة في مجال حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع فإنها قليلة باستثناء ما أخذناه من بعض المراجع لبعض العناصر المتعلقة بالمجال الإلكتروني ونخص بالذكر في هذا المجال مقال:

- نسيمه درار ، المعنون ب : المستهلك الرقمي وعدم راهنية القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته .
أما رسائل الماجستير فنخص بالذكر:

- إسماعيل قطاف، المعنونة ب: العقود الإلكترونية وحماية المستهلك.

- انتصار بوزكري، المعنونة ب: الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني.

- إيمان بوزيدي، المعنونة ب: ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني.

- ربيعة فنلهوشي، المعنونة ب: الإعلان عبر الانترنت.

أما مذكرات الماستر فنخص بالذكر:

زهية عون ، غانية عيواج ، المعنونة ب: أثر الإشهار الإلكتروني على سلوك المستهلك النهائي.

تقسيم الدراسة :

بغرض الإجابة على إشكالية البحث الرئيسية والإشكاليات الفرعية ، بدأنا هذا البحث بمبحث

تمهيدي، سيما أن هذا الموضوع حديث ويتطلب منا فك بعض الغموض لبعض المفاهيم وتوضيحها.

ثم اعتمدنا على التقسيم الثنائي، فتناولنا في الفصل الأول الحماية المدنية والإدارية للمستهلك من

الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري ، أما في الفصل الثاني فتطرقتنا للحماية الجنائية

للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري.

المبحث التمهيدي:

الإطار القانوني للإشهار الإلكتروني

في التشريع الجزائري

أردنا من خلال هذا المبحث التمهيدي إعطاء صورة موجزة عن المقصود بالإشهار الإلكتروني وكيف يكون هذا الأخير خادعا وعرض صور الإشهار الإلكتروني الخادع وذلك لإعطاء صورة أو لمحة للباحث والقارئ نظرا لحدثة هذا الموضوع وارتباطه بالتكنولوجيا الحديثة سيما الوسيلة الإلكترونية في الإشهار.

المطلب الأول: مفهوم الإشهار الإلكتروني الخادع:

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الإشهار الإلكتروني وأشكاله وأساليب نشر الإشهار الإلكتروني ثم تعريف الإشهار الإلكتروني الخادع.
الفرع الأول : تعريف الإشهار الإلكتروني:⁽¹⁾

اختلف الأكاديميون والباحثون في تعريف الإشهار الإلكتروني وهذا راجع إلى تعدد مجالات استخدامه فيرى بعض الباحثين أنه جميع المعلومات الموضوعية في تصرف الجمهور عبر موقع الانترنت والمتعلق بالسلع والخدمات تعتبر ذات طبيعة إشهارية بما أنها تهدف إلى جعل الذين يدخلون الموقع إلى شراء هذه السلع والمنتجات والخدمات.⁽²⁾

ويعرف أيضا بأنه: يعتبر إشهارا كل فضاء مدفوع الثمن Paid - For - Space على الموقع الشبكي أو على شكل بريد إلكتروني.⁽³⁾

وما يمكن استخلاصه من هذه التعاريف بأن الإشهار الإلكتروني هو عرض المنتجات أو الخدمات عبر شبكة الانترنت بغرض تحقيق الربح.

(1) - أنظر المادة 30 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر العدد 28، الصادر في 16 مايو 2018.

(2) - ربيعة فندوشي، الإعلان عبر الانترنت، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلان والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة يوسف بن خدة، 2005، ص 131.

(3) - بشير عباس العلاق، الاتصال التسويقية الإلكترونية، مدخل تحليلي تطبيقي، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط1، 2005، ص 118.

الفرع الثاني: أشكال وأساليب نشر الإشهار الإلكتروني:

أولاً: أشكال الإشهار الإلكتروني:

للإشهار الإلكتروني أشكالاً متعددة وذلك راجع لاختلاف الأهداف التسويقية بكل مؤسسة وبالتالي يختلف شكل الإشهار الإلكتروني لكن الهدف يبقى واحد وهو الترويج للمنتجات وتحقيق الربح .

وتتمثل أهم أشكال الإشهار الإلكتروني في: الشريط الإشهاري، إشهارات الفواصل، إشهارات الرعاية، إشهارات المرتبطة، النسخ الإشهاري، الإشهارات المفاجئة.⁽¹⁾

أ- الشريط الإشهاري:

يعرف بأنه عبارة عن : مستطيل يتم وضعه أعلى أو أسفل الصفحة الرئيسة أو الصفحات الأخرى للمواقع الإشهارية وقد يحتوي على ارتباطات تقود إلى الصفحة الرئيسية لموقع المؤسسة المعلنة.⁽²⁾

ويظهر الشريط الإشهاري في شكل شريط ثابت أو متحرك ، فالنسبة للشريط الثابت هو مشتق من الملصق الثابت ويمكن للمستخدم أن يضغط عليه كي يتجه إلى موقع المعلن، أو يتم التفاعل مع الإشهار نفسه لتقديم بعض البيانات التفصيلية،⁽³⁾ ويعيب على هذا الشكل قلة قدرته على جذب الانتباه بسبب ضعف حيويته ، وبسبب انخفاض قدرة الإشهار الثابت على الإثارة المرئية لجأ المصممون إلى إشهارات الشرائط المتحركة التي تتضمن عناصر جرافيكية وصور ثلاثية الأبعاد وعناصر يمكن تقريبها وتحريكها محققة بذلك هدفاً خاصاً يتمثل في زيادة مساحة النص والصور المعروضة.⁽⁴⁾

(1) طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2006، ص288.

(2) السيد بنحسي، ابتكار الأفكار الإعلانية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2007، ص349.

(3) المرجع نفسه، ص351.

(4) المرجع نفسه.

ب- إشهارات الفواصل :

يعرف هذا النوع من الإشهار على أنه : إشهار يظهر للمشتري أثناء قيامه بنسخ برنامج أو معلومات على شبكة الانترنت إلى حسابه الآلي ، بهدف استحواذ انتباهه ولو لفترة زمنية قصيرة وذلك لبضع ثوان.⁽¹⁾

تتداخل أو تقتحم البرامج والأعمال الفنية المعروضة ولا يستطيع المشاهد السيطرة عليها، فإذا أراد المستخدم الدخول إلى الصفحة الرئيسية أو الانتقال إلى موقع آخر أو تحميل صفحة ما، فلا بد أن يمر عبر صفحة الإشهار أولاً.⁽²⁾

ج- إشهارات الرعاية:

يعرف الرعاية على أنه: دعم لتظاهرة أو لشخص معين أو لمنتوج أو مؤسسة بهدف الاستفادة المباشرة لذلك، وتعتبر وسيلة تساهم في إعطاء موقع للعلامة.⁽³⁾

ويعرفها البعض على أنها شكل غير مباشر للإقناع يتيح للشركات أن تسعى لتحقيق أهداف تسويقية عن طريق ربطها بمضامين معينة، ويمكن أن تظهر في شكل اسم المنتج أو الشعار القصير، أو كجزء من محتوى صفحة من صفحات الانترنت، أو كجزء من قائمة الرعاية، أو استخدام عبارات تشير إلى اسم المعلن.⁽⁴⁾

د- الإشهارات المرتبطة:

وتشير إلى الإشهارات التي يرتبط ظهورها بمواقع أخرى على الانترنت، بحيث يظهر اسم الموقع فقط كموقع ربط داخل مؤسسة أخرى.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ - سعيد محمد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الانترنت، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص 98.

⁽²⁾ - عون زهية، غانية عواج ، أثر الاشهار الالكتروني على سلوك المستهلك النهائي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2015/2014، ص 12.

⁽³⁾ - المرجع نفسه، ص 13.

⁽⁴⁾ - طارق عبد العال، التاجرة الالكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 2003، ص85.

⁽⁵⁾ - عون زهية، غانية عيواج ، المرجع السابق، ص 15.

هـ- النسخ الإشهاري:

تعتمد فلسفة النسخ الإشهاري بالانترنت على مفهوم تقنيات الدفع الترويجي ومفادها قيام المعلن بدفع الرسالة الترويجية للمشتري المحتمل دون انتظار زيارته لموقع المؤسسة، لذا يتم إعداد رسائل ترويجية يتاح فيها لمستخدم الانترنت نسخها من الشبكة إلى حساب الآلي الخاص به.⁽¹⁾

و- الإشهارات المفاجئة:

تتخذ الإشهارات المفاجئة شكلين رئيسين هما:

1- إشهارات البداية المفاجئة:

وهو إشهار يظهر للمستخدم بصورة مفاجئة أثناء تصفحه للموقع على شبكة الانترنت، أو أثناء محاولة الدخول على موقع معين وعادة ما يتخذ شكل مربع أكبر حجما من الشريط الإشهاري، ويترتب أيضا الضغط على الطلقة الإشهارية للانتقال إلى موقع المعلن.⁽²⁾

2- إشهارات النهاية المفاجئة:

وهو إشهار يظهر للمستخدم بصورة مفاجئة أثناء خروجه من المواقع على شبكة الانترنت، أو أثناء الانتهاء من نسخ برنامج معين.⁽³⁾

من خلال هذه الصورة الموجزة لأشكال الإشهار الإلكتروني تجدر الإشارة إلى أشكال الإشهار الإلكتروني في تغير وتطور باستمرار وذلك راجع للتطور الهائل الذي يشهده العالم في مجال العولمة هذا في جهة وأيضا لكون الغاية من كل هذه الأشكال هو دفع الذين يدخلون الموقع إلى شراء السلع والمنتجات والخدمات عبر الوسيلة الإلكترونية من جهة أخرى.

ثانيا : أساليب نشر الإشهار الإلكتروني:

تتعدد الأساليب التي يمكن من خلالها نشر الإشهار الإلكتروني ويمكن أن نذكر أهمها:

أ- الإشهار من خلال الموقع الإلكتروني.

(1)- عون زهية، غانية عيواج، المرجع السابق، ص 15.

(2)- المرجع نفسه.

(3)- المرجع نفسه.

ب- الإشهار من خلال البريد الإلكتروني.

ج- الإشهار من خلال مجموعات الأخبار.

د- الإشهار من خلال بروتوكولات نقل الملفات.

هـ- الإشهار من خلال مجموعات النقاش.

و- الإشهار من خلال المحادثة " chat ".⁽¹⁾

أ- الإشهار من خلال الموقع الإلكتروني:

موقع الويب هو عبارة عن: مجموعة صفحات ويب مرتبطة ببعضها البعض، يمكن مشاهدة مواقع الويب عبر برامج في جهاز الحاسوب تدعى متصفحات الويب، كما يمكن عرض المواقع بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية الويب.⁽²⁾

ب- الإشهار من خلال البريد الإلكتروني:

يعرف البريد الإلكتروني على أنه: البريد الذي يجري نقله عبر الانترنت من شبكة أخرى حتى يصل إلى المكان المطلوب في مدة زمنية محدودة لا تتجاوز بضع دقائق، ويمكن للبريد الإلكتروني أن ينقل نصوصاً أو صوراً أو برامج حاسوبية أو ملفات.⁽³⁾

ج- الإشهار من خلال مجموعات الأخبار:

هذه المجموعات تسمى بمجموعات أخبار، وفيها تستخدم الانترنت من أجل توزيع رسائل ومقالات محددة، ومصطلح مجموعات هو مصطلح لا يعبر عن دلالة بصورة كاملة، فهذه المجموعات هي مجموعات نقاش في موضوعات مختلفة لا تشكل الأخبار سوى نسبة ضئيلة جداً منها.⁽⁴⁾

ويجربى من خلالها الإجابة على الأسئلة واستفسارات الزبائن والمتسوقين ومحاورتهم ومناقشتهم وتبادل الرسائل معهم وإخبارهم بالمنتجات الجديدة التي تطرح، وبالتحديثات والتحسينات، وإعلامهم

(1) - عون زهية، غانية عيواج، المرجع السابق، ص 16.

(2) - إبراهيم البنداري، الانترنت، المكونات والخدمات، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1999، ص 16.

(3) - عون زهية، غانية عيواج، المرجع السابق، ص 17.

(4) - المرجع نفسه، ص 19.

بتعليمات استخدام المنتجات الجديدة وإعلامهم بقنوات التوزيع وأساليب الدفع، وتحقيق حالة من الاتصال والتفاعل الدائم معهم لكسبهم كزبائن والمحافظة عليهم.⁽¹⁾

د- الإشهار من خلال بروتوكولات نقل الملفات:

يسمح هذا البروتوكول بتحميل المستندات والبرامج من الحاسوب إلى المزود، وهو في نفس الوقت يستعمل كمساحة للتعبير الإشهاري سيما أنه يمس عدد محدد من الانترنتين إذ أن للعلامة فرصة الحضور اليومي، إذا ما اختارت هذا الأسلوب الاتصالي أمام الأشخاص الذين يحملون بإرادتهم ملف أو برنامج ما.⁽²⁾

وحتى تلقى الرسالة الإشهارية نفس القبول يجب أن تدرج ضمن مادة ذات قيمة إضافية للزبون مثل لعبة، أو برمجية، أو مستند ذا محتوى إعلامي متميز، لكن يمكن أن يقتضي هذا الإشهار احتمال توليد الخيبة للمستخدم، الذي أنفق الكثير من المال والوقت لتحميل هذا الملف.⁽³⁾

هـ- الإشهار من خلال مجموعات النقاش:

منتدى المناقشة مكان افتراضي لتبادل المعلومات والأفكار حول مسألة معينة بين أكثر من شخص، ويمكن لكل شخص أثناء المنتدى أن يبدي رأيه، ويتم الحوار بين الجميع بشكل مكتوب أو شفهي من خلال برنامج معين يربط بينهم ويكون الدخول للمنتديات مجانا دون اشتراكات أو أية مصاريف، وقد تتم منتديات المناقشة من خلال موقع ثابت يخصص لها، وموضوع المناقشة فقط هو الذي يتغير، أو تتم من خلال أي موقع، ويعلن المؤسسون للمنتدى عن فترة وجوده لتأجير المساحات الإشهارية عليه.⁽⁴⁾

ولقد أصبح للإشهار من خلال مجموعات النقاش عبر الانترنت دور مهم، إذ تقوم به العديد من منظمات الأعمال الإلكترونية عن طريق الاتصال الجماعي بالزبائن الحاليين والمرتبين

(1) - عون زهية، غانية عيواج، المرجع السابق، ص 19.

(2) - المرجع نفسه، ص 20.

(3) - ربيعة فندوشي، المرجع السابق، ص ص 205 - 206.

(4) - عون زهية، غانية عيواج، المرجع السابق، ص 21.

بحيث يقوم الأفراد المعنيين بالترويج والبيع والعمل على إعلام الزبائن بمنتجات المؤسسة وإقناعهم بشرائها.⁽¹⁾

و- الإشهار من خلال المحادثة (chat):

هي شبيهة بالمحادثة التي تتم عبر التليفون باستثناء أنه من المتصور أن تتم في شكل مكتوب عبر الشبكة ولا تتم بهذا الشكل عن طريق التلفون ، وفي كثير من الأحيان ينظم المعلنون هذه المحادثات ويديرونها بأنفسهم ، ثم يستخدموها كمساحة إشهارية لترويج منتجاتهم وخدماتهم للجمهور بشكل دائم ، أو يؤجرون مساحة إشهارية خلال المحادثة للغير.⁽²⁾

وللإشهار من خلال المحادثة أسلوبين :

1- الرعاية :

برعاية فضاء محادثة تقترحها مؤسسة، أو مؤسسة إعلامية ، أو أية جهة.⁽³⁾

2- التدخل في المحادثة:

مثل مجموعات النقاش، على أن تكون طبيعة المحتوى الإخباري تستوجب قبول هذه التدخلات من قبل المشاركين، فالإضافة إلى التفاعلية في الزمن الحقيقي للمحادثة، تسمح بحوار أكثر ألفة وخصوصية مع المستهلك.⁽⁴⁾

من خلال هذه الصورة الموجزة لأساليب نشر الإشهار الإلكتروني، تجدر الإشارة أيضا هنا أن نشر الإشهار الإلكتروني في تغير وتطور باستمرار، وذلك راجع للتطور الهائل الذي يشهده العالم في مجال العولمة هذا من جهة، وأيضا لكون الغاية من كل هذه الأساليب هو عرض وترويج السلع والمنتجات والخدمات عبر الوسيلة الإلكترونية بهدف تحقيق الربح من جهة أخرى.

(1) - عون زهية، عيواج غانية، المرجع السابق، ص 21.

(2) - المرجع نفسه، ص 22.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - المرجع نفسه.

الفرع الثالث: تعريف الإشهار الإلكتروني الخادع⁽¹⁾:

يعتبر من أهم مشاكل الانحراف عن أخلاقيات التجارة ، فالإشهار الكاذب أو المضلل هو كل إشهار يشمل أي شكل كان، براهين وإشارات أو عروض من شأنها الحث على المغالطة بشأن أملاك أو خدمات محل اهتمام الإشهار، وهذا التضليل غالبا ما اكتشف على مواقع الويب عندما يحفظ المعلن لنفسه موزعا لكلمات مفتاحية ليس لنشاطه أية علاقة بها، وأن تقوم بعض المواقع بشراء موزع ممتاز خاص بالبحث عن علامات غير مرتبطة بها.⁽²⁾

وكما سبق الإشارة إلى أن الهدف من الإشهار هو الترويج للمبيعات أو الخدمات بقصد تحقيق الكسب المادي، فنجد المشرع الجزائري في المادة 03 من القانون رقم 04 – 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽³⁾ أنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة " ويشترط فيه أن يكون صريحا وغير مخالف للقانون.

أما الإشهار الخادع فهو الذي يؤدي إلى تغليط المستهلك،⁽⁴⁾ سواء باستعمال الكذب أو دون استعماله، فلقد اعتبره القانون رقم 04-02 سالف الذكر ممارسة تجارية غير نزيهة وذلك من خلال

(1) - جاء في نص المادة 30 الفقرة الأخيرة من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق، "التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة".

(2) - ربيعة فندوشي، المرجع السابق، ص ص 285 - 287.

(3) - المادة 03 فقرة 03 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر العدد 41، الصادر في 24 يونيو 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج.ر العدد 46 الصادر في 18 أوت 2010.

(4) - عرف المشرع الجزائري المستهلك بموجب المادة 03 فقرة 01 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر العدد 15، الصادر في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 مايو 2018، ج.ر العدد 35، الصادر في 13 يونيو 2018، حيث جاء في هذه المادة أن المستهلك: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستهلاك النهائي من أجل تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

المادة 28 منه والتي جاء فيها⁽¹⁾: " دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهارا غير شرعيا وممنوعا⁽²⁾ كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته، أو مميزاته.

- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.

- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من

تلك السلعة أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة مقارنة مع ضخامة الإشهار "

ولقد أشار الفقه بأن مصطلحي الإعلان المضلل والإعلان الخادع مترادفين، فذهب جانب من الفقه

إلى أن الإعلان المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك

وذهب جانب آخر إلى أن الإعلان الخادع هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى التضليل أو

من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به، أو المتنافسين على نحو قد يلحق ضررا بمصالحهم

الاقتصادية.⁽³⁾

كما أن الإشهار المضلل هو الذي يؤدي إلى تغليب المستهلك أو من شأنه أن يؤدي إلى ذلك فيما

يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج، مما يؤدي إلى إيقاعه في غلط يدفعه للتعاقد.⁽⁴⁾

ولحماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية في عصر الثورة التكنولوجية فلقد تم تجريم

الإعلان الإلكتروني المضلل كغيره من الإشهارات الخادعة، كون الإشهار الإلكتروني الخادع هو أيضا

ممارسة غير نزيهة إذ يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع كما جاء في مادة 28 من القانون 04-02

سالفة الذكر.

(1) - المادة 28 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق..

(2) - يدخل ضمن الإشهار الممنوع والغير الشرعي كل إشهار إلكتروني خادع.

(3) - إيمان بوزيدي، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 24.

(4) - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، مصر، د.ط، 2004، ص 127.

فحتى لا يبقى الإعلان الإلكتروني المضلل والخادع يضر بالمستهلك كان لا بد من وضع وسائل قانونية للحد من آثاره السلبية، ووضع حد لتجاوزات المعلنين هذا بهدف حماية الجمهور الموجه إليهم ذلك الإعلان من جهة ، ولخلق جو ملائم للمنافسة المشروعة والنزاهة بين المعلنين من جهة أخرى.⁽¹⁾

وعلى غرار التشريعات المقارنة نجد، أن المشرع الجزائري من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽²⁾ قد عرف في مادته 06 الإشهار الإلكتروني بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ".

وإذ أن المستهلك قد يقع فريسة سهلة للإعلانات الخادعة ولا يكتشف ذلك إلا بعد أن يكون قد دفع ثمن المنتج أو الخدمة محل الإعلان، بل وربما استلمها أيضا ، لذلك توجهت التشريعات الحديثة نحو تجريم الإعلانات التجارية الخادعة، فنجد المشرع الجزائري قد نص في المواد: 30، 31، 32، 34، 37، 38، 40 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على تشديد العقوبات على من يقوم بخداع المستهلك من خلال الإعلان الخادع والمضلل، يشمل ذلك الإشهار الإلكتروني الخادع محل دراستنا ، والتي سنتناولها بالتفصيل أكثر لاحقا.

أولا : المقصود بالكذب في الإشهار:

قام المشرع الجزائري بمنع كل إشهار من شأنه المساس برضا المستهلك وتغليظه، فالإشهار الكاذب هو كل إشهار يتضمن إدعاءات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستهلك أو مستعمل المواد والخدمات، فالإشهار الكاذب يقودنا حقا لتحديد المقصود بالكذب في الإشهار عن طريق تعريفه ومن ثم تقدير الكذب في الإشهار.

⁽¹⁾ - بمنية بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، المجلد ب، العدد 32، 2009، ص 294.

⁽²⁾ - القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

ويعرف الكذب في الإشهار: الكذب لغة هو إدعاء أو زعم مخالف للحقيقة، الهدف منه خداع وتضليل المتلقي عن طريق تزييف الحقيقة أو بث تأكيدات غير صحيحة وغير مطابقة للواقع أو لا يمكن الوفاء بها.⁽¹⁾

ويحتوي الكذب على عنصرين : مضمون زائف، وقصد الغش أو تزييف الحقيقة.⁽²⁾

ثانيا - تقدير الكذب في الإشهار:

تنصب الرسالة الإشهارية على إيقاظ الغرائز والعواطف والدوافع الفطرية والعقد النفسية الخاصة بالمستهلك⁽³⁾، فينبغي علينا أن نضع حدا فاصلا بين الكذب المألوف وبعدها نتطرق إلى معيار تقرير الكذب في الإشهار.

فلقد جرت عادة المعلنين عند قيامهم بالإشهار المبالغة في وصف المنتج أو الخدمة المعلن عنها، ومتى لم تبلغ المبالغة حدا جسيما وكان الكذب مألوفا فإنه لا يمكن القول بتوافر عناصر الإشهار الكاذب ولتحديد معيار الكذب في الإشهار يكون ذلك بالنظر إلى الآثار التي يتركها على المستهلك وليس بالرجوع إلى المعلن لأن هذا الأخير يفترض فيه المعرفة بالمنتج أو الخدمة وحتى الإشهار المتعلق بهما.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ - بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك (دراسة قانونية)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، د.ط، 2011، ص 64.

⁽²⁾ - عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات (من الوجهة القانونية)، مكتبة الجلاء، الجديدة، المنصورة، مصر، ط1، 1992، ص 173.

⁽³⁾ - بشير عباس العلاق، محمد علي رابعة، الترويج والإعلان التجاري، أسس نظريات، تطبيقات (مدخل متكامل)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د.ط، 2007، ص 331.

⁽⁴⁾ - حنان بن عتسو، علجية بوشيبان، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، 2017/2018، ص 24.

أ- المعيار الشخصي:

يرى فقهاء هذا الاتجاه من خلال هذا المعيار إلى مستوى يقظة المستهلك فيكون الإشهار كاذبا مهما تفاوتت درجة الخداع أي يكون المتلقي دون المستوى العادي في الفطنة والذكاء، أما إذ كان بالمستوى العادي فإن الإشهار لا يعد حينئذ مضللا إلا إذا كان يقع فيه جمهور الناس.⁽¹⁾

تم انتقاد هذا المعيار كونه يبحث في شخصية المتلقي للإشهار في كل مرة، وهو أمر خفي يصعب على القاضي تقديره أو الوصول إليه في وقت يسير، ولو كان مدققا في كشفه.⁽²⁾

ب- المعيار الموضوعي:

هذا الفريق من الفقهاء جرد المستهلك (متلقي الإشهار) من ظروفه الشخصية، بحيث ينظر هذا الاتجاه لمستوى ذكاء متلقي الإشهار ومستوى انتباهه وحذره، وبالتالي لا يتوفر الكذب في الرسالة الإشهارية إذا كانت المبالغة في الإشهار، واضحة يكتشفها من لديه قدر قليل من الانتباه، فلا ينخدع بها المستهلك المعتاد.⁽³⁾

ويبدو أن المشرع الجزائري قد أخذ بهذا المعيار بنصه في المادة 28 من قانون 02.04 المتعلق بالممارسات التجارية حيث جاء فيها "تعتبر إشهار غير مشروع وممنوع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان: يتضمن تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة..."⁽⁴⁾

حيث تكون الوسيلة الإلكترونية هي المستعملة في هذا الإشهار الغير مشروع والمضلل كما جاء في نص المادة 28 من القانون 02.04 المحدد لقواعد الممارسات التجارية .

(1) - موقف حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، د.ط، 2006، ص 61.

(2) - محمد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحكاية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، د.ط، 1999، ص 90

(3) - فاتح بن خالد، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2014/2015، ص 107.

(4) - القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

المطلب الثاني : عناصر الإشهار الإلكتروني الخادع وصوره:

الفرع الأول: عناصر الإشهار الإلكتروني الخادع:

لقيام الكذب والتضليل في الإشهار الإلكتروني الخادع يشترط وجود واقعة غير حقيقية أو مضللة وهذا ما يشكل العنصر المادي لهذا الإشهار، أما العنصر المعنوي للإشهار الخادع والمتمثل في سوء نية المعلن.⁽¹⁾

أولا : العنصر المادي:

لقيام العنصر المادي للإشهار الإلكتروني الخادع يجب أن تتوفر ثلاثة شروط وهي:

أ- أن يكون هناك إشهار:

ويقصد بالإشهار الإلكتروني وجود رسالة موجهة إلى المستهلك هدفها التحفيز على طلب السلع والخدمات، ليشمل هنا وسيلة الإعلام أو الإخبار الإلكترونية، والتي يكون من شأنها أن تسمح للعميل المحتمل من تكوين رأي معين حول خصائص وسمات الأموال والخدمات المعروضة عليه بغض النظر عن الهدف التحريضي للرسالة الإشهارية.⁽²⁾

ورغم اختلاف الآراء الفقهية في هذا الشأن، وباعتبار أن الإشهار هو فعل ذو تأثير نفسي على الجمهور يهدف إلى تحقيق الربح، وهذا ما حاول المشرع الجزائري إبرازه من خلال المادة 02 فقرة 07 من المرسوم رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش⁽³⁾، حيث جاء فيها "الإشهار هو جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج أو تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية".

(1) - نوال ملاك، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013/2012، ص 75.

(2) - محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، مصر، د.ط، 1986، ص 144.

(3) - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر العدد 05، الصادر سنة 1990، المعدل والمتمم.

وقد عرفته المادة 03 فقرة 03 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁾ على أنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة " أي أن الإشهار هو عمل فني تجاري يهدف إلى تحقيق الربح.

ب- 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 للحاجة التي يرمي إليها.⁽²⁾ ولوضع حد للجدل الفقهي في هذا الشأن فقد ذهب المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة 28 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث يعتبر إشهارا ممنوعا، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.

ج- أن يقع على عناصر محددة:

يكون الخداع مرتبطا إما بذاتية المنتجات أو خارجا عنها ويشمل العديد من العناصر⁽³⁾ والتي يجب أن تكون هذه العناصر محددة.

ثانيا : العنصر المعنوي:

يراد به سوء نية المعلن، أي اتجاه نية المعلن إلى التضليل وإيقاع المستهلك في لبس، غير أن الفقه والقضاء المقارن ذهبوا إلى استبعاد سوء النية، وبهذا صارت جريمة الإشهار المضلل جريمة مادية،⁽⁴⁾

(1) القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، د.ط، 2001، ص105.

(3) نوال ملاك، المرجع السابق، ص80.

(4) بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1

2011، ص222.

فالقانون يجرم الفعل المادي وذلك أن المستهلك يتضرر من الإشهار المضلل ويستوي بعد ذلك أن يكون المعلن حسن النية أو سيئ النية.

وإذا كانت الجريمة المادية استثناء يقصد به ضمان حد أدنى من النظام الاجتماعي من خلال وضع قواعد يتعين احترامها في جميع الظروف، على اعتبار أن عدم احترامها يخل بالتوازن في العلاقات القانونية والاقتصادية⁽¹⁾ وبلاستناد إلى القانون 02-04 المعدل والمتمم يتضح أن المشرع الجزائري لم يشر إلى اشتراط سوء نية المعلن ولا إلى استبعادها.

الفرع الثاني: صور الإشهار الإلكتروني الخادع:

نصت المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁾ المعدل والمتمم على جملة من الصور للإشهار المضلل وجاءت كآتي: " دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات ممكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.
- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجات أو خدمات أو نشاطه.
- 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.

يستخلص من هذه المادة أن للإشهار المضلل 03 صور تتمثل في:

- الإشهار المؤدي إلى التضليل (أولا).
- الإشهار المؤدي إلى الخلط أو اللبس (ثانيا).
- الإشهار المضخم (ثالثا).

(1) - علاوة هوام، الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات غير النزهية، مجلة الحقوق والحريات ، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، العدد 04، 2017، ص 232.

(2) - القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

أولاً: الإشهار الإلكتروني المؤدي إلى التضليل:

جاءت هذه الصورة في البند الأول من مادة 28 من نفس القانون بقولها: "يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته".

وعليه فكل تصريحات أو بيانات أو تشكيلات من شأنها أن تؤدي إلى خداع وتغليب المستهلك تعد تضليلاً أي إشهاراً غير مشروع. وقد شملت هذه الصورة أربعة حالات قد تكون محلاً للتضليل وهي: تعريف المنتج أو الخدمة كميته، وفرته ومميزاته.

أ- التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة:

يشمل عدة عناصر:

1- طبيعة المنتج:

إن التضليل في ذاتية المنتجات يفقدها طبيعتها الحقيقية، ويجعلها غير صالحة للاستعمال الذي أعدت من أجله، فيجد المستهلك نفسه بصدد منتج ذي طبيعة أخرى، ومثال ذلك الإعلان عن خاتم على أنه مصنوع من ذهب خالص في حين أنه صنع من خليط من معادن أخرى.⁽¹⁾

2- أصل أو منشأ المنتج:

التضليل المنصب على أصل السلعة أو مصدرها، إما أن يتعلق بمكان الإنتاج أو مكان الاستخراج⁽²⁾، ولقد تدخل المشرع الجزائري في هذا الصدد وحرص على وضع أحكام خاصة بمصدر الإنتاج بمقتضى قانون الملكية الصناعية.⁽³⁾

(1) - السعيد حداد، الحماية القانون في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه دولة، جامعة البليدة، سعد دحلب، 2000، ص 260.

(2) - حبية كالم، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر، 2005، ص 105.

(3) - القانون رقم 97-17 المؤرخ في 1997 المتعلق بحماية الملكية الصناعية، ج.ر العدد 02، الصادر في 08 جانفي 1997.

3- تاريخ الصنع:

كثيرا ما يرد التضليل بشأن تاريخ الصنع أو تاريخ انتهاء مدة الصلاحية عن طريق تقديم التاريخ أو تأخيرها، وهو يمثل أهمية خاصة بالنسبة للمستهلك خصوصا أن تاريخ الصنع يتحكم في قيمة المنتج⁽¹⁾ وكذلك فإن التضليل في تاريخ الصنع يمس صحة وسلامة المستهلك بصورة مباشرة بالخصوص في مجال المنتجات الدوائية والمنتجات الغذائية المحفوظة التي تنتهي مدة صلاحيتها، إذ تلحق أضرار جسمية تصيب صحة من يتعاطاها وقد تؤدي بحياته.⁽²⁾

4- مكونات المنتج:

قد تشير الرسالة الإشهارية إلى مكونات للمنتج غير موجودة أصلا أو تكون مكونات السلعة موجودة بالفعل ولكن بنسبة غير المعلن عنها.⁽³⁾

5- نوع أو صنف المنتج:

يراد به مجموعة الخصائص التي تميز منتجا معينا عن غيره من المنتجات التي تدخل ضمن نفس الصنف على نحو يسمح بتمييزها عنها.⁽⁴⁾

ب- التضليل بشأن الكمية:

يتعلق بمقدار المنتج سواء من حيث العدد أو الكيل أو الطول أو الحجم أو غير ذلك من وحدات التقدير، وأعتبر من قبيل التضليل الكتابة على غلاف مادة غذائية أنها لثلاثة أشخاص مع أنها لا تكتفي إلا لشخص واحد.⁽⁵⁾

(1) - منى ابو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2013، ص 156.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص 111.

(4) - حبية كالم، المرجع السابق، ص 104.

(5) - المرجع نفسه، ص ص 104-105.

ج- التضليل بشأن وفرة المنتج:

أي عرض المعلن لسلعة أو خدمة معينة واستعماله لعبارات توهي بقدرته على تغطية كل طلبات المستهلكين مستعملا عبارات تفيد ذلك وتوهي لدى المستهلك بأن المعلن قادر على تلبية أي طلب يوجه إليه، في حين نجد أن الواقع عكس ذلك تماما، أي أن المعلن يكون عاجزا عن تلبية طلب المستهلك.

د- التضليل بشأن مميزات المنتج:

هي الخصائص الجوهرية أو الرئيسية التي يتضمنها الشيء والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية للمنتج من وجهة نظر المتعاقد أو وضعها في اعتباره عند التعاقد، وما كان ليتعاقد عند تخلفها أو كان يتعاقد ولكن وفقا لشروط مختلفة كالإشهار بأن الدواجن محل للبيع تغذى بحبوب وأعلاف طبيعية في حين أن غذائها الأساسي مواد صناعية.⁽¹⁾

ثانيا : الإشهار الإلكتروني المؤدي إلى الخلط أو اللبس :

بالرجوع إلى الفقرة الثانية من المادة 28 من القانون 04-02 : " إذا كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو منتجاته أو خدمته أو نشاطاته " ⁽²⁾

إن هذا النوع من الإشهارات يستهدف فيه العون الاقتصادي عمدا زرع الشك والأوهام في ذهن المستهلك⁽³⁾ مما يدفع بهذا الأخير لاقتناء منتجات إذ لو كان هذا الأخير يعلم بذلك لما قام بإقتنائها ولما تعاقد مع العون الاقتصادي، وبالتالي فإن الإشهار يؤثر سلبا على رضا المستهلك ، لهذا تدخل المشرع لمنع هذا النوع من الإشهار حرصا على سلامة اختيار المستهلك من خلال نص المادة 28 من القانون 04-02 سالف الذكر.

(1) - حبيبة كالم، المرجع السابق، ص 103.

(2) - القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - إيمان دناقير، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلّل، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012، ص 15.

ونذكر على سبيل المثال الإشهار التضليلي المؤدي إلى الخلط أو اللبس في العلامات التي تضم نفس المنتج مع اختلاف اسم كل منهما، والتي لا يمكن للمستهلك معرفتها أو تمييزها بمجرد الإطلاع على المنتج المعروض للاستهلاك مثال على ذلك علامة Adidas و Abibas، وهذا نتيجة نقص المعلومات لدى المستهلك عن العلامات والأسماء.⁽¹⁾

ثالثا: الإشهار الإلكتروني المضخم:

تنص المادة 28 في فقرتها الثالثة من نفس القانون على هذه الصورة وباعتبار أن الإشهار 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 بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.⁽²⁾

فالمشرع في هذه الصورة للإشهار التضليلي يتصدى للأعوان الاقتصاديين الذين يثبتون إشهارات تفوق قدراتهم الحقيقية، والملاحظ أن المشرع أيضا لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي حتى إذا كان الإعلان المضخم سببه سوء تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية فإن ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل.

والعلة من حظر هذا النوع من الإشهارات ترجع لتأثيرها على الاستقرار، والتوازن بين العرض والطلب وما ينجر عنه من تذبذب في الأسعار وهز لثقة المستهلك.⁽³⁾

ويتضح من خلال المادة 28 فقرة 3 من نفس القانون أن الحكم على إشهار معين بأنه مضخم يقتضي توفر شرطان:⁽⁴⁾

(1) - علي بوليحة بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عن مليلة، الجزائر د.ط، 2000، ص ص 54-55.

(2) - المادة 28 فقرة 03 من القانون رق 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق، جاءت تبين لنا صورة الإشهار المضخم.

(3) - محمد عماد الدين عياض، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2007/2006، ص ص 134-135.

(4) - المرجع نفسه، ص 136.

1- يجب أن يكون محدد كأن يذكر الإشهار المدة التي تتوفر فيها السلعة أو الخدمة كاستعمال عبارة " مستعدون طيلة فصل الصيف " ...، فطريقة العرض تجعل المستهلك يتخذ قرارات تناسب تقديره لهذا الإشهار فيطمئن لتوفر السلعة أو الخدمة خلال الفترة المحددة أو المقدار المعين بحسب ضخامة الإشهار ، أو يؤجل اقتناء السلعة أو الخدمة تبعاً لذلك.⁽¹⁾

2- عجز العون الاقتصادي عن توفير السلع أو ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.⁽²⁾

وبهذا نكون قد أنهينا مبحثنا التمهيدي بعد أن أخذنا لمحة عن الإشهار الإلكتروني بكل جوانبه الأساسية.

أما بخصوص دراستنا في الموضوع فتتمحور حول الإشهار الإلكتروني الخادع ومدى تأثيره على إرادة وأمن وسلامة المستهلك من جهة، ومن جهة أخرى سنحاول تسليط الضوء على الحماية التي كرسها المشرع الجزائري في مواجهة الخداع في الإشهار الإلكتروني.

(1) - إيمان دناقير، المرجع السابق، ص 18.

(2) - المرجع نفسه.

الفصل الأول:

الحماية المدنية والإدارية للمستهلك

من الإشهار الإلكتروني الخادع

في التشريع الجزائري

إن للإشهار التجاري الإلكتروني دور فعال ومؤثر في رضا المستهلك لاقتناء السلع والخدمات محل الإشهار وذلك لما أصبحت شبكة الانترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب والتي من خلالها يمكنه الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة.

غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يمثل قهرا للمستهلك من حيث عدم قدرة هذا الأخير على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام المستهلك والذي يعتبر حق من حقوقه، وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الانترنت والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات.

فإن كان الإشهار التجاري الإلكتروني كاذبا أو خادعا فإن ذلك يعتبر تضليلا لإرادة المستهلك لذلك كانت حاجة المستهلك إلى الحماية في التسوق الإلكتروني باعتباره الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية والأقل قوة في المعاداة الاقتصادية.

وسعيا من المشرع الجزائري لحماية المستهلك فقد وضع مجموعة من النصوص القانونية والتي سنحاول عرضها وشرحها من خلال هذا الفصل الذي يعنى ببيان الحماية المدنية والإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع.

ولقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، فخصصنا المبحث الأول لدراسة الحماية المدنية للمستهلك والذي تم تقسيمه إلى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول بيان الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية والعقدية، أما المطلب الثاني فحاولنا تبيان حق المستهلك في العدول والجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من

الإشهار الإلكتروني الخادع، أما بالنسبة للمبحث الثاني فتم تخصيصه لدراسة الحماية الإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع والذي تم تقسيمه هو الآخر إلى مطلبين، يعنى المطلب الأول بشرح دور المصالح الإدارية في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع، أما المطلب

الفصل الأول: الحماية المدنية والإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري

الثاني فيهتم بتبيان التدابير والعقوبات الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع.

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع:

عندما يوجه المعلن إشهاره الالكتروني إلى المستهلك النهائي، وكان هذا الإعلان خادعا أو كاذبا، ووقع المستهلك ضحية لهذا الإشهار التضليلي مع وجود عقد بينه وبين المعلن تقوم المسؤولية العقدية، أما إذا لم يكن بينه وبين المعلن عقد فهنا تقوم المسؤولية التقصيرية وهذا ما جاء في القانون المدني الجزائري⁽¹⁾، لذلك سنسعى في المطلب الأول لتبيان الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية والعقدية، أما المطلب الثاني فخصصناه لتوضيح حق المستهلك في العدول ودور الجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع.

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية والعقدية:

إذا وقع المستهلك ضحية الإشهار الالكتروني الخادع دون وجود عقد بينه وبين المعلن تقوم المسؤولية التقصيرية⁽²⁾ (الفرع الأول)، أما إذا أبرم بينهما عقد فهنا تقوم المسؤولية العقدية⁽³⁾ (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية:

إذا وقع المستهلك ضحية للإشهار الالكتروني الخادع ولم يكن بينه وبين المعلن عقد فهنا تقوم المسؤولية التقصيرية على المعلن وذلك حسب المادة 124 من القانون المدني الجزائري، ويتطلب لقيام المسؤولية التقصيرية وجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما حسب نص هذه المادة، وعليه فإن

(1) - الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر العدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

(2) - أميرة صديقي، فلة رميساء طالب، حماية المستهلك من الإشهار التجاري التضليلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، د.س.ط، ص 56.

(3) - المرجع نفسه.

المستهلك مجبر على إثبات الضرر الذي أصابه من جراء الإشهار الإلكتروني الخادع الذي تلجأ إليه المؤسسات التجارية والأعوان الاقتصاديين.

إن المسؤولية التقصيرية بشكل عام هي الجزاء المترتب على الإخلال بالتزام يفرضه القانون⁽¹⁾ والمتمثل في الالتزام بعدم الإضرار بالغير.

فإذا اقترن قطع المفاوضات بخطأ من المعلن ونتج عنه ضرر للمستهلك وأدى إلى استحالة إبرام العقد الإلكتروني بينه وبين المعلن، فيمكن للمستهلك المتضرر طلب التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية وفقاً للمادة 124 من القانون المدني الجزائري، وذلك تعويضاً عن الضرر الذي يلحقه كالمصاريف التي أنفقها والجهود التي تكبدها، دون أن يقوم الطرف الآخر بإخطاره بالعدول عن التعاقد، وهذا معناه أن المعلن قطع التفاوض بسوء نية أو بدون سبب أجنبي، فهنا متى طلب المستهلك التعويض فإن مسؤولية المعلن التقصيرية تقوم لتعويضه عن الضرر الذي لحقه جراء الإشهار الإلكتروني الخادع.

وتقوم المسؤولية التقصيرية بتوفر أركانها الثلاث، الخطأ والضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر وذلك دون أن توجد بين المستهلك المتضرر والمعلن المتسبب في الضرر علاقة تعاقدية بينهما. ولقد أقر المشرع الجزائري بالمسؤولية التقصيرية للمعلن على أساس الضرر وذلك حماية لمصالح المستهلك بحيث يسأل عن الضرر الذي سببه للمستهلك نتيجة إشهاره الإلكتروني حتى في حالة عدم وجود عقد يربطهما، حيث جاء في المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري في فقرتها الأولى ما يلي: " يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى لو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية ".⁽²⁾

(1) - المادة 124 من الأمر 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - الأمر رقم 58-75، يتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

فإذا تضمن الإشهار الإلكتروني تضليلا في المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة أو تم إخفاء هذه المعلومات والبيانات الهامة التي تفيد المستهلك في التعرف على المنتج فإن ذلك يشكل تقصيرا من جانب المعلن.⁽¹⁾

إن الالتزام القانوني المفروض على المعلن يتمثل في التزامه بصدق بيانات رسالته الإشهارية وصحتها ووضوحها وصياغتها بأسلوب لا يضل المتلقي، لأن الإشهار يكتسي قيمة إشهارية توجيهية بالنسبة له إذ أن المعلن يوجه المتلقي عن طريق المعلومات الواردة في الإشهار باعتباره محترفا عالما بحقيقة منتجاته وخدماته التي يعرضها.⁽²⁾

أولا: أساس المسؤولية التقصيرية عن عيوب المنتجات:

استحدثت دعوى المسؤولية في تعديل القانون المدني الجزائري رقم 10-05 المؤرخ في 2005/06/20 المعدل والمتمم للقانون المدني⁽³⁾، التي أقرت بالمسؤولية المفترضة للمهني المنتج عن الأضرار التي يسببها للمستهلك⁽⁴⁾ وذلك من خلال نص المادة 140 مكرر التي سبق شرحها. وعليه فإن العلاقة بين البائع والمشتري تنشأ عنها مسؤولية على عاتق الأول، وتختلف حسب ما إذا كان محترفا أو غير محترفا، باعتبار أن البائع المحترف يجب أن يكون عالما تمام العلم بالشيء الذي يبيعه وخلاف ذلك يفسر على أنه سوء النية إلى أن يثبت العكس⁽⁵⁾، فالمحترف الذي يقوم بإشهار الشيء المبيع إلكترونيا يكون ملزما بكل الأضرار التي أصابت المشتري، وبالتالي يكون المهني مسؤولا عن تعويض ما قد يحدث للمستهلك إذا ما ثبت تقصيره، على أساس المسؤولية التقصيرية.⁽⁶⁾

(1) - أميرة صديقي فلة رميساء طالب، المرجع السابق، 57.

(2) - يمنية بليمان، المرجع السابق، ص 301.

(3) - الأمر رقم 10-05 المؤرخ في 2005/06/20، المعدل والمتمم للأمر 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر. العدد 44، الصادر في 2005/06/20.

(4) - إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك رسالة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 66.

(5) - المرجع نفسه، ص 67.

(6) - المرجع نفسه.

ثانيا : حالات سقوط شرط الإعفاء من المسؤولية التقصيرية :

الملاحظ أن الإشهارات المتداولة إلكترونيا تحرص على التأكيد بأنه من الممكن أن يحدث اختلاف بين وصف المهني وبين ما هو عليه في الواقع، وذلك لما يرد من عبارات بالإشهار الإلكتروني: "إننا نبذل قصارى جهدنا في وصف وتقديم المنتجات والخدمات بأكبر قدر من الدقة والعناية ورغم ذلك فلسنا مسؤولين عما يقع من غلط في هذا الشأن".⁽¹⁾

ومن هذا المنطلق فيجب التأكد من وجود هذا الشرط الذي يعفى المعلن (البائع) من المسؤولية التقصيرية.

ومع ذلك فإن هذا الشرط لا يسري إذا ارتكب البائع غشا أو خطأ جسيما وهو ما نصت عليه المادة 178 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري.⁽²⁾

فإلى جانب قيام مسؤولية المعلن عن الإشهار الإلكتروني الخادع والتزامه بتعويضه المستهلك عن الضرر الذي لحقه على أساس المسؤولية التقصيرية حتى وإن لم تربطهما علاقة تعاقدية حسب المواد 124 و140 مكرر من القانون المدني الجزائري المذكورين سابقا.

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك⁽³⁾، فإنه بمجرد وقوع الخطأ تتحقق المسؤولية سواء وجد الضرر أم لم يوجد، وعليه فبمجرد إخلال المهني بالتزاماته اتجاه المستهلك يعتبر في حد ذاته خطأ يوجب التعويض على أساس المسؤولية الشخصية، وهنا تكون المسؤولية تقصيرية حسب المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 67.

(2) - جاء في المادة 178 فقرة 02 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق أنه "وكذلك يجوز الاتفاق على إعفاء المدين من أية مسؤولية تترتب عن تنفيذ التزامه التعاقدية، إلا ما ينشأ عن غشه، أو عن خطئه الجسيم غير أنه يجوز للمدين أن يشترط إعفائه من المسؤولية الناجمة عن الغش، أو الخطأ الجسيم..".

(3) - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

الفرع الثاني : الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع على أساس

المسؤولية العقدية:

تقوم المسؤولية العقدية للمعلن عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك جراء الإشهار الإلكتروني الخادع حسب المادة 176 من القانون المدني الجزائري⁽¹⁾.

ومن هنا فيحق للمستهلك الذي كان ضحية الإشهار الإلكتروني الخادع بعد إبرام العقد وقيام المسؤولية العقدية، فقد يجد المستهلك المتعاقد نفسه مجبرا على التعاقد، وعليه فإنه قد يطالب بالتنفيذ العيني للعقد (أولا)، أو طلب إبطال العقد لوجود عيب في الرضا (دعوى الغلط والتدليس) (ثانيا) كما يحق له طلب التعويض (ثالثا)، كما يحق للمستهلك رفع دعوى ضمان العيوب الخفية (رابعاً).

أولا : طلب التنفيذ العيني للعقد :

تنص المادة 164 من القانون المدني الجزائري: "يجب للمدين بعد إعداره طبقا للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه تنفيذا عينيا متى كان ذلك ممكنا"⁽²⁾.

لذلك يكون لزاما على المعلن بعد إعداره من طرف المستهلك المتضرر من الإشهار الإلكتروني الخادع أن ينفذ ما ورد في الرسالة الإشهارية إذا كان ذلك ممكنا.⁽³⁾

أما إذا تعذر على المدين المعلن تنفيذ التزامه تنفيذا عينيا جاز للدائن (المستهلك) أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقة المعلن المدين بعد أن يطلب ترخيص من القاضي وذلك حسب المادة 170 من القانون المدني الجزائري والتي جاء فيها: "إذا لم يقيم المدين بتنفيذ التزامه جاز للدائن أن يطلب ترخيصا من القاضي في تنفيذ الالتزام على نفقة المدين إذا كان هذا ممكنا".

(1) - جاء في المادة 176 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق: "إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينيا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له فيه، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدين في تنفيذ التزامه".

(2) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(3) - حنان بن عتسو، علجية بوشيبان، المرجع السابق، ص 56.

كما يجوز أيضا للمستهلك المضرور من إشهار الإلكتروني الخادع وبدلا من طلب التنفيذ العيني أن يطلب فسخ العقد لإخلال البائع المعلن بتنفيذ التزامه وذلك بعد أعذاره.⁽¹⁾

ثانيا: طلب ابطال العقد (دعوى الغلط والتدليس):

يجوز للمستهلك الذي كان ضحية للإشهار الإلكتروني الخادع بعد إبرام العقد بناء على بيانات كاذبة أو مضللة، المطالبة بإبطال العقد على أساس الغلط أو التدليس.⁽²⁾

أ - المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط:

الغلط هو تقديم معلومات خاطئة للمتعاقد فيصور له الأمر على غير حقيقته ليدفعه إلى التعاقد حيث ما كان ليتعاقد لو علم بحقيقة الأمر، وقد اشترطت المادة 81 من القانون المدني الجزائري في الغلط أن يكون جوهريا⁽³⁾، حيث أجازت هذه المادة للمتعاقد الذي يقع في غلط جوهرى طلب إبطال العقد.⁽⁴⁾

ويكون الغلط جوهرى عند بلوغه حدا من الجسامه وأن يرد على الصفات الجوهرية لمحل العقد أو شروطه.⁽⁵⁾

كما حدد المشرع الجزائري في المادة 03 فقرة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁽⁶⁾ الخصائص الأساسية والصفات الجوهرية لمحل العقد والتي يمكن عرضها كالاتي:

- تعريف المنتج.

(1) - جاء في المادة 119 من نفس القانون " في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز المتعاقد الآخر أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك".

(2) - أميرة صديقي، فلة رميساء طالب، المرجع السابق، ص 61.

(3) - حفيظة عبايد فريجة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2018، ص 432.

(4) - أنظر المادة 81 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(5) - أنظر المادة 82 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(6) - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المتضمن الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر. العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

- تعريف المتدخل المعني بعرض المنتج.

- طبيعة المنتج.

- مكونات المنتج.

- المعلومات المتعلقة بأمن المنتج.

- سعر المنتج.

- مدة عقود الخدمات.

كما يسقط الحق في إبطال العقد إذا لم يتمسك به صاحبه خلال 05 سنوات، غير أنه لا يجوز

التمسك بحق الإبطال لغلط إذا انقضت 10 سنوات من وقت تمام العقد.⁽¹⁾

ب- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في التدليس:

يعرف التدليس بأنه: إيهام شخص بأمر مخالف للحقيقة بقصد دفعه إلى الارتباط⁽²⁾ بمعنى إيقاع

المتعاقد في غلط يفعه إلى إبرام العقد.

و تعتبر دعوى التدليس إحدى آليات الحماية التي وفرتها المشرع الجزائري للمستهلك لمواجهة الأضرار

الناجمة عن الإشهار الإلكتروني الخادع والمضلل، انطلاقاً من القانون المدني الجزائري، والهدف من دعوى

التدليس هو إبطال العقد والعودة إلى الحالة التي كان عليها المتعاقدان قبل التعاقد .

حيث نصت المادة 86 من القانون المدني الجزائري : " يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل

التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة ، بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد،

و يعتبر تدليساً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو

علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة ".⁽³⁾

⁽¹⁾— أنظر المادة 101 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

⁽²⁾— أحمد الزقرد السعيد، الحماية المدنية من الدعاية الإشهارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2007، ص 155.

⁽³⁾— الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

ويلزم حتى يمثل التدليس إشهارا كاذبا أو مضللا، توافر ثلاثة عناصر وتمثل فيما يلي: (1)

1 استعمال طرق احتياله التي تستهدف التأثير على إرادة المستهلك باستخدام كافة الحيل لإخفاء الحقيقة عنه كالكذب والكتمان.

2 خية التضليل للوصول إلى غرض غير مشروع بحيث إذا انعدمت هذه النية لا يمكننا الحديث عن التدليس .

3 أن يكون التدليس دافعا للتعاقد أن يصل حدا من الجسامة وقاضي الموضوع هو الذي يقدر هذه الأخيرة. (2)

في حال توفر هذه العناصر يمكن للمستهلك طلب إبطال العقد للتدليس، ويجب أن يرفع دعواه خلال 05 سنوات من يوم اكتشاف التدليس أو خلال 10 سنوات من يوم إبرام العقد. (3) إلا أن الحماية التي تقدمها نظرية التدليس أو الغلط تبقى محدودة الأثر في الإشهار الكاذب أو المضلل، لأن تطبيقها مرتبط بمدى قيام عقد بين المعلن و المستهلك وهو احتمال نادر كما أن دعوى الإبطال للتدليس توفر حماية فردية للمستهلك في وقت نشهد فيه عزوف الفرد عن اللجوء إلى القضاء إما بسبب الجهل أو طول إجراءات التقاضي أو ارتفاع تكاليفها ، أو بسبب جميعا. (4)

ثالثا : طلب التعويض:

جاء في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

وعليه يتمثل أثر المسؤولية المدنية في التعويض عن الضرر الذي لحق المستهلك بسبب الإشهار الإلكتروني الخادع وذلك لجبر الضرر الذي لحق به ومن خلال استجابة القضاء لطلب المستهلك تظهر الحماية القانونية التي خولها له المشرع لحمايته من أضرار الإشهار التجاري من خلال تكريس

(1) - محمد بوراس، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات، دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2014، ص 338-339.

(2) - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 285-259.

(3) - أنظر المادة 101 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(4) - عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 260.

حق من حقوقه وهو طلب التعويض عن الضرر الوارد على السلعة أو الخدمة إلى جانب الحقوق الأخرى المتمثلة في حقه للحصول على معلومات دقيقة محل الإشهار وحق الاختيار بعيدا عن الخداع.⁽¹⁾

وعليه فإن رجوع المستهلك بالتعويض عن الأضرار التي لحقته نتيجة لذلك الخطأ الصادر عن المعلن والمتمثل في الإشهار الإلكتروني الخادع والذي لولاه لما أقدم على إبرام العقد، وهنا يمكن للمستهلك المتضرر رفع دعوى التعويض إما أمام القضاء المدني، وإما أم أم القضاء الجزائري في حال ارتقاء الإشهار الكاذب لدرجة الجريمة.⁽²⁾

ولقد نصت المادة 131 من القانون المدني الجزائري⁽³⁾ على أنه " يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المواد 182 و 182 مكرر مع مراعاة الظروف الملابسة، فإن لم يتيسر له وقت الحكم أن يقدر مدى التعويض بصفة نهائية، فله أن يحتفظ للمضور بالحق في أن يطالب خلال مدة معينة بالنظر من جديد في التقدير".

ويتضح من هذا النص أن قاضي الموضوع هو الذي يقدر مبلغ التعويض وفقا للمادتين المشار إليهما.⁽⁴⁾

ويشمل التعويض الذي يقدره القاضي ما لحق الدائن (المستهلك) من خسارة و ما فاتته من كسب وهذا ما نصت عليه المادة 182 من القانون المدني الجزائري.⁽⁵⁾

(1) - رباح غسان، قانون حماية المستهلك الجديد (المبادئ، الوسائل والملاحقة مع دراسة القانونية)، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط2، 2011، ص 63.

(2) - حنان بن عتسو، عليجة بوشيبان، المرجع السابق، ص ص 56-57.

(3) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(4) - زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2009، ص 308.

(5) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

كما جاء في المادة 14 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية : " في حال عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه من طرف المورد الإلكتروني يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به ".⁽¹⁾

رابعا : دعوى ضمان العيوب الخفية :

ضمان العيوب الخفية يعد وسيلة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مبيع مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها، خصوصا وأنا نتحدث عن الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع، وهذا ما يدعوننا إلى تعريف العيب الخفي (أولا)، وتحديد شروطه (ثانيا):

أ- تعريف العيب الخفي :

العيب الخفي هو : " العيب الغير معلوم للمشتري الذي لم يكن باستطاعة هذا الأخير أن يكتشفه عن طريق فحص المبيع بعناية الشخص المعتاد فهو الذي يقع ضمانة على البائع ".⁽²⁾

كما يعرف العيب الخفي بأنه " حالة يخلو منها الشيء عادة لا تظهر عند البيع بفحص المبيع، ويكون من شأنها أن تنقص من قيمته نقصا محسوسا وتأثير على الانتفاع به ".⁽³⁾

هذا من الناحية الفقهية ، أما في الناحية القانونية فلم يعرف المشرع الجزائري العيب الخفي بل إكتفى بذكر شروطه وذلك في المادة 379 من القانون المدني الجزائري⁽⁴⁾ والتي سنطرق لها لاحقا .

غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي.⁽⁵⁾

إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا عنه، كما أن جهل البائع بالعيوب لا يعفيه من مسؤولية الضمان خاصة إذا كان محترفا.⁽⁶⁾

(1) - القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

(2) - عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دار الثقافة، الأردن، ط1، 2000، ص41.

(3) - توفيق حسن فرج، الوجيز في عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر ، د.ط، 1988، ص 168.

(4) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(5) - عبء الإثبات هنا يقع على البائع، كما أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب الخفية إلا إذا توفرت شروط ذلك.

(6) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 71.

ب- شروط العيب الخفي:

لقد سبق الذكر أن المشرع الجزائري قد أتى على ذكر شروط العيب الخفي في المادة 379 من القانون المدني الجزائري⁽¹⁾، وسنعرض كل هذه الشروط بالتفصيل؛

1- أن يكون العيب قديما :

حيث يضمن البائع العيب الموجود وقت التسليم ، أي أن مجرد وجود العيب يوجب ب الضمان ولو لم يكن موجود وقت العقد وبالتالي فإن البائع يضمن العيب الموجود وقت العقد وكذا الذي ينشأ بعد العقد وقبل التسليم⁽²⁾ وعلى هذا الأساس فإذا لم يكن موجودا في هذا الوقت أو حدث بعد تسلّم المشتري للمبيع ، فلا يضمنه البائع.

2- أن يكون العيب حقيقيا :

ومعناه أن لا يكون العيب ظاهرا للمشتري، فإن كان ظاهرا أو رآه المشتري ولم يعترض عليه عد ذلك قبولاً منه للعيب ، وإسقاطا لحقه في الضمان⁽³⁾.

وما يفهم من ذلك أن العون الاقتصادي لا يكون ملزما بالضمان إذا كان العيب ظاهرا في السلعة وقت تسليمها للمستهلك ، ومع ذلك قبل بها هذا الأخير ولم يبد أي اعتراض.

3- أن لا يكون المستهلك عالما بالعيب :

أي أن يكون مجهولا لدى المشتري، فإذا كان المشتري على علم بالعيب وقت البيع ومع ذلك أقدم على شراء السلعة المعيبة في هذه الحالة يسقط حقه في الرجوع على البائع الإلكتروني بالضمان ، ذلك أن العيب المعلوم يأخذ حكم العيب الظاهر، حيث يجب أن يكون المشتري حسن النية.⁽⁴⁾

(1) الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك ، دار الفكر، مصر، ط1، 2006، ص318.

(3) محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط1، 2006، ص352.

(4) محمد حسن قاسم، عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1999، صص 232-233.

ولقد اشترط المشرع الجزائري لضمان العيب الخفي عدم القدرة على تحديده من قبل الشخص العادي ذلك لأن الأمور الخفية لا تظهر بسهولة، حيث يتم اكتشافها عن طريق معاينة من طرف خبير مختص.⁽¹⁾

وعلم المستهلك بعيب السلعة واقعة مادية يستطيع العون الاقتصادي أن يثبتها بجميع طرق الإثبات.

4- أن يكون العيب جسيما :

وهو ذلك العيب الذي ينقص من ثمن المبيع ومن منفعته بحيث لو علم المشتري به وقت التعاقد لكان تراجع عن إبرام العقد أو لا يقبل بشراء المنتج بالثمن الوارد في العقد وإنما بأقل من ذلك.⁽²⁾ أي أنه يشترط لكي يكون العيب جسيما أن يكون مؤثرا بحيث ينقص من قيمة المبيع أو نفعه، وهذا ما نصت عليه المادة 379 من القانون المدني الجزائري⁽³⁾، ويرجع في تقدير ذلك إلى معيار مادي فينظر إلى قصد المتعاقدين، كما هو مبين في العقد، أي الإرادة الظاهرة، ويظهر بطبيعة الشيء وبالاستعمال العادي للشيء.⁽⁴⁾

في الأخير تجدر الإشارة أنه وبتطبيق كل هذه الشروط على العقود التقليدية، نجد أنها متوافرة أيضا في حالة البيع عبر الانترنت ذلك عند قيام المستهلك بشراء منتج، فيتبين له عند استعماله، أنه معاب ولا يحقق الفائدة التي ابتاعه من أجلها خاصة إذا ما تعلق الأمر ببرامج إلكترونية أو في حال زرع فيروس في برنامج الحاسب الآلي المبتاع من طرف المستهلك، حيث أنه يعد من الصعب وإن لم يكن مستحيلا اكتشاف هذا العيب الذي شاب المنتج،⁽⁵⁾ لذلك فإنه بتوافر الشروط الواجب توافرها لقيام التزام البائع بضمان العيب الخفي في المبيع في عقد البيع الإلكتروني عبر الانترنت فإنه يثبت للمستهلك الإلكتروني ما يثبت للمستهلك العادي من الحق في مطالب المزود أو البائع باستبدال المبيع

(1) - إيمان بوزيدي، المرجع السابق، ص 83.

(2) - جعفر الفضيلي، الوجيز في العقود المدنية، البيع، الإيجار، المقاوله، دراسة على ضوء التطور القانوني معززة بالقرارات القضائية، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط3، 2014، ص124.

(3) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(4) - محمد كامل مرسي باشا، شرح القانون المدني (العقود المسماة)، منشأة المصاريف الإسكندرية، مصر، ط1، 2006، ص 325.

(5) - إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2008، ص 211.

أو إصلاحه، أما إذا لم يتمكن هذا الأخير من ذلك، فإن المستهلك مخير بين رد المبيع واسترجاع ثمنه أو الاحتفاظ به والمطالبة بإنقاص الثمن حالة كون العيب بسيطاً، هذا ما نصت عليه المادة 09 من المرسوم التنفيذي 90-266⁽¹⁾ المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.⁽²⁾

غير أن الأمر لا يقتصر على ذلك فقط، بل أن المشرع الجزائري مكن المستهلك من أمر محترف مؤهل لإصلاح المنتج المعين على نفقة البائع، فضلاً عن مطالبة هذا الأخير بالبائع بدفع التعويض، نتيجة الضرر الذي أصاب المستهلك في نفسه أو أملاكه جراء هذا العيب.⁽³⁾

غير أن المشرع الجزائري فرق بين العيب الجسيم والعيب البسيط، هذا ما يظهر من خلال المادة 379 من القانون المدني الجزائري⁽⁴⁾، وكان على المشرع الجزائري أن لا يعتمد على معيار جسامته العيب حتى يكون مستحقاً للضمان، لأن مجرد وجود العيب ولو كان بسيطاً، يفقد المستهلك الرغبة في المبيع، خاصة إذا ما كنا بصدد البيع عبر الانترنت، الذي وإن كان المستهلك يستفيد من أحكام الالتزام بضمان العيوب الخفية وفقاً لما تقرره القواعد العامة في القانون المدني، لاسيما وأن عبء إثبات علم البائع بالعيب الخفي وإثبات تعمده أو غشه بإخفاء هذا العيب يقع على عاتق المشتري

(1) - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر، العدد 40، الصادر بتاريخ 19/09/1990.

(2) - جاء في المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، المصدر نفسه، على أنه: "إذا تعذر على المحترف إصلاح المنتج أو استبداله، فإنه يجب عليه أن يرد ثمنه دون تأخير، وحسب الشروط الآتية: يرد جزء من الثمن، إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفضل المستهلك الاحتفاظ به، يرد الثمن كامل، إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلية وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب".

(3) - تتضمن المادتين 06 و 18 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، المصدر السابق، على التوالي: "يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب وفق ما يقتضيه مفهوم المادة 03 أعلاه،" يجب على المستهلك أن يقدم للمحترف طلبه بتنفيذ الضمان بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك، ويمكن للمحترف أن يطالب حسب نوع المنتج بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتج المضمون يجب على المستهلك في حالة عدم تنفيذ إلزامية الضمان في أجل يطابق الأعراق المهنية أن ينذر المحترف برسالة مسجلة مع إشعار باستلام أو ينذره بأية وسيلة أخرى تطابق التشريع المعمول به، وإذا لم يستجب له، يمكنه أن يرفع دعوى الضمان عليه إلى المحكمة المختصة في أجل أقصاه عام واحد ابتداء من يوم الإنذار.

ويمكن للمستهلك في أثناء ذلك بغية تمكينه، من الانتفاع بالمنتج المقتنى، أن يأمر محترفاً مؤهلاً بإصلاح المنتج المعيب إذا كان ذلك ممكناً، وعلى نفقة المحترف المحل بالتزاماته".

(4) - الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

الذي يلتزم قبل هذا بإثبات أن هناك عيبا خفيا قديما ومؤثرا، الأمر الذي يتعذر عليه النهوض به، خاصة في المجال الالكتروني بسبب حداثة المنتجات وتنوع وظائفها ودقتها.⁽¹⁾

المطلب الثاني : حق المستهلك في العدول والجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع:

من خلال هذا المطلب أردنا تبيان حق المستهلك في العدول إذا كان ضحية للإشهار الالكتروني الخادع وذلك كحماية مدنية أقرها له المشرع الجزائري من أجل حمايته من الإشهار الخادع (الفرع الأول)، أما الفرع الثاني فحاولنا فيه توضيح الجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع .

الفرع الأول : حق المستهلك في العدول:

استثناء من القواعد العامة التي بينها سابقا، وباعتبار أن المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية بينه وبين المتدخل، فإنه أصبح محل اهتمام المشرع من خلال القوانين التي سنها من أجل حمايته، إلى درجة مخالفة القواعد العامة في القانون المدني والتي كانت تقدر مبدأ سلطان الإرادة، فالأصل أنه ووفقا للمادة 601 من القانون المدني الجزائري⁽²⁾ أن العقد شريعة المتعاقدين، وأن للعقد قوة ملزمة لا يجوز لأحد طرفيه الاستقلال بإثائه أو بتعديله، لكن بإزدياد المخاطر التي تهدد المستهلك نتيجة التطور الهائل والمتسارع للسلع والخدمات، حيث أصبح عرضة لجشع المتدخل الذي غالبا ما يهدف إلى تحقيق الربح ولو على حساب المصلحة المادية والمعنوية للمستهلك، كما أنه كان للتطور التكنولوجي وظهور عقود الاستهلاك بما تتميز به من خصوصيات في التعاقد كشف قصور مبدأ شريعة المتعاقدين، وأنه لا يضمن التوازن العقدي المنشود، ذلك أن المستهلك يقدم على شراء سلعة غير عالم بها وبمميزاتها وليس متأكد من مدى تلبيتها لحاجاته، كما أن لقوة الإعلانات ونظرا لما تلعبه في سهولة التأثير على المستهلك، لذلك فقد عمد المشرع الجزائري من خلال قوانين حماية

⁽¹⁾ - انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني، رسالة الماجستير، كلية الحقوق بجامعة الباز، 02، سطيف، 2013، ص 56.

⁽²⁾ - أنظر المادة 601 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

المستهلك على التخفيف من حدة القوة الملزمة للعقد بإعطائه للمستهلك حق العدول عن العقد خلال مدة من الزمن، يتحقق خلالها من مدى ملائمة ما يقتنيه لحاجياته المشروعة، لذلك سنقوم بتعريف الحق في العدول وفقا للتشريع الجزائري (أولا) ثم نبين مضمون الحق في العدول (ثانيا)، ثم نبين كيفية ممارسة الحق في العدول وآثاره (ثالثا).

أولا: تعريف الحق في العدول وفقا للتشريع الجزائري:

يعتمد على مصطلح العدول للدلالة على رجوع المستهلك عن العقد والتخلي عنه، وذلك لاستخدامه من طرف المشرع الجزائري في القرض الاستهلاكي⁽¹⁾، من خلال المرسوم التنفيذي رقم 114/15 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي⁽²⁾، كما تضمنت الفقرة الثانية من المادة 19 من القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽³⁾، تعريفا للعدول يقول " العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب". وما يلاحظ على هذا النص أن المشرع الجزائري كرس أخيرا خيار العدول بموجب القانون 09-18 وأحال ضبط أحكامه على التنظيم، حيث جاء في الفقرة الأخيرة من نفس المادة⁽⁴⁾ " تحدد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتجات المعنية عن طريق التنظيم" كما جاء في الفقرة الثالثة من هذه المادة " المستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية".

(1) - لخضر دايجة، حق المستهلك في العدول، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2018/2017، ص6.

(2) - أنظر المواد 11 فقرة 02 والمادة 14 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج.ر العدد 10 الصادر بتاريخ 13 ماي 2015.

(3) - القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

(4) - المادة 19 من القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر نفسه.

إن هذا الحق لم يرتبط وجوده بتنظيم التعاقد الإلكتروني، وإنما ارتبط الوجود ببداية التشريعات الهادفة إلى حماية المستهلك، وبمقتضاه يتمكن المستهلك من التروي والتبصر المتأني، كي لا يبرم عقدا إلا بعد أن تكون إرادته في تنور كامل.⁽¹⁾

والهدف من هذا الالتزام للمتعاقد أو المهني قبل المستهلك هو القضاء على ظاهرة شائعة تتمثل في لجوء بعض المهنيين إلى رفض تسليم نماذج العقود للمستهلكين إلا بعد التوقيع عليها، على نحو يحرم المستهلك بهذه الطريقة من إمكانية للتفكير المسبق في شروط العقد قبل إبرامه، وبهذا الالتزام يصبح تسليم نماذج العقود إلى المستهلك قبل إبرام العقد أمرا إلزاميا.⁽²⁾

أ- خصائص الحق في العدول : إذا كان حق العدول استثناء على مبدأ القوة الملزمة للعقد، فإن له خصائص يمكن إجمالها في النقاط الأساسية الآتية:

✓ حق العدول هو آلية قانونية تمكن المستهلك من عدم الاستمرار في العقد وإلغاء البيع في الفترة الزمنية التي حددها القانون، دون أن يكون المستهلك ملزما بتبرير موقفه⁽³⁾ أي أن حق العدول ذو صفة تقديرية.

✓ يرد هذا الحق على عقود الاستهلاك دون غيرها من العقود، وهو محدد المدة وينقضي باستعماله أو بفوات المدة المحددة.⁽⁴⁾ أي أن العدول عن التعاقد حق مؤقت.

✓ العدول حق مجاني، أي أن ممارسة حق العدول يكون بصورة مجانية دون تكبد أي نفقات، ويبطل كل اتفاق يفرض مقابلا ماليا له أو تعويض جراء استعماله هذا الحق.⁽⁵⁾

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 73.

(2) - نسيمه درار، المستهلك الرقمي وعدم راهنية القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته، مجلة الفقه والقانون، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 20، 2014، ص 141.

(3) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 73.

(4) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 9.

(5) - أنظر الفقرة 03 من المادة 19 من القانون رقم 09-18، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

✓ تعتبر ممارسة حق العدول من النظام العام لا يجوز التنازل عنه ويبطل كل شرط يقضي بحرمان المستهلك من ممارسة هذا الحق.⁽¹⁾

✓ يرد حق العدول على العقود اللازمة كعقد البيع والإيجار ولا يرد على العقود غير اللازمة كعقد الوكالة.⁽²⁾

ب- العقود التي يرد عليها الحق في العدول:

يشمل عقد القرض الاستهلاكي⁽³⁾، وعقد البيع الإلكتروني.⁽⁴⁾

وما يهمنا في هذا البحث هو عقد البيع الإلكتروني، لأنه في الوقت الراهن ومع التطور الذي عرفته وسائل الدعاية والإشهار المختلفة تولدت رغبة لدى المستهلك في التعاقد خارج إرادته ودون الحاجة للسلعة أو الخدمة، وإنما تحت ضغط الإشهار عليه والذي تفنن المتدخل في إبداعه فانتزع منه رضاه دون أن يمنح له الوقت الكافي للتفكير والتدبر⁽⁵⁾، لذلك أصبحت الإرادة لا تعبر حقيقة عن رضا المستهلك، أمام هذه الحالة أصبح لزاما إيجاد آلية تحمي المستهلك بعد إبرامه للعقد فتوجه المشرع الجزائري إلى آلية الحق في العدول⁽⁶⁾، إذ يعتبر الحق في العدول حقا حديث النشأة يهدف إلى حماية

(1) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 09.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - جاء في المادة 450 من الأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم، المصدر السابق، تعريف لعقد القرض الاستهلاكي حيث جاء فيها: "قرض الاستهلاك هو عقد يلتزم به المقرض أن ينقل ملكية مبلغ من النقود أو أي شيء مثلي آخر على أن يرد إليه المقترض عند نهاية القرض نظيره في النوع المقدر والصفة"

كما جاء في المادة 20 فقرة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق، أن عقد القرض الاستهلاكي هو "كل عملية بيع للسلع والخدمات يكون فيها الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزأ" كما جاء في المادة 02 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، المصدر السابق، أن عقد القرض الاستهلاكي هو "كل بيع سلعة يكون الدفع فيه على أقساط مؤجلا ومجزئا."

(4) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 43.

(5) - المرجع نفسه، ص 10.

(6) - حسب المادة 19 من القانون رقم 18-09 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

رضا المستهلك في بيوع محددة وخاصة التي يسهل فيها عملية البيع والتعاقد⁽¹⁾، والذي يعني إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد.

ثانيا: مضمون الحق في العدول :

حق المستهلك في العدول عن العقد، يعني إعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد، ويكون بأن يرد المستهلك المنتج الذي تم تسليمه إليه، دون أن يكون المستهلك ملزما بتبرير موقفه، فقد يكون السبب هو عدم مطابقة المنتج، أو بسبب التفاوت في الصور التي تم بثها عبر الشاشة وحقيقتها في الواقع.⁽²⁾

أ- مبررات ممارسة الحق في العدول:

لممارسة الحق في العدول عدة مبررات وهي أن :

✓ يتعاقد المستهلك في هذا النوع من العقود بناء على المعلومات والبيانات التي يقدمها المتدخل دون أن يتسنى له التحقق من صحتها.⁽³⁾

✓ يتعاقد المستهلك تحت تأثير الدعاية والإشهار الصادرة من المتدخل بواسطة الانترنت.⁽⁴⁾

✓ ليس للمستهلك الحق في تعديل العقود النموذجية التي يتم على أساسها إبرام العقود الالكترونية في أغلب الأحيان.⁽⁵⁾

✓ لا يتاح الوقت الكافي للمستهلك للتفكير والتروي قبل إبرام العقد.⁽⁶⁾

(1) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 10.

(2) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 73.

(3) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 46.

(4) - المرجع نفسه.

(5) - المرجع نفسه.

(6) - المرجع نفسه.

ب- شروط إعمال حق العدول:

باعتبار أن حق العدول يؤدي إلى المساس بالقوة الملزمة للعقد، فقد كان لزاما على المشرع الجزائري وضع العديد من الضوابط من أجل إعماله، سواء من حيث الأشخاص أو من حيث العقود محل العدول، وذلك حفاظا على استقرار المعاملات.

1- نطاق حق العدول من حيث الأشخاص:

حق العدول مقرر لمصلحة المستهلك دون غيره، لأن المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف الأكثر قوة، كما أن المستهلك يبرم العقد لتلبية حاجياته، ولا يتبغي من وراء ذلك ربحا، وكل من يشتري الأشياء لاستعماله الشخصي يأخذ حكم المستهلك، لذلك فإن العبرة ليست بصفة الشخص بل بالهدف من وراء الشراء، فإن كان الهدف للاستعمال الشخصي يمنح هذا الشخص الحق في العدول، أما إذا كان الهدف هو الاتجار وتحقيق الربح فإن هذا الشخص لا يستفيد من الحق في العدول.

2- نطاق تطبيق حق العدول من حيث العقود:

لا يشمل حق العدول كل أنواع العقود، بل هناك عقود معينة خصصها المشرع الجزائري بهذا الحق إذ يختلف نطاق ممارسة الحق في العدول في العقد القرض الاستهلاكي⁽¹⁾، عنه في عقد البيع الإلكتروني. وما يهمنا في هذا البحث هو عقد البيع الإلكتروني، حيث يرى بعض الفقهاء أن المستهلك الإلكتروني له الحق في العدول ذلك أنه يشتري السلعة عن طريق الانترنت ولم ير تلك السلعة، وإنما رأى صورتها على شاشة الحاسب الآلي، فإذا تسلم نموذجا منها كان له حق العدول، ومن ثم إمضاء العقد أو فسخه حماية له من أي تلاعب أو تغرير أو تدليس من البائع في نطاق التجارة الإلكترونية.⁽²⁾

⁽¹⁾ - نجد أن المشرع الجزائري قلص نطاق القرض الاستهلاكي وحصرها في اقتناء السلع دون غيرها وخص المستفيدين من هذا القرض المواطنين المقيمين دون سواهم، وهذا حسب ما جاء في المادة 05 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، المصدر السابق.

⁽²⁾ - نسيمه درار، المرجع السابق، ص 142.

وحق العدول يعد أحد الآليات القانونية الهادفة إلى توفير حماية فعالة للمستهلك، كما أنها أداة تشريعية تلعب دورا أساسيا في حماية الذين يتعاقدون دون إمكانية حقيقية لمناقشة شروط تعاقداتهم، ويخضعون لتأثير الإعلان وما يجمعه من ضغط وحث على التعاقد، فضلا عن كون التعاقد عن بعد، يتم دون إمكانية حقيقية للمستهلك لرؤية ما يتم التعاقد عليه أو التحقق من خصائصه.⁽¹⁾ ورغم تعارض هذه الرخصة مع مبدأ القوة الملزمة للعقد، إلا أنه من أكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لعقود التجارة الإلكترونية على وجه التحديد، حيث ينعدم التواصل ما بين المهني المتعاقد والمستهلك، الذي تسيطر عليه إجراءات الدعاية والإعلان في المواقع الإلكترونية، والتسهيلات التي تمنحها السوق الإلكترونية للمستهلك تجعله يندفع نحو الاستجابة لهذه الإجراءات عن طريق النقر على الموقع الإلكتروني وإدخال بيانات بطاقة الائتمان الخاصة به،⁽²⁾ ففي هذه الظروف فإن اعتبارات العدالة توجب أن يمنح فرصة الرجوع.⁽³⁾

ورخصة العدول مقررة لمصلحة المستهلك دون غيره، بسبب طبيعة هذا العقد حتى ولو لم يرتكب البائع غشا أو تدليسا، وحتى ولو كانت السلعة خالية من العيوب وذلك كله بشروط معينة غالبا ما تتمثل في عدم استخدام السلعة من قبل المستهلك، أو عدم فض الغلاف الخارجي لها حتى يتمكن البائع من تسويقها مرة أخرى.⁽⁴⁾

ثالثا : كيفية ممارسة الحق في العدول وآثاره

أ- كيفية ممارسة الحق في العدول :

لم يحدد المشرع شكلا خاصا لتعبير المستهلك عن عدوله عن العقد الذي سبق إبرامه، غير أنه من الناحية العملية، ينبغي الإشارة إلى أنه يكون دائما من مصلحته عند استعماله لهذا الحق، أن يعبر عن

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص ص 73-74.

(2) - إلزامية الدفع الإلكتروني في التعليمية الجديدة لوزارة التجارة، وأنه على التجار الالتزام بهذا الإجراء ووضع تاريخ 2020/12/31 كأخر أجل للتجار من أجل تميم عملية الدفع الإلكتروني كترغبة صريحة من الدولة نحو الاتجاه إلى التكنولوجيا الحديثة في العمليات التجارية والمصرفية.

(3) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 74.

(4) - المرجع نفسه.

عدوله من خلال وسيلة تمكنه من إثبات هذا العدول فيما بعد وعند منازعة المهني من حدوثه وهو ما يمكن تحقيقه مثلا، من خلال تضمين عدوله لخطاب موصى عليه بعلم الوصول.⁽¹⁾ أو أي وسيلة أخرى تمكنه من إثبات العدول فيما بعد اتجاه المهني المحترف، وذلك خلال مهلة العدول.⁽²⁾

ب- آثار ممارسة الحق في العدول:

بما أن العقد الإلكتروني هو رابطة بين شخصين المهني المحترف من جهة والمستهلك بوزنه الضعيف في العقد من جهة أخرى، فإن حق العدول الذي أقره المشرع الجزائري للطرف الضعيف في العقد، قد ينجر عنه عدة آثار:⁽³⁾

1- رد الثمن للمستهلك :⁽⁴⁾

يتعين على المهني المحترف إرجاع ثمن السلعة إلى المستهلك بعد عدوله باعتبار ذلك حق للمستهلك ويوفر له حماية من الأضرار التي قد يتعرض إليها جراء الإشهار الإلكتروني الخادع. بالإضافة إلى ذلك فقد جعل المشرع من رفض البائع رد المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل السلعة التي أعادها له استعمالا لحقه في العدول، مخالفة من تلك التي يتم معابنتها والتحقق منها من قبل الجهات

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 76.

(2) - وتتسم هذه المدة بقصرها، ومرد ذلك راجع إلى رغبة المشرع في أن لا يجعل العقد غير مستقر مدة طويلة مراعاة لمصلحة المتعاقد الآخر، لكي لا يبقى ملتزما بعقد لا يعرف مصيره مدة طويلة من الزمن، لكن أمام غموض المشرع الجزائري وإحالة تنظيم حق العدول على التنظيم، وسكوته عن مسألة وجوب إعلام المستهلك بحقه في العدول، جعل المستهلك جاهلا بهذا الحق وأحكامه، وهذا يؤدي إلى عدم مباشرته أصلا سواء بهذه الوسيلة أو بتلك من طرف المستهلك.

(3) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 77.

(4) - جاء في الفقرة 02 من المادة 22 من القانون رقم 18-05 المتضمن قانون التجارة الإلكترونية، المصدر السابق، "وفي هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلام المنتج".

المنوط بها التحقيق في مجال المنافسة والاستهلاك وقمع الغش،⁽¹⁾ ومعاقب عليها بموجب المادة 78 مكرر من القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽²⁾

2- انقضاء العقد الذي تم الرجوع فيه:

فممارسة حق العدول يؤدي إلى إنهاء العقد، وكذلك ممارسة حق العدول في العقد الأصلي يؤدي مباشرة إلى إنهاء العقود والملاحق التابعة له.⁽³⁾

3- التزام المستهلك برد السلعة:⁽⁴⁾

يقع على المستهلك التزام في حالة عدوله عن العقد يتمثل في إعادة السلعة إلى المتدخل خلال مدة معينة، ويجب أن تكون هذه السلعة في نفس الحالة التي استلمها فيها جديدة دون أن يحدث فيها تغييرات أو عيوب نتيجة تجربته أو استعماله لها وتيسلم ثمنها بعد ذلك.⁽⁵⁾ وفي حالة العدول عن الخدمة فلا يقع على المستهلك أية التزامات لأن الخدمة لم تؤد وليس له ما يرجعه للمتدخل.⁽⁶⁾

4- التزام المستهلك بدفع أعباء رد السلعة :

يقع على المستهلك الالتزام بدفع أعباء رد السلعة وذلك بتحمل كل المصاريف التي دفعها لإرجاع هذه السلعة لأن المستهلك هو من قرر العدول وعليه أن يتحمل ذلك، ويدخل ضمن هذه المصاريف الشحن والنقل والتأمين إذا أبرم العقد عن بعد وقد تكون هذه المصاريف معتبرة وكبيرة جدا.⁽⁷⁾

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 77.

(2) - جاء في المادة 78 مكرر من القانون رقم 18-09 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق، مايلي: " يعاقب بغرامة خمسين ألف (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) كل من يخالف الأحكام المتعلقة بحق العدول المنصوص عليه في المادة 19 من هذا القانون".

(3) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 36.

(4) - أنظر المادة 22 فقرة 01 من القانون رقم 18-05 المتضمن قانون للتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

(5) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص 37.

(6) - المرجع نفسه.

(7) - المرجع نفسه، ص 38.

وتجدر الإشارة إلى أن حق العدول في عقود التجارة الالكترونية مقرر لمصلحة المستهلك دون غيره، بسبب طبيعة هذا العقد.⁽¹⁾

وعليه فمتى أراد المستهلك المتضرر من الإشهار الالكتروني الخادع اللجوء إلى هذا الحق وفقا للشروط والإجراءات.⁽²⁾

كما أن شروط وإجراءات ممارسة الحق في العدول يخضع للتنظيم المعمول به في هذا الشأن.⁽³⁾ وعدم الالتزام به من طرف المهني المحترف يحمله المسؤولية القانونية.⁽⁴⁾

كما تجدر الإشارة إلى أنه هناك عقود مستثناة من الحق في العدول وهي عقود السلع الاستهلاكية⁽⁵⁾، وعقود تقديم الخدمات.⁽⁶⁾

كما تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري ومن خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية⁽⁷⁾ حيث نص في المادة 11 أن هناك شروط وآجال العدول عند الاقتضاء، وأحال ضبط أحكامه على التنظيم حسب الفقرة الأخيرة من المادة 19 من القانون رقم 09-18 سالفة الذكر.

وما يفهم من نصوص هذه المواد أن المشرع الجزائري أخذ بحق العدول، لكن بنصوص قانونية مختلفة وليست واضحة وصريحة وأحال ضبط أحكامه على التنظيم كما سبق شرح ذلك وهو الأمر الذي يحتم إعادة النظر في هذه المسألة.⁽⁸⁾

(1) - نسيمة درار، المرجع السابق، ص 142.

(2) - المشرع الجزائري حدد المدة القانونية للعدول من خلال نصوص المواد 22 و 23 من القانون رقم 05-18 المتضمن قانون التجارة الالكترونية، المصدر السابق، وتسم هذه المهلة يقصرها، وذلك لمراعاة مصلحة المتعاقد الآخر، وبالتالي يكون المشرع قد حافظ على مصلحة المتعاقدين معا.

(3) - حسب الفقرة الأخيرة من المادة 19 من القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون 03-09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

(4) - عدم التزام المهني المحترف بهذا الالتزام اتجاه المستهلك المتضرر من إشهاره التجاري الالكتروني الخادع يجعله محل تحقيق ومسائلة من طرف الجهات الإدارية والأشخاص المكلفون بمعانبة جرائم الإشهار الالكتروني الخادع التي سوف ندرسها لاحقا.

(5) - لخضر دايجة، المرجع السابق، ص ص 47-49.

(6) - المرجع نفسه، ص ص 49-50.

(7) - أنظر المادة 11 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

(8) - المشرع الجزائري لم يكلف نفسه عناء إصدار قانون ينظم الحق في العدول، وترك المسألة للتنظيم وفقا للفقرة الأخيرة من المادة 19 من القانون 09-18 سالفة الذكر، وهو ما يحتم إعادة النظر في هذه المسألة وسن قانون يكون ملزم ومقيد لسلطة القاضي التقديرية في هذه المسألة.

وتجدر الإشارة أخيرا أن منح المشرع للمستهلك إمكانية ممارسة الحق في العدول دون دفع أي مقابل مالي، واستثناء التزامه بدفع مصاريف رد السلعة من شأنه أن يضمن فعالية ممارسة هذا الحق من قبل المستهلك من جهة ومن جهة أخرى ضمان التوازن العقدي بين طرف ضعيف وهو المستهلك وطرف قوي وهو المتدخل ومن ثم الحفاظ على مصلحتي الطرفين معا.

الفرع الثاني : الجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع :

إن حق المستهلك في رفع دعوى قضائية من أهم المسائل التي تبناها التشريع الجزائري⁽¹⁾ من أجل حماية المستهلك من الأضرار، وحتى يستطيع المستهلك اللجوء إلى القضاء يجب أن تتوفر فيه الشروط وهي الصفة والمصلحة⁽²⁾، كما أن المشرع الجزائري لم يحدد في القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،⁽³⁾ الجهة القضائية المختصة للفصل في المنازعات التي تكون بين المستهلك والمهني لذا فعلى الرجوع لقانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري.

إن رفع أي دعوى مدنية أمام القضاء المدني يستوجب أن تكون تلك الجهة القضائية ذات اختصاص في النزاع الذي سيعرض عليها، وفي التشريع الجزائري يوجد نوعان من الاختصاص، وسنبين الاختصاص النوعي أولاً، ثم الاختصاص المحلي ثانيًا، ومسألة الاختصاص بنوعية تعد مسألة أولية جوهرية يجب أن يعلمها المستهلك عند رفع دعواه، وإلا رفضت الدعوى كون الجهة التي رفع إليها النزاع غير مختصة نوعياً ومحلياً.

أولاً : الاختصاص النوعي :

تنص المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على ما يلي " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتشكل من أقسام، يمكن أيضاً أن تشكل من أقطاب متخصصة، تفصل المحكمة في جميع القضايا، لاسيما المدنية، التجارية والبحرية..."، لذلك فإن المحكمة هي المختصة بالنظر في دعاوى المستهلك، على أساس أن المحاكم هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام.

(1) - القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25/02/2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر. العدد 21، الصادر في 23/04/2008.

(2) - أنظر المادة 13 فقرة 01 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر نفسه، والتي جاء فيها، " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون".

(3) - القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. العدد 15، الصادر في 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون 09/18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. العدد 35، الصادر في 13 يونيو 2018.

يختص القضاء المدني كأصل عام بالنظر في دعاوى المستهلك، غير أنه بإمكان المستهلك أن يختار القضاء التجاري للفصل في دعواه، ذلك لأن الإشهار التجاري الإلكتروني يعد من الأعمال التجارية المختلطة فهو تجاري بالنسبة للمعلن إذ يتخذ كوسيلة للمضاربة بالسلع والخدمات المعلن عنها، ويعد مدنيا بالنسبة للمستهلك لأنه بعد اقتناعه بالإشهار يقوم بشراء أو طلب ما أعلن عنه من سلع وخدمات لاستعماله الشخصي.⁽¹⁾

وقد ينعقد الاختصاص للقضاء الإداري أو الجزائري وذلك متى قامت شروط ذلك، والتي سنتناولها لاحقا، وكون الاختصاص النوعي من النظام العام فإنه يجب التفرقة بين القضاء المدني والإداري والجزائي، إلا أن الاستثناء يكمن في حق المستهلك أن يتقدم إلى القضاء الجزائري للنظر في دعواه المدنية بالتبعية للدعوى العمومية وذلك للمطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن الجريمة وفقا للمادة 03 فقرة 01 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية⁽²⁾، وما لم تشكل فيها وقائع الإشهار جريمة، فإن المحاكم العادية هي المختصة بالنظر بصفة ابتدائية نهائية في بعض القضايا التي تكون في حدود القيمة المنصوص عليها في المادة 33 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية،⁽³⁾ أما الدعاوى الأخرى فتفصل فيها بأحكام قابلة للاستئناف، بحيث يكون المجلس القضائي هو المختص نوعيا بالنظر في الاستئناف المرفوع أمامه وذلك حسب نص المادة 34 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، أي أن الغرفة المدنية على مستوى المجلس هي المختصة بالنظر في استئناف حكم الفرع المدني.

أما بالنسبة لاختصاص القضاء الاستعجالي في القضايا المختلفة للإعلان التجاري وبلتحديد الإشهار الإلكتروني التجاري، فقد نصت المادة 301 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على شروط إذا توفرت قبلت الدعوى الاستعجالية والمتمثلة في :

(1) - خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الاشهارات التجارية، ماجستير قانون أعمال، بن عكنون، الجزائر، 2006، ص 166.

(2) - القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر السابق.

(3) - تنص المادة 33 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر السابق، على مايلي: " تفصل المحكمة بحكم في أول وآخر درجة في الدعاوى التي يتجاوز قيمتها مائتي ألف دينار (200.000 دج).

إذا كانت قيمة الطلبات المقدمة من المدعي لا تتجاوز مائتي ألف دينار (200.000 دج) تفصل المحكمة بحكم في أول وآخر درجة، حتى ولو كانت قيمة الطلبات المقابلة أو المقاصة تتجاوز هذه القيمة في جميع الدعاوى الأخرى بأحكام قابلة للاستئناف".

✓ ضرورة توفر الركن الاستعجالي، وهو ذلك الخطر المحدق بالمصالح المراد المحافظة عليها، وهو يتوفر كلما وجدت حالة يترتب على فوات الوقت فيها حصول ضرر يتعذر تداركه وإصلاحه.

✓ أن يكون الفصل في موضوع النزاع لا يمس بأصل الحق، بحيث يكون المطلوب هو إجراء وقفي تحفظي.⁽¹⁾

وبالتالي إذا توافرت هذه الشروط في موضوع الدعوى التي يرفعها المستهلك ضد المعلن، فإنه يحق للمستهلك الذي يريد وقف إشهار تجاري معين على أساس أنه يعتبر تعسفيا أو مضللا أو غير مشروع أو ممنوع، ينص القانون أن ترفع الدعوى الإستعجالية أمام رئيس المحكمة، الذي يقدر عدم المشروعية دون الدخول في الموضوع.⁽²⁾

ثانيا : الاختصاص المحلي :

يقصد بالاختصاص المحلي ولاية جهة قضائية (محكمة كانت أو مجلس) للنظر في القضايا التي تقع على الإقليم التابع لها، وبهذا تتحدد الجهات القضائية المختصة محليا للنظر في النزاع وفقا لقواعد محددة،⁽³⁾ فلا يلقي بذلك المستهلك أية صعوبة في تحديد الجهة المختصة إقليميا للفصل في الدعوى وتسمح له بأن يوجه دعواه بطريقة صحيحة.

ولقد أعطى المشرع الجزائري مجموعة من القواعد التي يقوم عليها هذا الاختصاص بموجب المواد 10.09.08 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.⁽⁴⁾

وإذا كان الأصل أن الدعوى ترفع أمام الجهة القضائية التي يقع فيها موطن المدعي عليه تطبيقا لقاعدة " إن الدين مطلوب وليس محمول " غير أنه إذا لم يكن للمدعى عليه موطن معروف فإن الاختصاص

(1) - القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر نفسه.

(2) - في هذا الصدد نجد أن المادة 299 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر نفسه جاء فيها: " في جميع أحوال الاستعجال، أو إذا اقتضى الأمر الفصل في إجراء يتعلق بالحراسة القضائية أو أي تدبير تحفظي غير منظم بإجراءات خاصة يتم عرض القضية بعريضة افتتاحية أمام المحكمة الواقع في دائرة اختصاصها الأشكال أو التدبير المطلوب وينادي على عليها في أقرب جلسة يجب الفصل في الدعوى الاستعجالية في أقرب الآجال.

(3) - محمد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائرية، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط20، 2002.

(4) - القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، المصدر السابق.

يرجع للجهة القضائية التي يقع في دائرتها آخر موطن له وفقا للمادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وما لم تشكل الوقائع جريمة بسبب الإشهار⁽¹⁾ فإن الاختصاص المحلي لا يعتبر من النظام العام، وعلى الطرف الذي يهمله الأمر أن يدفع به قبل الدخول في الموضوع.⁽²⁾

⁽¹⁾— إذا كان الضرر الذي لحق المستهلك ورفع من أجله دعوى مدنية بالتبعية سببه الإشهار الذي تشكل وقائعه جريمة فإن الاختصاص المحلي يصبح من النظام العام.

⁽²⁾— إذا لم يتم الدفع به، وتم الدخول في الموضوع فإنه لا يمكن الدفع به مجددا.

المبحث الثاني : الحماية الإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع:

حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع لا تنحصر فقط في الحماية المدنية كما رأينا سابقا، وإنما تتعدى ذلك لتصل إلى الحماية الإدارية وذلك لتحقيق حماية أكبر للمستهلك، فنجد أن المشرع الجزائري قد خول لبعض الإدارات القيام ببعض الإجراءات اللازمة إداريا من أجل تحقيق الحماية المنشودة للمستهلك، كما جعل لهذه الإدارات سلطة توقيع بعض العقوبات ذات الطابع الإداري، وللتعرف أكثر على هذه الإدارات ودورها في تحقيق الحماية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع سنتطرق لدور المصالح الإدارية في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في المطلب الأول، أما المطلب الثاني فنخصصه للتدابير والعقوبات الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع .

المطلب الأول : دور المصالح الإدارية في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع:

تشرف المصالح الإدارية وتتكفل بحماية المستهلك من أي إشهار إلكتروني يؤدي إلى التضليل، فقد منح المشرع الجزائري لهذه المصالح الإدارية سلطة حماية المستهلك من الناحية الإدارية وذلك باتخاذ إجراءات وقائية لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك وبما أن الإشهار من أدوات المنافسة الفعالة، فإنه يمكن لمجلس المنافسة أن يساهم في حماية المستهلك من التضليل الإشهاري بالإضافة إلى هيئات أخرى تتمثل في وزارة التجارة والمصالح اللامركزية التابعة لها، وكذا سلطة الضبط، لذلك سوف نتطرق لدور وزارة التجارة والمصالح اللامركزية التابعة لها في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع (الفرع الأول)، ودور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع (الفرع الثاني)، ودور سلطة الضبط في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع (الفرع الثالث).

الفرع الأول : دور وزارة التجارة والمصالح اللامركزية التابعة لها في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع :

نص المشرع الجزائري في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المتضمن صلاحيات وزارة التجارة⁽¹⁾ على أنه: " وزير التجارة يمارس بالاتصال مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية صلاحياته في ميادين التجارة الخارجية وضبط الأسواق وترقية المنافسة وتنظيم المهن المقننة والنشاطات التجارية وجودة السلع والخدمات والرقابة الاقتصادية وقمع الغش".

ما يلاحظ من خلال نص هذه المادة أن وزير التجارة يمارس عدة مهام بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية والهيئات المعنية، وما يهمنا منها في بحثنا هذا تلك المتعلقة بحماية المستهلك من الإشهارات الإلكترونية الخادعة، والتي يمكن حصرها في مجال الضبط وترقية المنافسة حسب ما ورد في نص المادة 04 فقرة 03 من المرسوم التنفيذي 453/02 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة، حيث يكلف الوزير باقتراح كل إجراء من شأنه تعزيز قواعد المنافسة وشروط ممارسة سليمة ونزيهة في سوق السلع والخدمات، فينظم الملاحظة الدائمة للسوق، ويعين الممارسات غير الشرعية الهادفة إلى إفساد المنافسة الحرة ويضع حدا لها⁽²⁾ وباستقراء هذه المادة يتبين أن وزير التجارة يتمتع بصلاحيات لحماية المستهلك من الإشهار المضلل (الغير المشروع)، لأنه يمس بنزاهة المنافسة التي يجب أن تتم في إطار مشروع لذا اعتبره المشرع الجزائري من قبيل الممارسات التجارية غير النزيهة، وهنا يكمن دور الوزير في اقتراح كل الإجراءات الضرورية لمنع الإشهار المضلل.⁽³⁾

(1) - المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21/12/2002 المتضمن صلاحيات وزير التجارة، ج.ر. العدد 85، الصادر في 2002/12/22.

(2) - الفقرة الثالثة من المادة 04 من المرسوم التنفيذي 02-453 المتضمن صلاحيات وزير التجارة، المصدر السابق.

(3) - سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، الحاج لخضر، 2017/2016، ص ص 161 - 162.

من كل ذلك يتضح لنا أن وزير التجارة وبالتنسيق مع المصالح اللامركزية التابعة له،⁽¹⁾ يقومون باتخاذ الإجراءات المناسبة في حال كشفهم للممارسات غير الشرعية⁽²⁾ وبهذا يساهمون جميعا في منع الإشهار المضلل والذي اعتبره المشرع الجزائري من الممارسات التجارية غير النزيهة حسب الفقرة الثالثة من نفس المادة، وكذا المادة 28 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية سالفة الذكر. كما يكفل وزير التجارة في مجال ضبط وترقية المنافسة أيضا باقتراح كل الإجراءات المتعلقة بشروط وكيفيات إنشاء وممارسة النشاطات التجارية، والمهن المتقنة والسهر على تنفيذها.⁽³⁾ بالإضافة إلى ما سبق ذكره ووفقا للمادة 06 من نفس المرسوم التنفيذي، يكلف وزير التجارة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بتنظيم وتوجيه ووضع حيزا لتنفيذ المراقبة، ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية، والغش المرتبط بالجودة والتقليد، ولأن الإشهار الالكتروني الخادع يعد ممارسة تجارية غير نزيهة فإن وزير التجارة يتخذ جميع الإجراءات اللازمة للحد من انتشار هذا الإشهار الذي يؤثر على المستهلك.⁽⁴⁾

الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع :

يعتبر مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي وتوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة طبقا لنص المادة 23 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.⁽⁵⁾ ونظرا لعدم وجود قانون خاص بالإشهار في الجزائر، إلا أنه وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽⁶⁾ وتحديدًا في المادتين 27 و 28 منه نجد أن المشرع الجزائري أدرج الإشهار التضليلي ضمن الفصل الرابع بعنوان الممارسات التجارية غير النزيهة، ويفهم

(1) - يقصد بالمصالح اللامركزية التابعة لوزير التجارة، المدير الولائي المكلف بالتجارة وكذا المستخدمون المنتمون للإدارة المكلفة بالتجارة وستعرض لهم بتفصيل أكثر في الأحكام الإجرائية طبقا لقانون الممارسات التجارية 04-02.

(2) - يدخل الإشهار الالكتروني الخادع ضمن الممارسات غير الشرعية حسب ما جاء في المادة 28 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(3) - المادة 04 فقرة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المتضمن صلاحيات وزير التجارة المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(4) - المرسوم التنفيذي 02-453 المتضمن صلاحيات وزير التجارة، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(5) - الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2013، المتعلق بالمنافسة، ج.ر العدد 43، الصادر في 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم.

(6) - القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

من ذلك وكما هو ثابت فإن الإشهار الكاذب أو المضلل يعد من قبيل المنافسة الغير مشروعة وما دام الأمر كذلك فإن المشرع وضع جهة مختصة للحد من انتهاكات قواعد المنافسة⁽¹⁾ النزيهة والمتمثلة في مجلس المنافسة، ونفس الشيء ينطبق على الإشهار الإلكتروني الخادع .

أما عن مهام مجلس المنافسة ودوره في حماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة أو المضللة، فإننا سنتجاوز الدور الاستشاري لمجلس المنافسة⁽²⁾ لأنه ليس محل دراستنا وسنحاول التركيز على الدور القمعي لمجلس المنافسة كون ذلك يمنح الحماية الإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع. فإن كان مجلس المنافسة يتمتع بصلاحيه قمع الممارسات المنافية لقواعد المنافسة النزيهة والتي من بينهما الإشهار الإلكتروني الخادع أو المضلل (الكاذب)، وذلك من أجل ضمان المنافسة النزيهة بين الأعدان الاقتصاديين من جهة، ومن جهة أخرى حماية المستهلك من الممارسات غير النزيهة كالإشهار الإلكتروني الخادع، والتي يمكن لمجلس المنافسة أن يمارس دوره القمعي من تلقاء نفسه، لكن في غالب الأحيان فإن تلك الصلاحيه مرتبطة بإجراء الإخطار من قبل الوزير المكلف بالتجارة أو المؤسسات أو من قبل الجماعات المحلية أو الهيئات الاقتصادية والمالية أو الجمعيات المهنية والنقابية وجمعيات حماية المستهلكين.⁽³⁾

وبعد الإخطار وإجراء التحقيقات اللازمة يتخذ مجلس المنافسة الجزاءات المناسبة على الأطراف الذين ثبتت إدانتهم بانتهاك قواعد المنافسة النزيهة⁽⁴⁾ والتي من بينها الإشهارات التجارية الإلكترونية الخادعة.

(1) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص ص 418-419.

(2) - استشارة مجلس المنافسة قد تكون إلزامية وقد تكون اختيارية، فتكون إلزامية في حالة اتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار وتحديد بها بالشكل الذي يخدم مصالح المستهلك، وقد تكون اختيارية إذا طلبت منه الحكومة ذلك في المشاريع التشريعية أو التنظيمية التي لها صلة بالمنافسة، وكذلك تكون إستشارة اختيارية من طلبت الجهات القضائية فيما يخص القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة.

(3) - أحلام قرنة، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة، مذكرة، لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018/2017، ص 28.

(4) - المرجع نفسه.

وتتنوع العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة بين الغرامة المالية وبعض القرارات الإدارية في شكل أوامر للمؤسسات المخالفة، وهكذا يمكن لمجلس المنافسة أن يتدخل للحد من الأضرار الجسيمة التي يلحقها الإعلان الكاذب أو المضلل بالمنافسة وبالمستهلك أيضا في الأخير.⁽¹⁾

وهكذا يمكن القول أن مجلس المنافسة يلعب دورا في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع.

الفرع الثالث : دور سلطة الضبط في حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع:

تعتبر سلطة الصحافة المكتوب وسلطة ضبط السمعي البصري كل منهما سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، هدفها الرئيسي هو السهر على احترام قانون الإعلام،⁽²⁾ وجاء في الفقرة 08 من المادة 40 من القانون العضوي 05/12 المتضمن الإعلام، أن من بين مهام سلطة ضبط الصحافة المكتوبة احترام المقاييس في مجال الإشهار ومراقبة هدفه ومضمونه.

وعليه فإن هذا الجهاز الإداري يتصدى للإشهار الإلكتروني الخادع (الكاذب) ما دام أنه يعمل على مراقبة الإشهارات التي تضر بمصلحة المستهلك إذا كانت خادعة (كاذبة).

والتي تبثها وتنشرها الأجهزة الإعلامية، وذلك من أجل السهر على احترام مقاييس الإعلان التجاري ومراقبة أهداف ومحتوى وكيفية برمجة الإشهار التجاري.⁽³⁾

ومن خلال القانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام بيدوا أن المشرع الجزائري قد أشار إلى

بداية تلك الإجراءات والمتمثلة في توجيه سلطة الضبط ملاحظتها و توصياتها المكتوبة للجهاز

الإعلامي المعني حسب الآجال والشروط المنصوص عليها في المادة 42 من القانون العضوي رقم

05-12 المتعلق بالإعلام، هذا بالنسبة لدور سلطة الضبط في الرقابة المباشرة لحماية المستهلك من

الإشهارات التجارية الخادعة،⁽⁴⁾ أم عن دور سلطة الضبط في الرقابة غير المباشرة فيقصد بها تلك

(1) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 422.

(2) - القانون العضوي رقم 05-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام، ج. ر. العدد 02، الصادر في 15 جانفي 2012.

(3) - أحلام قرنة، المرجع السابق، ص 30.

(4) - إذا كانت وسيلة الإشهار الكترونية، فإن الرقابة التي تمارسها سلطة الضبط لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني التجاري الخادع تكون رقابة مباشرة.

الرقابة التي تقوم بها كل من سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وسلطة ضبط السمعي البصري بشكل غير مباشر.

كما تلعب سلطة الضبط دور مهم في المجال الإلكتروني⁽¹⁾ سواء كانت في الرقابة المباشرة أو غير المباشرة حسب القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام.

ويبدو ذلك من خلال ما تفرضه على مختلف الوسائل الإعلامية من شروط لبث الرسالة الإشهارية، وطالما أن سلطة الضبط تسهر على الرقابة على تلك الوسائل الإعلامية فإن تلك الرقابة تمتد بالضرورة إلى المجال الإشهاري،⁽²⁾ وبالتالي توفير أكثر حماية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع .

المطلب الثاني : التدابير والعقوبات الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع:

الحماية الردعية التي نقصد بها حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع لا تنحصر فقط في الحماية المدنية وإنما تتعدى ذلك لتصل إلى الحماية الإدارية، من خلال التدابير الإدارية لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع (الفرع الأول)، ومن خلال فرض العقوبات الإدارية لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع (الفرع الثاني).

الفرع الأول : التدابير الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع :
أعطى المشرع الجزائري هذه الحماية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع، وتحدد طبيعة هذه الحماية من خلال الجهة التي حولها القانون فرض هذه الحماية، والتي تكون إما قضائيا برفع دعوى على مستوى القضاء الإداري (أولا)، واتخاذ بعض الإجراءات التحفظية (ثانيا).

⁽¹⁾ - أنظر المواد: 03، 40، 41، 42، 48، 58، 60، 66، 67، 68، 69، 70، 71 من القانون العضوي 12-05 المتعلق

بالإعلام، المصدر السابق.

⁽²⁾ - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 428.

أولا : دعاوى القضاء الإداري :

يتدخل القاضي الإداري في مجال الممارسات التجارية، كلما كان أحد طرفي الدعوى شخص من أشخاص القانون العام،⁽¹⁾ وهذا التدخل يكون عن طريق دعوى التعويض.⁽²⁾ إذ تعتبر دعوى التعويض من أهم دعاوى القضاء الكامل التي يتمتع فيها القاضي بسلطات كبيرة، وتهدف إلى المطالبة بالتعويض وجبر الأضرار المترتبة عن الأعمال الإدارية المادية والقانونية.⁽³⁾ ويمكن للمؤسسة المتضررة من الإشهار الإلكتروني الخادع المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقها أمام القضاء الإداري في الحالتين :

- في حالة إلغاء قرار الغلق الصادر عن الوالي المختص إقليميا على أن ترفع الدعوى ضد الوالي باعتباره ممثلا للولاية أمام القضاء.

- أو في حالة صدور قرار قضائي برفع اليد على السلع المحجوزة، وترفع دعوى التعويض في الحالة ضد الدولة.⁽⁴⁾

ومنه نجد أن الهيئات القضائية الإدارية تساهم وعلى نطاق واسع في المحافظة على حماية المستهلك من خلال متابعة المؤسسات المرتكبة لمخالفة الإشهار الإلكتروني الخادع.

(1) - كالدولة، والولاية، البلدية، والمؤسسات ذات الصبغة الإدارية.

(2) - محمد صغير بعلي، الوجيز في المنازعات الإدارية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، د.ط، 2002، ص 74.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - المادة 45 من القانون رقم 02/04 المتضمن القواعد على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

ثانيا : الإجراءات التحفظية :

بتفحص القانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نلاحظ أن المشرع الجزائري أدرج في فصله الثاني المتعلق بعقوبات أخرى إجراء الحجز الإداري، لكن هذا الأخير في حقيقته ليس عقوبة ولكنه مجرد إجراء تحفظي الغرض منه وضع اليد على المواد المعنية⁽¹⁾ لغاية إتمام المتابعات بشأنها، ومن ثم إما الحكم بمصادرتها أو الحكم بإعادتها إلى صاحبها. حيث جاء في المادة 39 من القانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أنه يمكن تطبيق الجزاء الإداري على جريمة الإعلان التضليلي والإشهار الإلكتروني الخادع، ومن هذا كله نستنتج أن الحجز الإداري يعتبر إجراء تحفظي وقائي يسمح للدائن (المستهلك) بوضع أموال المدين (المعلن) تحت تصرف القضاء، إلى حين الفصل في القضية لذلك فإن الحجز الإداري هو إجراء يخضع لمجموعة من الشروط والإجراءات القانونية⁽²⁾ وهو نوعان :

أ - الحجز العيني :

وهو كل حجز مادي للسلع،⁽³⁾ أي حيازة المواد المحجوزة فعليا وفي هذه الحالة تشتم تلك المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين وإذا كان العون الاقتصادي المعني بالحجز له محلات للتخزين يكلف بحراسة المواد المحجوزة⁽⁴⁾ أو تنقل حراسة تلك المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزينها في حالة عدم امتلاك العون الاقتصادي المعني محلات للتخزين،⁽⁵⁾ وتكون المواد المحجوزة

(1) - المواد: 4، 5، 6، 7، 10، 11، 13، 14، 20، 22، 22 مكرر، 23، 24، 25، 26، 27، 28 من القانون رقم 02/04 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر نفسه، تضمنت هذه المواد إمكانية حجز البضائع وكذا العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة من طرف العون الاقتصادي لأحكام هذه المواد أيا كان مكان وجودها، كما يمكن إما حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية.

(2) - المادة 39 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق، تشترط أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدّد عن طريق التنظيم الإداري.

(3) - المادة 40 فقرة 02 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(4) - زويير حمادي، مداخلة "دعوى المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات المميزة"، أعمال الملتقى الوطني، المنافسة وحماية المستهلك، بجاية، قاعة المحاضرات، أبو دار، بومي، 17 و 18 نوفمبر 2009، ص 358.

(5) - المادة 41 فقرة 01 و 02 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

تحت مسؤولية الحارس إلى غاية صدور قرار العدالة، أما التكاليف المرتبطة بالحجز فتكون في جميع الحالات على عاتق مرتكب المخالفة⁽¹⁾ وذلك حسب المادة 41 فقرة 03 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وفي حالة ما إذا كانت المواد محل الحجز سريعة التلف أو اقتضت حاجة السوق أو ظروف أخرى كأن يخاف هبوط السعر أو ركود البضاعة.. الخ يمكن للوالي المختص إقليميا أي الذي تم حجز البضاعة في اقليم ولايته بناء على اقتراح المدير المكلف بالتجارة أن يقرر بيع المواد المحجوزة فورا عن طريق محافظ البيع بالمزايدة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني.

وإذا اقتضى الأمر إتلافها بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها⁽²⁾ وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع مبلغ البيع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة.⁽³⁾

بعد كل هذه الإجراءات فإن للقاضي إما أن يحكم بمصادرة السلع وتطبق في هذه الحالة الأحكام المتعلقة بالمصادرة والتي سندرسها لاحقا، وإما أن يحكم برفع اليد على المواد المحجوزة فتعاد تلك المواد إلى صاحبها، وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا تم بيع السلع المحجوزة أو إتلافها فإن صاحبها يستفيد من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز.⁽⁴⁾

(1) - علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2014/2013، ص 103.

(2) - المادة 43 فقرة 1 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - المادة 43 فقرة 2 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(4) - طبقا للأوضاع المقررة في المادة 40 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

ب - الحجز الاعتباري:⁽¹⁾

وهو حجز سلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها للجهات المختصة لسبب ما.⁽²⁾ وهذه الحالة تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويتم دفع المبلغ المقدر من طرف العون الاقتصادي المخالف إلى الخزينة العمومية،⁽³⁾ وفي حالة الحجز الاعتباري تطبق نفس الأحكام المقررة لحالة الحجز العيني عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته،⁽⁴⁾ أي إما أن تصادر قيمة المواد المحجوزة وإما ترجع لصاحبها.⁽⁵⁾

الفرع الثاني : فرض العقوبات الإدارية لحماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع :

هذه العقوبات منح القانون الحق في فرضها إلى جهة إدارية وليست قضائية، لذلك فهي عقوبات إدارية، وقد نص عليها المشرع الجزائري في قانون الممارسات التجارية 04-02⁽⁶⁾ وسنعرض عقوبة الغلق الإداري (أولا)، ثم المصادرة ونشر القرارات (ثانيا)، وستعرض للجهات المخولة قانونا لإصدارها ومختلف الأحكام التي تخضع لها هذه العقوبات.

أولا : الغلق الإداري :

يقصد بالغلق هو منع مرتكب المخالفة من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه قبل الإغلاق، وتتمثل هذه العقوبة أساسا في الغلق المؤقت،⁽⁶⁾ وتصدر هذه العقوبة في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في القانون 10-06⁽⁷⁾ المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،⁽⁷⁾ والذي جاء في نص المادة

(1) - المادة 42 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(2) - المادة 40 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(3) - علال طحطاح، المرجع السابق، ص 104 .

(4) - المادة 42 فقرة 3 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(5) - علال طحطاح، المرجع السابق، ص 105.

(6) - أحلام قرنة، المرجع السابق، ص 31.

(7) - قانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر العدد 46، الصادر في 18 غشت 2010.

46 فقرة 01 منه،⁽¹⁾ ومن بين هذه المخالفات في هذا القانون ممارسة الإشهار التضليلي (غير

المشروع) بما في ذلك الإشهار الالكتروني الخادع (محل دراستنا).

ويكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء الإداري، وفي حالة إلغاء قرار الغلق من طرف العدالة يمكن للمتضرر من قرار الغلق المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه، وذلك أمام جهات القضاء الإداري المختصة.

لما لعقوبة الغلق الإداري، من آثار على مرتكب مخالفات الإشهار الالكتروني الخادع فإن ذلك يساهم في الحد من تلك الممارسات، ويمثل ذلك حماية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع.

ثانيا : المصادرة ونشر القرارات :

بعد صدور الحكم على مرتكب جريمة الإشهار التضليلي، قد يترتب على هذا الحكم عقوبات تكميلية والمتمثلة أساسا في المصادرة ونشر القرارات.⁽²⁾

أ- المصادرة

تعرف المصادرة بأنها: " نزع ملكية مال أو أكثر من مالكه، وإضافته إلى ملك الدولة بغير مقابل ".⁽³⁾ وقد عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري⁽⁴⁾ بأنها: " المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء".

(1) - جاء في المادة 46 فقرة 1 من نفس القانون " يمكن للوأي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق الإداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ستون (60) يوما في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 04 و 05 و 06 و 7 و 8 و 9 و 10 و 11 و 12 و 13 و 14 و 20 و 22 و 22 مكرر و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 و 53 من هذا القانون، يكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء".

كـمـاء جاء في المادة 43 فقرة 02 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق " عندما يرتكب المورد الالكتروني مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية...".

(2) - أحكام قرنة، المرجع السابق، ص 33 .

(3) - حسين الجندي، الجندي في شرح قانون القمع والتدليس والغش، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط3، 2000.

(4) - القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائرية، ج ر العدد 84، الصادر في 24 ديسمبر 2006.

أما فيما يتعلق بجريمة الإشهار التضليلي بما فيها الإشهار الإلكتروني الخادع فقد أجاز المشرع للقاضي الحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالة ارتكاب المخالفة المتعلقة بالإشهار الخادع، وهو أمر جوازي للقاضي أن يحكم به أو يستبعده، ويحكم القاضي بمصادرة السلع المحجوزة في حالات معينة ذكرها المشرع على سبيل الحصر.⁽¹⁾

من هذا كله نستنتج أن المشرع أجاز للقاضي أن يحكم على مرتكب الجريمة بعقوبة مصادرة السلع المحجوزة عليها، أي بعد الأمر بالحجز كما رأينا سابقا، وتؤول الأموال بعد ذلك للخزينة العمومية.⁽²⁾

ب- نشر القرارات :

يعد نشر الحكم أو القرار القضائي عقوبة أخرى تكمل العقوبة الأصلية،⁽³⁾ ويقصد به نشر حكم الإدانة بأكمله أو مستخرج منه فقط في جريدة أو أكثر تعينها المحكمة أو تعليقه في الأماكن التي يبينها الحكم، على أن لا تتجاوز مدة التعليق شهرا واحدا،⁽⁴⁾ وإذا كان القانون العام نادرا ما ينص على هذه العقوبة التكميلية، إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك، لما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك.⁽⁵⁾

ولما كان نشر الحكم يصيب المحكوم عليه في شرفه واعتباره لدى زبائنه ولما لذلك من أثر في فقدان الثقة وعزوف الجمهور عن التعامل مع مرتكب الجريمة محل الحكم المنشور، وهذا حتما سيؤدي إلى التقليل من حجم مكاسبه المالية، فمثلا العلم بصفة الخداع في العون الاقتصادي قد يكون له أثر في تدهور عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري مما يعرضه للإفلاس،⁽⁶⁾ لذلك لا يجوز الحكم بالنشر

(1) - المادة 44 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - المادة 44 الفقرات 2 و 3 و 4 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - جميلة أمجان، مياسة عميار، قمع الإشهار المضلل كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، فرع قانون

الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014/2015، ص 84.

(4) - أنظر المادة 18 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج.ر العدد 71، الصادر في 10 نوفمبر 2004 يعدل

ويتمم الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 نوفمبر 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري.

(5) - أميرة صديقي، فلة رميساء طالب، المرجع السابق، ص 78.

(6) - فاتح بن خالد، المرجع السابق، ص 273.

إلا إذا نص المشرع على ذلك صراحة، وهذا الجزاء يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك، والذي يكون على نفقة المحكوم عليه في حدود ما تحدده المحكمة لهذا الغرض من مصاريف.⁽¹⁾ ويطبق هذا الجزاء على الجرائم المتعلقة بالإشهار التجاري ومنه تطبق عقوبة النشر في جريمة الإشهار الإلكتروني الخادع، حيث يوفر ذلك حماية أكثر للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع محل دراستنا.

وبالرجوع إلى أحكام المادة 48 من القانون رقم 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁾ التي جاء فيها: "يمكن للوالي المختص إقليميا وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة،⁽³⁾ وكذا المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتها كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها"

(1) - حسب المادة 48 من القانون رقم 04 - 02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - القانون رقم 04 - 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(3) - ما يفهم من نص هذه المادة أن القانون منح الوالي المختص صلاحية توجيه الأمر وعلى نفقة مرتكب المخالفة بنشر قرار الغلق الإداري كاملا (محل دراستنا سابقا)، أو خلاصة من قرار الغلق الإداري في الصحافة الوطنية أو إلصاقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.

خلاصة الفصل الأول :

نستنتج أن القوانين الخاصة بالحماية المدنية والإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع تكاد تكون منعدمة، لذلك يلجأ المستهلك كطرف ضعيف إلى الحماية التي توفرها القواعد العامة المتمثلة في الحماية المدنية للمطالبة عن طريق القضاء المختص بالتعويض عما لحقه من أضرار نتيجة الإشهار الإلكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية، أو على أساس المسؤولية العقدية للمطالبة بالتنفيذ العيني للعقد أو المطالبة بإبطال العقد عن طريق دعوى الغلط والتدليس، أو المطالبة بالتعويض، أو المطالبة بضمان العيوب الخفية أو المطالبة بفسخ العقد.

وأمام صعوبة وطول الإجراءات وعبء الإثبات الملقى على عاتق المستهلك وفقا للقواعد العامة للقانون المدني حاولنا إظهار حق المستهلك في العدول باعتباره ضمانا فعالة لحمايته من الإشهارات الإلكترونية الخادعة.

وأمام كل هذه التحديات انتقلنا إلى الحماية الإدارية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع، ونظرا لطبيعتها الوقائية وذلك لما تقوم به المصالح الإدارية في حماية المستهلك إلا أنها تبقى غير كافية في حماية المستهلك من أضرار الإشهار الإلكتروني الخادع.

ورغم أن التدابير والعقوبات الإدارية التي سنّها المشرع الجزائري من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع تلعب دورا مهما في هذا المجال وهذا لما تتمتاز به من الطبيعة الردعية لمرتكبي مخالفات الإشهار الإلكتروني الخادع، إلا أنها تبقى محدودة التطبيق نظرا لعدم لجوء المستهلك الذي كان ضحية الإشهار الإلكتروني الخادع إلى الجهات الإدارية والقضاء الإداري بهذا الخصوص.

وأمام ترك المشرع الجزائري ضبط أحكام الحق في العدول للتنظيم وأمام عدم استقرار تلك النصوص التنظيمية وغيابها أحيانا تبقى الحماية المدنية والإدارية التي منحها المشرع للمستهلك من أجل حمايته من الإشهار الإلكتروني الخادع غير كافية، وهذا ما يقودنا إلى عرض الحماية الجنائية التي وضعها المشرع الجزائري من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

الحماية الجنائية للمستهلك من الإضرار

الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

أصبحت الاشهارات التجارية الخادعة من أهم أسباب الاضطراب الاقتصادي الوطني، ولم تعد مجرد وسيلة للاعتداء على مصلحة المستهلك فحسب، بل أصبحت تهدد حتى قواعد المنافسة النزيهة بين الأعوان الاقتصاديين .

كما أن قوة شبكة الانترنت من حيث الانتشار والتأثير والدعاية والإعلانات الالكترونية وذلك ترويجا للسلع والمنتجات والخدمات بأساليب إلكترونية مضللة بهدف تحقيق أقصى قدر ممكن من الربح على حساب المستهلك الذي لا يتخذه هذه الدعاية .

لذلك أصبح من الضروري وبصفة حتمية تقرير الجزاء الجنائي وذلك لتوفير حماية أكثر للمستهلك من الاشهارات الالكترونية الخادعة، كون الجزاءات المدنية والإدارية غير كافيتان لتوفير تلك الحماية . وفي هذا الصدد سنحاول التعرف على النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري من أجل توفير الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهارات الالكترونية الخادعة .

ولقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، خصصنا المبحث الأول لدراسة الأحكام الموضوعية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع والذي تم تقسيمه إلى مطلبين يعنى المطلب الأول ببيان جريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع، أما المطلب الثاني فخصصناه لدراسة جرائم الغش والنصب والخداع المترتبة على الإشهار الالكتروني الخادع، أما بالنسبة للمبحث الثاني فيهتم بالأحكام الإجرائية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع، والذي تم تقسيمه هو الآخر إلى مطلبين يهتم المطلب الأول بدراسة الأحكام الإجرائية طبقا لقانون الممارسات التجارية 04-02، أما المطلب الثاني فيهتم بالمتابعة الجزائية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع .

المبحث الأول : الأحكام الموضوعية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع:

من أجل توفير أفضل الشروط التي تكفل حماية المستهلك من المخاطر التي تقود إلى وقوعه ضحية التضليل ذهب المشرع الجزائري إلى تجريم ممارسة التضليل في الإشهارات التجارية ورتب جزاء جنائي على مرتكبي جرائم الغش والنصب والخداع.

لذلك يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، نتناول في المطلب الأول جريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع، أما المطلب الثاني فخصصناه لجرائم الغش والنصب والخداع المترتبة على الإشهار الالكتروني الخادع.

المطلب الأول : جريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع:

جرم المشرع الجزائري ممارسة الإشهار الكاذب، ورتب على مرتكبي هذه الممارسات جزاء متى قامت هذه الجرائم بأركانها، كما أن بعض الفقهاء ذهبوا إلى تعريف هذا الفعل المجرم، لذلك سنقوم بتعريف جريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع في الفرع الأول، أما الفرع الثاني فسندرس فيه المسؤولية الجنائية للأشخاص في الإشهار الالكتروني الخادع والعقوبات المقرر لها .

الفرع الأول : التعريف بجريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع :

يعرف بعض الفقهاء جريمة الإعلان الكاذب والمضلل بأنها: " كل إدعاء أو زعم أو تأكيد أو إشارة أو عرض كاذب أو مضلل ذي طبيعة من شأنها إيقاع المستهلك في غلط حول حقيقة أو طبيعة أو جودة أو استعمال أو مصدر أو سعر السلعة أو الخدمة التي هي هدف الإعلان.⁽¹⁾

وإذا كان لكل جريمة أركانها الخاصة بها لقيامها، فإن لجريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع 03 أركان : الركن الشرعي (أولاً)، الركن المادي (ثانياً)، الركن المعنوي (ثالثاً).

(1) - بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص ص 216-217.

أولاً: الركن الشرعي:

يعتبر من الأركان الأساسية للجريمة حيث جاء في المادة 01 من قانون العقوبات الجزائري " لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير، من غير قانون ".⁽¹⁾

أي أننا لا يمكن أن نسمي فعل ما بأنه جريمة، إلا إذا جرمه القانون بنص، وهذا هو المقصود بالركن الشرعي للجريمة .

ونظرا لعدم وجود نص جزائي خاص بالإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة وباستقراء المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،⁽²⁾ فقد أحالت إلى العقوبات المنصوص عليها طبقا للقواعد العامة في المادة 429 من قانون العقوبات، ويعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت.⁽³⁾

فرغم أن هذا النص يخص جريمة الخداع إلا أنه ينطبق على الإشهار الكاذب والمضلل⁽⁴⁾ ولقد تناولنا سابقا بشرح صور الإشهار الالكتروني الخادع حسب المادة 28 من القانون 04-02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية،⁽⁵⁾ والتي جاءت هذه الصور على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، نظرا للتطور الهائل في مجال التجارة الالكترونية وارتباطها بعالم العولمة. وما يمكن قوله، أنه لا يوجد في الوقت الحاضر أية نصوص جزائية تتعلق مباشرة بالإشهار الكاذب والمضلل في الجزائر، باستثناء ما اعتبرته المادة 28 من القانون 04-02 أن الإشهار المضلل يعتبر إشهار غير شرعي وممنوع.

(1) - الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، المصدر السابق.

(2) - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - بلقاسم حامدي، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، العدد 09، 2016، ص 252.

(4) - مُجَّد بوراس، الإشهار عن المنتجات والخدمات، دراسة قانونية، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012/2011، ص 283.

(5) - القانون رقم 04-02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

ثانيا : الركن المادي :

يقصد به المظهر الخارجي لنشاط الجاني المتمثل في السلوك الإجرامي الذي جعله القانون مناطا ومحلا للعقاب، ويختلف هذا النشاط المادي من جريمة إلى أخرى، حسب طبيعتها ونوعها وظروفها،⁽¹⁾ فهذا الركن يتمثل في كل فعل مادي يقوم به الجاني لإيقاع المتعاقد الآخر في غلط حول ذاتية البضاعة، وصفاتها، وأصلها، ومصدرها.. الخ، ولم يشترط المشرع وسيلة معينة للتضليل أو الخداع،⁽²⁾ ومن ثم فإن التضليل التجاري الالكتروني يمثل الركن المادي لجريمة الإشهار الخادع.

كما أن القانون لا يشترط في الإشهار الكاذب أن يؤدي فعلا إلى خداع المستهلك، فالإشهار الكاذب أو المضلل يعتبر من قبيل جرائم الخطر⁽³⁾، كما أنه وبالرجوع إلى المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،⁽⁴⁾ حيث أنه ومن خلال الفقرة 01 و 02 من هذه المادة نجد أن المشرع الجزائري ذهب إلى تجريم الإشهار الم ضلل سواء كان في الحاضر أو المستقبل، ولقد تناولنا سابقا بالشرح عناصر الإشهار الالكتروني الخادع.

ونستنتج أنه لقيام الركن المادي في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع أنه لا بد من توفر ثلاثة عناصر وهي: النشاط الإجرامي، النتيجة الإجرامية، والعلاقة السببية بين النشاط والنتيجة.⁽⁵⁾

(1) - واعمر جبالي، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو العدد 02، 2006، ص 42.

(2) - زاهية حورية سي يوسف، تجريم الغش كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 01، 2007، ص 31.

(3) - واعمر جبالي، المرجع السابق، ص ص 42-43.

(4) - القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(5) - حنان بن عتسو، علجية بوشيبان، المرجع السابق، ص 62.

ثالثا : الركن المعنوي :

الأصل أن جميع الجرائم يجب أن يكون فيها القصد الجنائي، والذي يقصد به اتجاه نية الجاني إلى ارتكاب الجريمة، ويشترط في القصد الجنائي علم المتهم بأن الفعل مجرم ويعاقب عليه ومع ذلك يتعمد القيام بذلك الفعل.⁽¹⁾

أما بالنسبة لجريمة الإشهار الخادع فإن موقف المشرع الجزائري بخصوص الركن المعنوي سكت عن اشتراط سوء النية،⁽²⁾ و اكتفى بخطأ المعلن الناتج عن الإهمال، للعقاب على الإشهار الم ضلل، واستبعاد سوء النية كشرط للمساءلة على الإشهار الم ضلل من شأنه أن يجعل مصدر الإعلان أكثر حذرا فيما يصدر عنه من إعلانات، وفي ذلك حماية حقيقة لرضا المستهلك، هذه الحماية التي عمل المشرع على توفيرها من خلال مقتضيات قانون حماية المستهلك وقمع الغش في البضائع الذي لم يتطلب سوء النية لقيام جريمة الإشهار الم ضلل.⁽³⁾

ونستنتج مما سبق ذكره أن المشرع لم يشترط في جميع صور الإشهار التضليلي أي قصد جنائي واكتفى بالركن المادي في كل الصور والتي جاءت على سبيل المثال لا الحصر، مما يجعل الإشهار التضليلي يدخل ضمن طائفة الجرائم المادية، وأيضا لم يشترط المشرع وقوع نتيجة والمتمثلة في التضليل وإنما اكتفى بإمكانية حدوثه حسب كل حالة، لذا فإن الإشهار التضليلي يعتبر من قبيل الجرائم السلوكية.⁽⁴⁾

الفرع الثاني : المسؤولية الجنائية للأشخاص في الإشهار الالكتروني الخادع أو المضلل والعقوبات المقررة لها :

إن الالتزام بتحمل الآثار القانونية بعد قيام جريمة الإشهار الخادع بأركانها، والمتمثلة في العقوبات التي حددها المشرع الجزائري في حال قيام للمسؤولية الجزائية للأشخاص مرتكبي جريمة الإشهار الالكتروني الخادع والمضلل، فنقسم إلى مسؤولية جزائية للشخص الطبيعي والمتمثلة في مسؤولية المنتج والمحترف

(1) - جميلة أمجقان، مياسة عميار، المرجع السابق، ص 29.

(2) - بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 257.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 137.

والمستورد (أولا)، ومسؤولية جزائية للشخص المعنوي (ثانيا)، كما أن المشرع الجزائري قرر عقوبات جزائية لجرمة الإشهار الالكتروني الخادع (ثالثا).

أولا : المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي (المنتج، المحترف، المستورد):

يمكن أن تقع المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي على المنتج أو المحترف و المستورد:

أ- مسؤولية المنتج:

تقوم مسؤوليته عندما يعرض المنتج مباشرة في السوق وتقديمه للاستهلاك دون مطابقته للمقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية، أي أن المنتج يقوم بتصنيع هذا المنتج وي طرحه في السوق، ويكون المنتج في هذه الحالة مسؤولا في مواجهة المستهلك، وذلك لقيام مسؤوليته نظرا لإخلاله بواجب إعلام المستهلك، ويقع على المنتج عبء إثبات قيامه بهذا الواجب وإلا كان مسؤولا عما يحدث من أضرار.⁽¹⁾

ويمكن أن تنشأ مسؤولية المنتج الجنائية دون المدنية عندما يلحق المجتمع ضررا ويمكن أن تقتصر المسؤولية الجزائية عندما يمس الضرر بمصالح الأفراد أيضا.⁽²⁾

ب- مسؤولية المحترف :

يكون المحترف أو كل متدخل في عملية عرض السلعة للاستهلاك، مسؤول عن كل مخالفة يحدثها المنتج حتى ولو لم يحدث ضررا للمستهلك أو المستعمل⁽³⁾ فهنا المسؤولية مفترضة بقوة القانون ولا يمكن دفع هذه المسؤولية إلا بإثبات القوة القاهرة أو خطأ المضرور أو فعل الغير.⁽⁴⁾

(1) - عبد الحميد الديسبي عبد المجيد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون، مصر، د.ط، 2010، ص ص 203-204.

(2) - مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010/2011، ص 88.

(3) - المرجع نفسه، ص 85.

(4) - حليلة بن شعاعة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012/2013، ص ص 17-18.

أما إذا قام المحترف ببيع هذه السلع والخدمات التي تم الترويج لها عن طريق اعلان كاذب أو مضلل، مدعيا فيها نفس الخصائص والموصفات التي جاء بها الإشهار مع علمه أن هذه الخصائص والبيانات التي قدمها كاذبة أو غير صحيحة تقوم المسؤولية الجنائية، ذلك أنه ارتكب جريمة نصب أو جريمة خداع في حق المستهلك.⁽¹⁾

ج- مسؤولية المستورد :⁽²⁾

طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 467-05 المتعلق بشروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود،⁽³⁾ أوجب المشرع الجزائري على المستورد أن يراعي عند استيراد المنتجات والسلع توفر المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية دون أن يهمل المقاييس والمواصفات الدولية، وذلك قبل عرضها على السوق.

كما أن سياسة الانفتاح الاقتصادي فرضت في هذا المجال إنشاء أجهزة خاصة تسهر على مراقبة ومتابعة المنتوجات المستوردة ونوعيتها، حتى يتم التأكد من أن المنتوج يستجيب للارغبات المشروعة للاستهلاك والمستهلك.

وعلى هذا الأساس افترض المشرع الجزائري قيام مسؤولية المستورد بمجرد حيازته للمنتوجات الأجنبية وفرض عليه أن يبحث في مدى توافرها على المواصفات والمقاييس ومن حيث الجودة ومطابقتها أيضا لشروط التداول والنقل والتخزين،⁽⁴⁾ وأن المنتوج مطابق لما تم الترويج والإشهار له الكترونيا . كما أن المشرع الجزائري وحماية للمستهلك بجهاز خاص لمراقبة المنتوجات الأجنبية وإخضاعها للتحليل المخبري قبل إخضاعها للعملية الجمركية أي لفحص عام ومعمق وذلك وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 467-05 سالف الذكر.

(1) - ميروك ساسي، المرجع السابق، ص ص ، 87 - 89.

(2) - أنظر المواد 53 و 54 من القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

(3) - المرسوم التنفيذي رقم 467-05 المؤرخ في 2005/12/10 المتعلق بشروط مراقبة متابعة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، ج ر العدد 80، الصادر في 2005/12/11.

(4) - محمد بودالي، المرجع السابق، ص 288.

فإذا كانت الفحوصات العامة والمعمقة سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتج إلى الجزائر ويتم تحويل هذا المنتج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد،⁽¹⁾ وهذا لا يمنع من قيام مسؤولية المستورد المدنية وأيضا الجزائية متى توفرت شروط ذلك.⁽²⁾

ثانيا : المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي :

يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا في حال تم الإشهار لحسابه من طرف ممثليه، سواء كان يهدف إلى التحقيق الربح أو كان غرضه خيرا⁽³⁾، وحسب القانون رقم 04-15 المتضمن قانون العقوبات الجزائري⁽⁴⁾، والتي جاء في المادة 51 مكرر منه " باستثناء الدولة والجماعات المحلية للأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام، يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك. إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو كشريك في نفس الأفعال".⁽⁵⁾

من هذه المادة نستنتج أن الشخص المعنوي يعمال تماما كما يعامل الشخصي الطبيعي، ويمكن أن يسأل عن أية جريمة منفذة أو تم الشروع فيها كما يمكنه أن يكون فاعلا وشريكا، ومن ذلك جريمة الإشهار الالكتروني الخادع محل دراستنا.

ولقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي يشترط:

(1) - حسب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - حسب القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج. ر العدد 11، الصادر في 19 فيفري 2017.

(3) - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال وجرائم التزوير، ج 2، دار هومة، الجزائر، ط8، 2008، ص 209.

(4) - القانون رقم 04-15، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(5) - القانون رقم 04-15، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر نفسه.

أ- ارتكاب الجريمة من أحد الأجهزة أو الممثل القانوني للشخص المعنوي:

لا يمكن أن يرتكب الشخص المعنوي السلوك الإجرامي إلا عن طريق الأشخاص الطبيعية المكونة له، حيث يعطى لأحدهم صفة الممثل القانوني للشخص المعنوي والذي لديه السلطة القانونية للتصرف باسم ولحساب الشخص المعنوي.⁽¹⁾

فإذا ارتكب الممثل القانوني للشخص المعنوي السلوك الإجرامي والمتمثل في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع تقوم المسؤولية الجزائية على الشخص المعنوي.

ويجب لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي أن ترتكب الجريمة من أحد أجهزته أو من يملك سلطة التمثيل القانوني للشخص المعنوي.⁽²⁾

ب- ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي :

بالرجوع إلى المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، التي اشترطت أن ترتكب الجريمة لحساب الشخص المعنوي من طرف أحد ممثليه الشرعيين حتى تقوم المسؤولية الجزائية لهذا الشخص المعنوي. أما في مجال جريمة الإشهار الالكتروني الخادع، فنجد أن المشرع الجزائري أقر بقيام المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية عن ارتكاب هذه الجريمة، وذلك حسب المادة 51 مكرر من قانون العقوبات سالفة الذكر.

ثالثا : العقوبات الجزائية المقررة لجريمة الإشهار الالكتروني الخادع :

إذا قامت جريمة الإشهار التجاري الخادع بجميع أركانها تقوم المسؤولية الجنائية للمعلن سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، وكذلك الشأن بالنسبة للإشهارات التجارية الالكترونية الخادعة، ويعاقب الأشخاص الذي ارتكبوا هذه الجريمة بالعقوبات المنصوص عليها قانونا.

(1) - حسب المادة 65 مكرر 02 من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر العدد 71، الصادر في 10 نوفمبر 2004، التي عرفت الممثل القانوني للشخص المعنوي.

(2) - حسب المادة 51 مكرر من الأمر رقم 66/156 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق، التي تشترط التمثيل القانوني، ومنه نستنتج أن ارتكاب الموظف العادي للجريمة لا يؤدي إلى قيام مسؤولية الشخص المعنوي، حيث يسأل الموظف جنائيا وحده على الجريمة التي ارتكبتها.

أ-العقوبات الجزائية المقررة للشخص الطبيعي :

يمكن تقسيم العقوبات الجزائية المقررة لجريمة الإشهار الالكتروني الخادع إلى عقوبتين وهي عقوبات

أصلية وعقوبات تكميلية :

1-العقوبات الأصلية :

بما أن المشرع الجزائري لم يذكر على سبيل الحصر صور الإشهار الخادع كما سبق الشرح، فإن هذا الأخير يمكن أن يتخذ صفة الغش وذلك وفقا للمواد 431 و432 و 433 و 434 من قانون العقوبات متى توافرت شروط وأركان جريمة الغش، وكذلك يمكن أن يتخذ صفة النصب والاحتيال وذلك وفقا للمادة 372 من قانون العقوبات متى توافرت شروط وأركان جريمة النصب والاحتيال، وكذلك يمكن أن يتخذ صفة الخداع وذلك وفقا للمادة 429 من قانون العقوبات،⁽¹⁾ متى توافرت شروط وأركان جريمة الخداع .

وستتناول بالشرح شروط وأركان كل جريمة على حد ي في المطلب الثاني بعنوان جرائم الغش والنصب والاحتيال والخداع المترتبة على الإشهار الالكتروني الخادع.

أما في هذا المقام سنحاول إبراز العقوبات الأصلية لكل جريمة من هذه الجرائم، فحسب المادة 431 من قانون العقوبات يعاقب على جريمة الغش بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000 إلى 50.000 دج، كما جاء في المادة 432 على تسديد العقوبة وذلك بالسجن من عشر إلى عشرين سنة إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو في فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة، وبغرامة من 20.000 إلى 200000 دج.

كما يعاقب الجناة بالإعدام إذا تسببت تلك المادة في موت شخص أو عدة أشخاص.

أما بالنسبة للمادة 372 من قانون العقوبات فيعاقب على جريمة النصب والاحتيال بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 500 إلى 20000 دج.

(1) -المواد 431، 432، 433، 434 و372 و 429 من القانون رقم 04 - 15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر

السابق.

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

أما بالنسبة للمادة 429 من قانون العقوبات، فإنه يعاقب على جريمة الخداع بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول خدع المتعاقد.⁽¹⁾

وفي هذا السياق وبخصوص العقوبات الأصلية لجريمة الغش، فلقد نصت المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات.⁽²⁾

أما إذا حاز الشخص مواد مغشوشة أو تستعمل لغش مواد صالحة للاستهلاك الإنساني والحيواني دون سبب شرعي، فإن المادة 429 من قانون العقوبات، فرضت عقوبات الحبس من شهرين إلى سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج، ورفعت المادة 69 من قانون حماية المستهلك رقم 09-03 من هذه العقوبة إلى خمس سنوات حبسا وغرامة مالية تصل 500000 دج إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج.

كما أكد المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على العقوبات المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات، حيث جاء في المادة 83 من القانون رقم 09-03: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يضع للبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون، وإذا ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرضا أو عجزا عن العمل .

ويعاقب المتدخلون المعنيون بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة وبغرامة من مليون دينار إلى مليوني دينار، إذا تسبب هذا المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة .

(1) - أنظر أيضا المواد 432، 372، 429 من القانون رقم 04 - 15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(2) - أنظر المادة 70 من القانون رقم 09-03 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

ويتعرض هؤلاء المتدخلون لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص".

وإلى جانب العقوبتين المنصوص عليهما في المواد 372 و 429 من قانون العقوبات لجرمة النصب والاحتيال وجرمة الخداع، فلقد نصت المادة 38 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،⁽¹⁾ والتي اعتبرت كل مخالفة لأحكام المادة 27 و 28 من هذا القانون تعتبر بمثابة ممارسة تجارية غير نزيهة، أي أن القانون يعتبر كل إشهار تجاري خادع بأنه غير شرعي وهذا النوع من الإشهار الخادع وكذلك الشأن بالنسبة للإشهار الالكتروني الخادع فإنه ممنوع ويعاقب عليه بغرامة تتراوح من خمسين ألف (50000 دج) إلى خمسة ملايين (5000.000 دج)، وتتجلى أهمية هذه العقوبة في ارتفاع مقدارها مقارنة بما أقرته أحكام قانون العقوبات الذي سبق الحديث عنه.⁽²⁾ كما يمكن مضاعفة هذه العقوبات في حالة العود، والذي يعتبر ظرف من ظروف تشديد العقوبة.⁽³⁾

2- العقوبات التكميلية:

من دون الحديث عن التدابير والعقوبات الإدارية التي سبق شرحها والمتمثلة في حجز البضائع التي كانت موضوعا للإشهار الالكتروني الخادع أو المضلل، والغلق الإداري ونشر القرارات، فإنه يمكن للقاضي الجزائري إصدار أحكام تكميلية للعقوبات الأصلية والمتمثلة في المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة، والتي تصل إلى عقوبة إلغاء الرخصة والسندات والسجل التجاري أو بطاقة الحرفي للعون الاقتصادي مرتكب الجريمة، وقد نص القانون على اعتبارها تدييرا احترازيا جوازيا يكون من اختصاص الجهة الجزائرية بناء على طلب الجهة الإدارية المختصة.⁽⁴⁾

(1) - القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - علي حساني، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، العدد 11، 2011، ص 91.

(3) - حسب القسم السابع من الباب الأول من القانون 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق، وأيضا الفقرة 03 من المادة 47 والمادة 62 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق، والمادة 48 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

(4) - مُجدُّ بودالي، المرجع السابق، ص 334.

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

كما أنه وعند الاقتضاء يتم سحب السجل التجاري أو بطاقة الحرفي بحكم قضائي والمشرع الجزائري جعل عقوبة الغاء السجل التجاري أمرا جوازيا تعود السلطة التقديرية فيه للقضاء.⁽¹⁾

وعلى العموم فإن العقوبات التكميلية لجريمة الإشهار الالكتروني الخادع فهي عقوبات جوازية متروكة للقاضي، وتتمثل هذه العقوبات في :

- الحرمان من الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية.⁽²⁾

- المنع من الإقامة لمدة سنة على الأقل و05 سنوات على الأكثر.⁽³⁾

ب- العقوبات الجزائية المقررة للشخص المعنوي :

نص عليها المشرع الجزائري في الباب الأول مكرر من قانون العقوبات الجزائري،⁽⁴⁾ بعنوان العقوبات المطبقة على الأشخاص المعنوية، والتي جاء في المادة 18 مكرر منه: "العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في المواد الجنائيات والجنح هي :

1- الغرامة التي تساوي من مرة (1) إلى خمس (05) مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة.

2- واحدة أو أكثر من العقوبات الآتية :

- حل الشخص المعنوي .

- غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس (05) سنوات.

- الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس (05) سنوات.

- المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر.

نهاییا أو لمدة لا تتجاوز خمس (05) سنوات :

(1) - الطيب ولد عمر، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 08، 2009، ص 302.

(2) - انظر المادة 14 من القانون 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق، وكذلك المادة 09 من القانون 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات، المصدر السابق.

(3) - أنظر المادة 11 من نفس القانون 06-23 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق، وكذلك المادة 09 من القانون 04-15، المعدل والمتمم لقانون العقوبات، المصدر السابق.

(4) - القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون العقوبات، المصدر السابق.

- مصادرة الشيء الذي استعمله في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها.

- نشر وتعليق حكم الإدانة.

- الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز خمس (05) سنوات، وتنصب الحراسة على

ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه " .

وعليه ومما سبق ذكره يمكن القول بأن المشرع الجزائري قد فرض عقوبات جزائية على جريمة الإشهار

الالكتروني الخادع، سواء كان مرتكب هذه الجريمة شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا.

المطلب الثاني : جرائم الغش والنصب والخداع المترتبة على الإشهار الالكتروني الخادع :

على القاضي الجزائري أن يحاول تكييف الوقائع مع النصوص القانونية المتاحة، وبشكل يمكنه من تطبيق

تلك النصوص على الوقائع المعروضة أمامه، وفي هذا السياق فإن أهم الجرائم التي يمكن تطبيقها بشأن

الإشهار الالكتروني الخادع نجد كل من جريمة الغش وجريمة النصب والاحتيال وجريمة الخداع، وذلك

متى توفرت شروط وأركان كل جريمة على حدى.

ومن ثم يمكن أن يكون هذا الأساس القانوني مناسبا لردع الإشهار الالكتروني الخادع خاصة في الجزائر

وذلك لعدم وجود نص قانوني صريح يجرم الإشهار الالكتروني الخادع، والهدف من ذلك معاقبة

التجار الذي يمارسون هذه الجرائم، وذلك للردع وللقليل من انتشار هذه الظاهرة اللااخلاقية في الحياة

الاقتصادية هذا من جهة، ومن جهة أخرى حماية المستهلكين من خطر المواد مما قد يصيبهم من أضرار

في أجسامهم أو خسارة في أموالهم .⁽¹⁾

لذلك قسمنا هذا المطلب إلى ثلاث فروع، تناولنا في الفرع الأول الحماية الجزائية للمستهلك وفقا

للقواعد العامة لجريمة الغش، أما الفرع الثاني فتناولنا فيه الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة

لجريمة النصب والاحتيال، أما الفرع الثالث فتناولنا فيه الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة

لجريمة الخداع.

(1) - محمد شراييرة، حماية المستهلك من الإشهار التضييقي، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة 08 ماي 1945، فالمة، العدد 14، 16 مارس 2017، ص ص 250-251.

الفرع الأول : الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجرمة الغش :

لم يعرف المشرع الجزائري الغش التجاري ، ويمكن تعريفه بأنه: " كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة يكون مخالفا للقانون، أو في أصول البضاعة متى كان من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص المواد أو فائدتها التي دخل عليها فعل فاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل لتحقيق غايته، فقد يتم الغش عن طريق الخداع بوسائل احتيالية يستعملها الشخص ليقوع غيره في الخطأ، أو بواسطة التزييف بتغيير الحقيقة عموما.⁽¹⁾

إن الغش التجاري الذي يتعرض له المستهلك في نطاق المعاملات العادية، هو نفسه الذي يتعرض له في حال تم إبرام العقد بطريق الانترنت، بل ان وقوع الغش في حال التعاقد عن طريق الانترنت تكون فرصة وقوعه أكبر نظرا لانعدام شرط معانيه السلعة،⁽²⁾ وازدادت مخاطر الغش في السلع والخدمات عما كان عليه الحال في الماضي، لاسيما مع ظهور التجارة الالكترونية.⁽³⁾

لذلك سنحاول تطبيق أحكام جريمة الغش على الإشهار الالكتروني الخادع (أولا)، والأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون غشا (ثانيا).

أولا : تطبيق أحكام جريمة الغش على الإشهار الالكتروني الخادع :

أصبحت التجارة الالكترونية والإشهارات الالكترونية مجالا خصبا لجرائم الغش والعروض الالكترونية المزيفة، فقد يتم الغش عن طريق الخداع بوسائل احتيالية وذلك لتزييف وتغيير الحقيقة، فيقع المستهلك ضحية لذلك الغش أثناء الإشهار الالكتروني الخادع ويدفعه ذلك إلى التعاقد.

وفي ظل هذه الظروف وأمام غياب نص تشريعي قاطع في التشريع الجزائري، فيمكن الاستعانة بأحكام جريمة الغش وذلك لمعاقبة مرتكبي الكذب والتضليل في الإشهارات التجارية الالكترونية.⁽⁴⁾

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 24.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - وذلك حسب المواد 431، 432، 433، 434 من القانون العقوبات الجزائري وكذلك المواد 69، 70، 83 من قانون حماية

المستهلك وقمع الغش المشار إليهم سابقا.

ثانيا : الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون غشا : قبل التطرق لأركان جريمة الغش التجاري، يجب التفرقة بين جرمي الخداع والغش، وفي هذا الصدد، فرق قانون العقوبات الجزائري بين جرمي الخداع والغش بأن وضع لكل منهما الأوصاف الخاصة بها، فجاءت حالات الخداع على سبيل الحصر في المادة 429 منه في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع وفي نوعها أو مصدرها وفي كمية الأشياء أو في هويتها،⁽¹⁾ وستناول ذلك بالشرح لاحقا.

بينما تطرق إلى الغش بشيء من التفصيل في الباب الرابع بعنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وحصرها في السلع المعدة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك فلا يجوز محل الغش في الخشب أو القطن ومحلها هو المادة 429 من قانون العقوبات.⁽²⁾

كما أن المشرع الجزائري تطرق إلى العقوبات المترتبة على جريمة الغش في المواد 431، 432، 433، 435، من قانون العقوبات الجزائري،⁽³⁾ وكذلك المواد 69، 70، 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش،⁽⁴⁾ التي أشرنا إليها سابقا.

وبالرجوع إلى الأركان الواجب توافرها، فإن جريمة الغش لها ركنان، أحدهما مادي والآخر معنوي:

أ - الركن المادي :

حيث يتحقق الركن المادي بأي فعل من الأفعال التالية:

- الغش أو الشروع فيه، وكذلك الفساد الذي يطرأ على السلعة.
- العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.

(1) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 23.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(4) - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

- الطرح للبيع أو العرض أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.⁽¹⁾

وما تجدر الإشارة إليه، أن الركن المادي يتوافر في حالة البيع الإلكتروني، وذلك عن طريق العرض أو الطرح للبيع من خلال شبكة الانترنت بالنسبة للسلع الفاسدة أو المغشوشة التي تصل إلى المستهلك لاحقاً.⁽²⁾

ب- الركن المعنوي :

يتحقق الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوافر نية الغش، أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع.⁽³⁾

ويتعين توافر نية الغش وقت وقوع الفعل، لكون جريمة الغش من الجرائم العمدية الوقتية،⁽⁴⁾ وحسب الفقرة 1 من المادة 431 من قانون العقوبات فإن سوء نية الجاني دائماً في هذه الحالات مفترضة، وهذا خروجاً على المبدأ العام المعمول به في القانون المدني من أن حسن النية مفترضة.⁽⁵⁾ كما أن الفاعل يعد مرتكباً لجريمة الغش من وقت العلم بالغش والفساد، لكن المستقر عليه في الفقه والقضاء المقارن، أن البائع المحترف في عقد الاستهلاك الإلكتروني من الصعب تصور جهله بحقيقة العيوب التي في بضاعته أو منتجه.⁽⁶⁾

أضف إلى ذلك أن المهني في عقد البيع الإلكتروني من الصعب تصور جهله بحقيقة العيوب التي في بضاعته، أو المنتج الخاص به، ويلحق الغش كذلك حالات التقليد في مراحل الإنتاج الصناعي، وكذلك تقليد العلامات التجارية المضللة للمستهلك.⁽⁷⁾

(1) - نسيمه درار، المرجع السابق، ص 145.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - إسماعيل قطاف، المرجع السابق، ص 23.

(5) - المرجع نفسه.

(6) - المرجع نفسه.

(7) - نسيمه درار، المرجع السابق، ص 145.

الفرع الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجرمة النصب والاحتيال:

يعرف النصب بأنه الاستيلاء على مال الغير بطريقة الحيلة بنية تملكه، فالعنصر المميز للنصب هو الاستيلاء على مال الغير بالتدليس الجنائي. (1)
وبالرجوع إلى المادة 372 من قانون العقوبات سالفه الذكر، (2) فقد تطرقت هذه المادة إلى جريمة النصب و الاحتيال.

ومن هذا المنطلق سنحاول تطبيق أحكام جريمة النصب والاحتيال على الإشهار الالكتروني الخادع (أولا)، والأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون نصبا (ثانيا).

أولا : تطبيق أحكام جريمة النصب والاحتيال على الإشهار الالكتروني الخادع :

في ظل غياب نص تشريعي قاطع، فإنه يمكن الاستعانة بأحكام جريمة النصب والاحتيال لمعاقبة مرتكبي الكذب والتضليل في الإشهارات التجارية بما في ذلك الإشهارات التجارية الالكترونية، وذلك وفقا للمادة 372 من قانون العقوبات سالفه الذكر.
فالإعلان الكاذب أو المضلل يؤدي إلى ما تؤدي إليه جريمة النصب ويمكن القول أنها تمثل وسيلة من وسائل وأسلوبا من أساليبه. (3)

ثانيا: الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون نصبا :

يجب لاعتبار الإشهار الالكتروني نصبا واحتيالا توافر أركان النصب، كما يتطلبها القانون الجزائري، ويتعلق الأمر أساسا بالركن المادي والمعنوي. (4)

(1) نوال ملاك، المرجع السابق، ص 188.

(2) القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(3) فاتح بن خالد، المرجع السابق، ص 223.

(4) محمد بودالي، المرجع السابق، ص 192.

أ- الركن المادي :

ويقوم هذا الركن أساسا على توفر 03 شروط: استعمال وسائل الاحتيال ، والاستيلاء على مال الغير،⁽¹⁾ والعلاقة السببية بين الوسائل الاحتيالية والاستيلاء على مال الغير.

1- استعمال وسائل الاحتيال :

يعرف الفقه والقضاء المقارن الطرق الاحتيالية بأنها : " كل كذب مصحوب بوقائع خارجية أو أفعال مادية يكون من شأنها توليد الاعتقاد لدى المجني عليه بصدق هذا الكذب مما يدفعه إلى تسليم ما يراد منه تسليمه طوعية أو احتيالا.⁽²⁾

كما عرفت أيضا الطرق الاحتيالية : " هي المظاهر أو الوقائع الخارجية والأعمال المادية للوقائع التي يقصد بها تأييد الأكاذيب التي يلقي بها الجاني للمجني عليه ليحمله على الثقة وتصديق أقواله ".⁽³⁾ وبما أن المشرع الجزائري لم يعرف الطرق الاحتيالية لكنه لجأ إلى تحديد الطرق الاحتيالية الواردة في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري الواردة على سبيل الحصر، وهي جميعا تعمل على الإيهام بسطة كاذبة أو بائتمان مالي خيالي أو إحداث الأمل أو الخوف بحصول ربح وهمي أو حادث أو أية واقعة وهمية أخرى، وبالنظر إلى الوسائل الاحتيالية من حيث تأثيرها في الشخص المتوسط الذكاء.⁽⁴⁾ ولأن استخدام الإشهار الالكتروني بهذه الطرق الاحتيالية يجعله محلا للثقة والتصديق، وبالتالي يتحقق الشرط الأول من الركن المادي لجريمة النصب في الإشهار الالكتروني.

2- الاستيلاء على مال الغير :

وحتى يحدث ذلك يجب أن يكون الاستيلاء على مال الغير بغير وجه حق وذلك باستعمال وسيلة من وسائل الاحتيال المحددة على سبيل الحصر في المادة 372 من قانون العقوبات سالف الذكر، والتي

(1)-المادة 372 من القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(2)- نوال ملال، المرجع السابق، ص 189.

(3)- عبد الحميد الشواربي، شرح قانون العقوبات في جرائم النصب، التبديد، إصدار شيك بدون رصيد، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، د ط، 1995، ص 15.

(4)- مريم بلغيشي، الحماية الجنائية للإشهار، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2002/2001، ص ص 138-139.

جاء فيها: " لكل من توصل إلى استلام أو تلقى أموالا أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراقا مالية أو عقودا أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو إلى الحصول على أي منها شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشبية من وقوع أي شيء منها يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 500 إلى 20.000 دج..."⁽¹⁾

ولأن الاستيلاء على مال الغير باستخدام الإشهار الالكتروني وبهذه الطرق الاحتمالية يتحقق الشرط الثاني من الركن المادي لجريمة النصب في الإشهار الالكتروني.

3- العلاقة السببية بين الوسائل الاحتمالية والاستيلاء على مال الغير :

يشترط لقيام الركن المادي لجريمة النصب أن يكون ذلك الاستيلاء على مال الغير كان نتيجة مباشرة لاستعمال الجاني للوسائل الاحتمالية، أي لا بد أن تكون هناك علاقة سببية بين الاستيلاء على مال الغير واستعمال الوسائل الاحتمالية سالفه الذكر.

إن تحقق هذه النتيجة باستخدام الإشهار الالكتروني، يتحقق الشرط الثالث من الركن المادي لجريمة النصب في الإشهار الالكتروني.

ب- الركن المعنوي :

لا بد من توفر القصد الجنائي الذي يعني انصراف نية وانصراف إرادة الجاني إلى إثبات السلوك المادي المكون للجريمة.

ومن هذا المنطلق لا بد ولكي يكون الإشهار الالكتروني نصبا يجب أن تنصرف إرادة الجاني (المعلن) إلى وسائل الاحتيال والمحددة في المادة 372 من قانون العقوبات سالفه الذكر، وذلك لسلب مال الغير.

(1) - القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

وتجدر الإشارة في الأخير أنه بتوافر أركان الجريمة النصب في الإشهار الالكتروني فيمكن إدانة الجاني على هذا الأساس وفقا للعقوبات المنصوص عليها في المادة 372 من القانون العقوبات سالفه ذكر. وجرائم الاحتيال أو النصب يمكن وقوعها بطريقة الانترنت، حيث تمثل الطرق الاحتيالية فيها صور الدعاية المضللة لمزايا السلعة والفوائد المرجوة من ورائها طريقا للاستيلاء على نقود المستهلك.⁽¹⁾

الفرع الثالث : الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجريمة الخداع :

يمكن تعريف الخداع بأنه " القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء على نحو مخالف للحقيقة، أو هو إلباس الشيء مظهرًا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع، أو هو تصرف من شأنه إيقاع أحد المتعاقدين في الغلط حول السلعة وعلى ذلك يتحقق الخداع بقيام الاعتقاد الخاطئ لدى المستهلك بأن المنتج تتوافر فيه بعض المزايا والصفات في حين أنها غير موجودة به " .⁽²⁾

كما يمكن تعريف الخداع : هو الوسائل الاحتمالية التي يستخدمها الشخص ليقوع غيره في الخطأ، وبالتالي لا يكفي فيه الكتمان بل يجب أن تتحقق فيه ممارسات تقع على الشيء نفسه ليحدث الخطأ المطلوب ويؤثر على المستهلك من خلال إظهار الشيء على غير حقيقته، ومنه فالخداع هو نصب على طبيعة المنتج أو مكونات السلعة أو خصائصها الجوهرية أو نوع وكمية المنتج أحيانا يكون مصدر البضاعة أو هويتها .⁽³⁾

وبالرجوع إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري⁽⁴⁾ سالفه الذكر، فقد تطرقت هذه المادة إلى جريمة الخداع وجاء فيها : " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو خدع المتعاقد... "

(1) - نسيمة درار، المرجع السابق، 146.

(2) - نوال ملال، المرجع السابق، ص 196.

(3) - فتيحة خالدي، الحماية الجنائية في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

الغش، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الله ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، ص 374.

(4) - القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

ومن هذا المنطلق سنحاول تطبيق أحكام جريمة الخداع على الإشهار الالكتروني الخادع (أولاً)، و الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون خداعاً (ثانياً).

أولاً: تطبيق أحكام جريمة الخداع على الإشهار الالكتروني الخادع:

بالإضافة إلى تطبيق أحكام جرائم الغش والنصب على الإشهار الالكتروني الخادع، يمكن أيضاً تطبيق أحكام جريمة الخداع لحماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع وذلك لعدم وجود نص قانوني صريح وخاص بجريمة الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري، لذلك يمكن الاستعانة بأحكام جريمة الخداع لعقاب مرتكبي الكذب والتضليل في الاشهارات التجارية وفقاً للمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري سالف الذكر.

وتجدر الإشارة في هذا الشأن أنه وحتى في الدولة التي تتوفر على نص قانوني خاص بتجريم الإعلان الكاذب أو المضلل تستعمل جريمة الخداع قصد توفير الحماية الكاملة للمستهلك.⁽¹⁾

ثانياً : الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون خداعاً :

يجب لاعتبار الإشهار الالكتروني خداعاً توافر أركان الخداع، ويتعلق الأمر أساساً بالركن المادي والركن المعنوي.

أ-الركن المادي:⁽²⁾

يتمثل الركن المادي في جريمة الخداع بالقيام بأعمال وأكاذيب من شأنها اظهار الشيء على غير حقيقته، بمعنى أنه عبارة عن تصرف من شأنه ايقاع أحد المتعاقدين في غلط حول ذاتية المنتج أو حقيقته أو أصلها أو مصدره أو مقدارها أو النتائج المنتظرة من المنتج.⁽³⁾

(1) - فاتح بن خالد، المرجع السابق، ص 234.

(2) - جاء في مادة 68 من القانون رقم 09-03 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق، عدة عناصر

للركن المادي لجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك.

(3) - علاوة هوام، المرجع السابق، ص 239.

ويتكون الركن المادي لجريمة الخداع من فعل الخداع، ثم البضاعة محل الخداع وهما عنصران هامين بالإضافة إلى الوسائل التي تتم بها جريمة الخداع.⁽¹⁾

1- فعل الخداع :

بالرجوع إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي عبر المشرع فيها بقوله: " كل من يخدع أو يحاول أن يخدع..."، واستعماله لكلمة الخداع يتطلب منا التقيد بأحكام القانون المدني في هذا الشأن، ذلك أن التدليس المدني يتطلب درجة من الجسامة لإبطال العقد وذلك باستخدام حيل.⁽²⁾ ومن ذلك نستنتج أنه ووفقا للمادة 429 من قانون العقوبات أن جريمة الخداع لا تتطلب لوقوعها أية طرق احتيالية كما هو الشأن بالنسبة لجريمة النصب والاحتيال، بل المطلوب فقط حتى نكون أمام فعل الخداع أن يصدر من الجاني نشاط ايجابي مهما كان نوعه.

وبالتالي فإن استخدام الجاني (المعلن) لإشهار الالكتروني بفعل الخداع (أي نشاط ايجابي) يتحقق العنصر الأول من الركن المادي لجريمة الخداع في الإشهار الالكتروني وفي ذلك حماية أكثر للمستهلك.

2- محل الخداع :

ينصب الخداع على عدة أمور متعلقة بالسلعة أو البضاعة وهي أمور حددها المشرع في نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على سبيل الحصر، فلا يجوز القياس عليها، إذ من خلال هذه المادة نستخلص أن العنصر الثاني في الركن المادي لجريمة الخداع ينصرف إلى الموضوع المادي للجريمة وهو البضاعة محل التعاقد بين الجاني والمجني عليه.⁽³⁾

3- وسائل الخداع :

لم يشترط المشرع في جريمة الخداع أن تتم بوسائل معنية مثلما هو الحال في جريمة النصب،⁽⁴⁾ لذلك رأى المشرع أن مجرد الكذب يؤدي إلى جريمة الخداع، ولهذا لم يحدد وسائل محددة لقيامه، فترك المجال

(1) - نوال ملال، المرجع السابق، ص 196.

(2) - المرجع نفسه، ص 197.

(3) - المرجع نفسه، ص 198.

(4) - المرجع نفسه.

مفتوحا، إلا أنه وكاستثناء اشترط بعض الحالات أن ترتكب جريمة الخداع بوسائل معينة، ليجعل من توافر هذه الوسائل ظروف مشددة لتشديد العقوبة وهو ما نصت عليه المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري.⁽¹⁾

حيث جاء في المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري⁽²⁾ ما يلي : " ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليها أعلاه قد ارتكبت :

- سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة.
- سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو المطابقة أو الوزن أو الكيل أو تغيير عن طريق الغش تركيب أو وزن أو حجم السلع أو المنتجات ولو قبل البدء في هذه العمليات.

- سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد "

وتتوافر هذه العناصر مجتمعة يقوم الركن المادي لجريمة الخداع في الإشهار الالكتروني.

ب- الركن المعنوي:

تعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية تتطلب توافر أركانها وثبوت القصد الجنائي لدى المتهم، وعليه لا يعاقب الجاني إلا إذا ثبت لديه أنه قصد الخداع، فيجب أن يعلم أن استعمال هذه الطرق يؤدي حتما إلى خداع المتعاقد أو قد تتجه إرادته إلى ذلك وأن القانون عاقب عليه.⁽³⁾

ويتمثل الركن المعنوي لجريمة الخداع في الإعلان التجاري الم ضلل في سوء نية المعلن، المتمثل في القصد الجنائي العام الذي يقصد به انصراف إرادة الجاني لتحقيق الجريمة بجميع أركانها، والقصد الجنائي

(1) - نوال ملاك، المرجع السابق، 198.

(2) - القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(3) - علاوة هوام، المرجع السابق، ص 239.

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

الخاص وهو اتجاه إرادة الجاني إلى تضليل المستهلك وإجباره على شراء السلع على أساس ذلك الإعلان.⁽¹⁾

ومن هذا المنطلق لا بد ولكي يكون الإشهار الالكتروني خداعا يجب أن تنصرف إرادة الجاني (المعلن) إلى خداع المستهلك المتعاقد مهما كان نوع ذلك الخداع.

وتجدر الإشارة في الأخير أنه وبتوافر أركان جريمة الخداع في الإشهار الالكتروني فيمكن إدانة الجاني على هذا الأساس وفقا للعقوبات المنصوص عليها في المواد 429 و 430 من قانون العقوبات الجزائري.⁽²⁾

إلا أنه ما يلاحظ من خلال نصوص هذين المادتين، وجود قصور في توفير الحماية للمستهلك من الإشهارات الالكترونية الخادعة، كون أن جريمة الخداع بصياغتها في قانون العقوبات الجزائري لا تنطبق على الخدمات أو العقارات وهذه موضوعات هامة للإشهار في وقتنا الحالي.⁽³⁾

كما يلاحظ أن المشرع لم يشترط أن يترتب على الخداع إلحاق ضرر بالمستهلك، إذ بمجرد ارتكاب الأفعال المادية السابقة تقوم الجريمة وبذلك صنف البعض هذه الجريمة بأنها من جرائم الخطر وليس من جرائم الضرر.⁽⁴⁾

(1) - أحلام قرنة، المرجع السابق، ص 42.

(2) - القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق.

(3) - محمد بوراس، المرجع السابق، ص 490.

(4) - نسيمه درار، المرجع السابق، ص 146.

المبحث الثاني : الأحكام الإجرامية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع : من خلال هذا المبحث سنقوم بتبيان الأحكام الإجرائية لحماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع، فلقد كفل المشرع الجزائري بعض الأحكام لتحقيق الحماية الجنائية للمستهلك ، لذلك خصصنا المطلب الأول لدراسة الأحكام الإجرائية طبقا لقانون الممارسات التجارية 04-02، أما المطلب الثاني فخصصناه للمتابعة الجزائية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع.

المطلب الأول : الأحكام الإجرائية طبقا لقانون الممارسات التجارية 04-02:

من خلال قائمة الأعوان المكلفين بالمعينة والتحقيق في الجرائم المتعلقة بالإعلان التجاري الكاذب أو المضلل التي وضعها المشرع الجزائري، والتي تشمل أيضا الإشهار الالكتروني الخادع، لذلك قسمنا هذا المطلب إلى فرعين تناولنا في الفرع الأول: الأشخاص المكلفون بمعينة جرائم الإشهار الالكتروني الخادع، وخصصنا الفرع الثاني لدراسة كيفية التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع.

الفرع الأول: الأشخاص المكلفون بمعينة جرائم الإشهار الالكتروني الخادع :

نقصد بالمعينة مشاهدة وإثبات الحالة القائمة في مكان وقوع المخالفة والأشياء التي تتعلق بها من أجل كشف الحقيقة وإثبات حالة مرتكبي الجريمة.⁽¹⁾

ولقد سخر المشرع الجزائري عدة هيئات لمعينة جريمة الإشهار الالكتروني الخادع، وحماية للمستهلك أيضا من مختلف التجاوزات الممكن ارتكابها من طرف المعلن.

أما بالنسبة للأشخاص المكلفون بمعينة جرائم الإشهار الالكتروني الخادع فقد قسمناهم إلى: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية (أولا)، والمستخدمون المنتمون للإدارة المكلفة بالتجارة (ثانيا)، و الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية (ثالثا).

(1) نوال شعباني (حنين)، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012/2013، ص

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

حيث أن المشرع الجزائري جعل ضباط وأعوان الشرطة القضائية على رأس الموظفين المكلفين بمعاينة الجرائم⁽¹⁾ وبالتالي جاء هذا التقسيم بناء على المادة 49 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث جاء فيها: " في إطار تحقيق هذا القانون يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه الموظفون الآتي ذكرهم :

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.
 - المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة، التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
 - الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبلية.
 - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في صنف 14 على الأقل المعنيون لهذا الغرض.⁽²⁾
- أولا : ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية :
- لقد خول القانون لضباط وأعوان الشرطة القضائية اختصاص التحري والبحث ومعاينة الجرائم التي وقعت فعلا ومن هذه الجرائم : جريمة الإشهار الالكتروني الخادع.
- حيث جاء في المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري:⁽³⁾ على أنه " يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية :

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية .
- ضباط الدرك الوطني.
- محافظ الشرطة .
- ضباط الشرطة.
- ذوو الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.

(1) - أنظر أيضا المادة 36 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق..

(2) - القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - الأمر رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

- مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.
 - ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار صادر بين وزير الدفاع ووزير العدل .
 - يحدد تكوين اللجنة المنصوص عليها في هذه المادة وتسييرها بموجب مرسوم "
- من خلال هذه المادة يلاحظ أن المشرع الجزائري قد حدد ضباط وأعوان الشرطة القضائية المكلفين بمعاينة جريمة الإشهار الالكتروني الخادع.

ثانيا : المستخدمون المنتمون للإدارة المكلفة بالتجارة :

ويمكن تقسيمهم إلى فئتين :

الفئة الأولى تضم المستخدمون المنتمون إلى أسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، والفئة الثانية تضم أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في صنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

أ- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة :

حسب القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، فإنها تضم موظفين مؤهلين تابعين لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار، ومهمتهم هي القيام بتحريات المراقبة قصد تفادي مخاطر تهدد صحة المستهلك وتمس مصالحه المادتي.

كما أن مهمة هؤلاء الموظفين هي مراقبة الأسواق والتحقيق في جرائم الإعلانات التجارية الخادعة ومنها الإشهار الالكتروني الخادع كل حسب اختصاصه.

ب - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في صنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض:

خول المشرع صلاحية المعاينة والتحقيق في جريمة الإشهار الخادع إلى الأعوان العاملين بوزارة التجارة، وهذا بعد تأهيلهم للقيام بهذه المهمة، وهذا التأهيل يقتصر فقط على أعوان الوزارة المصنفين

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع في التشريع الجزائري

ضمن الصنف 14 على الأقل والمعنيون لهذا الغرض وذلك بعد أدائهم لليمين للعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها.⁽¹⁾

ثالثا : الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبلية :

يتم تعيّنهم من بين الموظفين الذين يعملون بالإدارة الجبلية، هؤلاء الأعوان تستند لهم مهمة المعاينة والتحقيق في جميع المخالفات بما فيها الإشهار الإلكتروني الخادع، ولذلك أدرجهم المشرع في القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 49 منه، وهذا يدل على نية المشرع العمل على توفير الحماية اللازمة للمؤسسات والمستهلك معا.

الفرع الثاني : التحقيق في جرائم الإشهار الإلكتروني الخادع :

نص المشرع الجزائري على إجراءات معينة في مرحلة التحقيق في جرائم الإشهار الإلكتروني الخادع، وبالرجوع إلى المواد 50، 51، 52، 55، 56، 57 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية⁽²⁾، سنحاول تبين الإجراءات التي وضعها المشرع والواجب احترامها أثناء التحقيق عند دخول الأماكن الموجودة فيها المنتجات والمستندات (أولا)، وعند الحجز (ثانيا)، وعند تحرير محاضر المخالفات (ثالثا).

(1) - جميع الأشخاص المكلفون بمعاينة جرائم الإشهار الإلكتروني الخادع ملزمون بأداء اليمين وفقا للمادة 49/فقرة 5 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

أولا : دخول الأماكن الموجود فيها المنتجات والمستندات :

استنادا إلى المادتين : 52،50 من القانون 04-02 سالف الذكر، فإن الموظفين المذكورين في المادة 49 من هذا القانون لهم صلاحية الدخول للأماكن الموجودة فيها المنتجات، وتفحص المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية.⁽¹⁾

أ دخول الأماكن الموجود فيها المنتجات :

وذلك حسب المادة 52 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية والتي جاء فيها :
للموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين، وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية..."

ب- فحص المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية :

وذلك حسب المادة 50 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية والتي جاء فيها: " يمكن الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني..."
وتجدر الإشارة إلى أنه وأثناء مرحلة التحقيق بدخول الأماكن وفحص المستندات، أنه عند كشف وجود إعلان تجاري مضلل أو إشهار إلكتروني خادع، والتي يجيز بشأنها القانون لهؤلاء القيام بعملية الحجز وذلك حسب الفقرة الثانية والثالثة من المادة 50 من نفس القانون والتي جاء فيهما :
"....ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها "، "تضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق..."

(1) جاء في المادة 435 من القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري، المصدر السابق، " يعاقب بالحبس شهرين إلى سنتين وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج دون إخلال العقوبات المقررة في المادة 108 وما يليها من هذا القانون كل من يضع الضباط وأعوان الشرطة القضائية وكذلك الموظفين الذين يسند إليهم القانون سلطة معارضة المخالفات المشار إليها في المواد 427 و 428، 429، 430 في موقع استحالة للقيام بوظائفهم، إما برفض عدم السماح لهم بالدخول إلى المحال الصناعة أو محال التخزين أو محال البيع أو بأية كيفية أخرى"

ثانيا : الحجز :

بالرجوع إلى المادة 51 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية والتي جاء فيها : "يمكن الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، القيام بحجز البضائع طبقا للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون"

كما أن المشرع خول للموظفين المذكورين في المادة 49 من هذا القانون صلاحية حجز المنتجات محل الجريمة، وكذا حجز العتاد والتجهيزات المستعملة في ارتكاب جريمة الإشهار الإلكتروني الخادع.⁽¹⁾ ويعرف الحجز أنه إجراء قانوني يتمثل في إصدار قرار وقف المنتج المعروض للاستهلاك بالأسواق الوطنية والذي ثبت بعد المعاينة أنه غير مطابق للمقاييس بشأنها⁽²⁾، وكما سبق أن بينا أنواع الحجز في التدابير الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني الخادع، وهو نوعان حجز عيني وحجز اعتباري، ولذلك سنحاول التركيز هنا على أنواع الحجز كإجراء يساعد الموظفين المكلفين بالتحقيق في جريمة الإشهار الإلكتروني الخادع، حيث جاء في المادة 40 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية ما يلي : " يمكن أن يكون الحجز عينيا أو اعتباريا.

ويقصد في مفهوم أحكام هذا القانون بما يأتي :

- الحجز العيني، كل حجز مادي للسلع.

- الحجز الاعتباري، كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما".

أ الحجز العيني :

ففي هذا النوع من الحجز، يتم حجز السلع محل جريمة : الإشهار الإلكتروني الخادع حسب المادة 39 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، حيث يتم حجز العتاد والتجهيزات المستعملة في الجريمة.

(1) - أنظر المادة 39 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان،

ب - الحجز الاعتباري :

هو جرد وصفي وكمي لهوية السلع وقيمتها الحقيقية، ويعتمد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي تطبقه المؤسسة المخالفة،⁽¹⁾ وهذا ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة 42 من نفس القانون.⁽²⁾ أما بالنسبة لكيفية تنفيذ الحجز، فقد نص عليها المشرع في المواد 41 و42 و43 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، ولقد تناولنا بشرح ذلك سابقا في التدابير الإدارية للمستهلك من أجل حمايته من الإشهار الالكتروني الخادع، كون الإدارة (إدارة أملاك الدولة، المدير الولائي المكلف بالتجارة، الوالي، محافظ البيع بالمزايدة) يلعبون دورا كبيرا جدا في هذا الشأن.

ثالثا : تحرير محاضر المخالفات :

بعد الانتهاء من إجراءات التحقيق، والتأكد من وجود جريمة إشهار إلكتروني خادع، يقوم الموظفون المذكورين في المادة 49 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية بتحرير محاضر المخالفات وذلك وفقا للمادة 55 فقرة 01 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية والتي جاء فيها : " تطبيقا لأحكام هذا القانون، تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم..."

ويجب على المحاضر أن تكون محترمة للإجراءات والأشكال المنصوص عليهما في المادتين 56 و57 من نفس هذا القانون وذلك تحت طائلة البطلان وفقا للفقرة الثانية من المادة 57 من نفس القانون. كما تجدر الإشارة إلى أنه يجب منح مرتكب جريمة الإشهار الالكتروني الخادع حق الإطلاع على المحضر، وبهذا يكون القانون قد ضمن للمؤسسة المخالفة حق الإطلاع على ما تضمنه المحضر حتى يكون بوسعها الطعن فيه أو الدفاع عن نفسها⁽³⁾.

(1) - علي بوليحة بن بوخيس، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، الجزء 39، 2005، ص 39.

(2) - جاء في الفقرة الأولى من المادة 42 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق، " في حالة الحجز الاعتباري تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق".

(3) - إيمان دناقير، المرجع السابق، ص 44.

أما عن حجية هذه المحاضر فقد جاء في المادة 58 من هذا القانون: " مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية، وكذا أحكام المادتين 56 و57 من هذا القانون، تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير".

وفي الأخير ترسل المحاضر إلى الجهة المعنية والمتمثلة في المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي وقعت المعاينة والتحقيق في دائرة اختصاصه وذلك وفقا للفقرة الثانية من المادة 55 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية⁽¹⁾ والتي جاء فيها: " تثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يسلمها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة 60 من هذا القانون ". لتبدأ بعد ذلك مرحلة المتابعة .

المطلب الثاني : المتابعة الجزائية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع :

تم متابعة جريمة الإشهار الالكتروني الخادع بإتباع كل من المستهلك والعمول الاقتصادي الطريق الودي أو المصالحة (الفرع الأول) قبل اللجوء إلى الطريق القضائي (الفرع الثاني).

الفرع الأول : الطريق الودي (المصالحة):

يقصد بالمصالحة تنازل الهيئة الاجتماعية عن حقها في الدعوى الجزائية، أو وقف تنفيذها مقابل المبلغ الذي تم عليه الصلح،⁽²⁾ ولتوضيح ذلك أكثر سنقسم هذا الفرع إلى قسمين، نتناول شروط إجراء المصالحة (أولا) وآثار المصالحة (ثانيا).

أولا : شروط إجراء المصالحة :

الأصل أن من ارتكب جرما لا بد أن يسأل عليه ويطبق عليه الجزاء، إلا أن بعض التشريعات المقارنة خرجت عن الأصل العام، ونصت على جواز تصالح الإدارة، وهذا راجع لأسباب منها، أنه يمكن

(1) - القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - محمد سعيد غور، أصول الإجراءات الجزائية (أصول المحاكمات الجزائية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2005، ص 212.

الفصل الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

الوصول إلى الغاية المقصودة من رفع الدعوى الجزائية بدون الحاجة لرفعها، وكذا الحد من إطالة التقاضي، وقد يكون الصلح بعد تحريك الدعوى العمومية ويكون سببا لانقضائها.⁽¹⁾

وبالرجوع إلى القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، فقد حدد المشرع نطاق المصالحة⁽²⁾ والتي تشمل العديد من الجرائم، والذي يهمننا في هذا البحث هي جريمة الإشهار غير المشروع⁽³⁾ الذي يشمل موضوع دراستنا وهو الإشهار الالكتروني الخادع .

حيث جاء في المادة 60 من هذا القانون: " تخضع مغلفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهة القضائية.

غير أنه يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1000.000 دج) استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين .

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1000.000 دج) وتقل عن ثلاثة ملايين دينار (3000.000 دج)، يمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة، استنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.

وعندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3000.000 دج) فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية".

(1) - أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية (دراسة تحليلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية المصرية والفرنسية وغيرها)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، د ط، 2006، ص 296.

(2) - المواد 60، 61 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - المادة 28 من نفس القانون.

أما المادة 61 من نفس هذا القانون فقد جاء فيها " للأعوان الاقتصاديين المخالفين الحق في معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة يحدد أجل معارضة الغرامة بثمانية (08) أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة. يمكن الوزير المكلف بالتجارة وكذا المدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

وفي حالة موافقة الأشخاص المتابعين على المصالحة، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20 % من مبلغ الغرامة المحتسبة.

تنهي المصالحة المتابعات القضائية.

وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة، يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية". ومن خلال نصوص المواد 60 و61 سالف الذكر وكذلك المادة 62 من نفس هذا القانون يمكن تقسيم شروط إجراء المصالحة إلى شروط موضوعية وشروط إجرائية :

أ) لشروط الموضوعية لإجراء المصالحة :

هناك شروط يجب أن تكون في مرتكب المخالفة وأخرى في الإدارة المكلفة بمنح المصالحة.

1- بالنسبة لمرتكب المخالفة :

- ✓ أن تكون العقوبة المقررة للمخالفة في حدود غرامة تقدر ب 3000.000 دج على الأكثر .
- ✓ أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود، والذي يعتبر ظرف تشديد للعقوبة ومانع لإجراء المصالحة.⁽¹⁾

(1) - جاء في المادة 62 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية ، المعدل والمتمم، المصدر السابق، ما يلي: في حالة العود حسب مفهوم المادة 47 (الفقرة 02) من هذا القانون، لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة، ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية" ، وهذا أيضا ما جاء في المواد 45 و 48 من القانون رقم 18 -05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

2- بالنسبة للإدارة المكلفة بمنح المصالحة :

✓ حسب المادة 61 من القانون 04-02 سالف الذكر، فقد حدد المشرع الجزائري الشخص

المختص قانونا لإجراء المصالحة وهو المدير الولائي المكلف بالتجارة.

✓ وحسب المادة 60 نفس القانون، يجب أن تكون المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1000.000 دج).

ب - الشروط الإجرائية لإجراء المصالحة :

والمتمثلة أساسا في اقتراح المصالحة وقرار السلطة المختصة بالموافقة على المصالحة :

1- اقتراح المصالحة :

ويكون ذلك وفقا للشروط والأشكال المنصوص عليها في المواد: 60 و61 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية سالف الذكر.

2- قرار السلطة المختصة بالموافقة على المصالحة :

والمتمثلة في المدير الولائي المكلف بالتجارة، كما أنه في حالة موافقة الأشخاص المتابعين على المصالحة، فإنهم يستفيدون من تخفيض 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة،⁽¹⁾ وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل 45 يوم ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة يحل الملف إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية.⁽²⁾

ثانيا : آثار المصالحة :

يترتب على المصالحة أثرين، الأول يتمثل في انقضاء الدعوى العمومية، أما الثاني فهو أثر التثبيت.

(1) - الفقرة 03 من المادة 61 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق، وأيضا المادة 46 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

(2) - الفقرة 05 من المادة 61 من القانون المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق، وأيضا المادة 47 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

أ - انقضاء الدعوى العمومية :

قد يكون الصلح قبل تحريك الدعوى العمومية، وهو ما تناولناه بالشرح، ويترتب على ذلك أن المصالحة تنهي المتابعات القضائية،⁽¹⁾ وقد يكون الصلح بعد تحريك الدعوى العمومية ويكون سببا لانقضائها،⁽²⁾ وقد يكون الصلح أيضا حتى بعد صدور الحكم القضائي⁽³⁾ ما لم يحز على قوة الشيء المقضي به.⁽⁴⁾

ب - أثر التثبيت :

تؤدي المصالحة الجزائية إلى تثبيت الحقوق، سواء تلك التي اعترف بها المخالف للإدارة أو تلك التي اعترفت الإدارة له، والمشرع لم يحدد مقابل الصلح في ما يخص جرائم مخالفة قواعد ممارسة التجارة وأحوال بهذا الخصوص إلى التنظيم تاركا القضية للإدارة في تحديده.⁽⁵⁾ وتجدر الإشارة في هذا الشأن إلى أن القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية عند تحديده لنطاق الصلح في المواد 60، 61، 62 لم يبين أن الجرائم المشمولة بعقوبات سالبة للحرية تمنع إجراء الصلح فيها مع المخالف، وهو ما يقود إلى وجوب الاستعانة بالنطاق المحدد وفقا للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،⁽⁶⁾ وذلك لمعرفة الجرائم التي لا يمكن إجراء المصالحة فيها . كما تجدر الإشارة إلى أنه ورغم ما يكتسي نظام المصالحة من أهمية، إلا أنه نظام يدعو للشك في سلامته، لأن للمتهم حق دفع مقابل مالي يحول دون توقيفه، وهو ما يخدم التاجر الثري، وخير وسيلة

(1) - الفقرة 04 من المادة 61 من القانون المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - أنور مجد صدقي المساعدة، المرجع السابق، ص 296.

(3) - أنظر أيضا المادة 93 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق، والتي جاء فيها

"تنقضي الدعوى العمومية إذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الآجال والشروط المحددة في المادة 92 أعلاه"

(4) - يجوز الحكم القضائي لقوة الشيء المقضي به بانتهاء آجال الطعن، أو باستنفاد طرق الطعن.

(5) - أحلام قرنة، المرجع السابق، ص 66.

(6) - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

للردع هي وقوف المتهم أمام العدالة وتطبيق الجزاء مع تسجيل الحكم على شهادة السوابق العدلية وإشهاره.⁽¹⁾

وأخيرا تجدر الإشارة أيضا إلى أنه في حالة عدم القيام بالطريق الودي (المصالحة)، أو رفض مرتكب الجريمة لها، يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي، وهذا هو محل دراستنا في الفرع الثاني.

الفرع الثاني : الطريق القضائي :

كما سبق الإشارة أنه في حالة عدم القيام بالمصالحة، أو رفض مرتكب الجريمة لهذه المصالحة، يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي وذلك بمجرد ارتكاب جريمة الإشهار الالكتروني الخادع، ويمر الطريق القضائي بثلاث مراحل، مرحلة تحريك الدعوى العمومية (أولا)، ومرحلة مباشرة التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع (ثانيا)، ومرحلة المحاكمة في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع (ثالثا).

أولا : تحريك الدعوى العمومية في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع :

إن تحريك الدعوى العمومية هو البدء في سيرها عند ارتكاب الجريمة، ويكون تحريكها من طرف النيابة العامة أو من طرف المستهلك (الطرف المتضرر)، أو من طرف جمعيات حماية المستهلك.

أ- تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة :

يعود اختصاص تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها للنيابة العامة في القضاء الجزائري، وذلك من أجل حماية المستهلك من الإشهار غير المشروع،⁽²⁾ وبالتحديد الإشهار الالكتروني الخادع محل دراستنا. فعندما يتلقى وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة المختصة المحاضر والشكاوى التي يرسلها أعوان قمع الغش المتعلقة بجرائم الإشهار الالكتروني الخادع، هنا النيابة العامة تقوم بالتحري وجمع الاستدلالات والتحقيقات من أجل تكوين الملف الخاص بتحريك الدعوى العمومية أمام الجهة

(1) - أنور أحمد صدقي المساعدة، المرجع السابق، 296.

(2) - أنظر المادة 28 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

القضائية المختصة،⁽¹⁾ وذلك وفقا للشروط المنصوص عليها في المواد 67 و73 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.⁽²⁾

ب- تحريك الدعوى العمومية من طرف المستهلك (الطرف المتضرر):

لقد أجاز القانون للمستهلك المتضرر من جريمة الإشهار الالكتروني الخادع أن يحرك الدعوى العمومية وذلك بأن يقدم شكواه أمام قاضي التحقيق المختص وفقا لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

كما يجوز تقديم شكواه إلى الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش والتي بدورها تقوم بتبليغها إلى وكيل الجمهورية من أجل إجراء المتابعة القضائية.

ج- تحريك الدعوى العمومية من طرف جمعيات حماية المستهلك :

عرفت المادة 21 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽³⁾ هذه الجمعيات بأنها: " جمعيات تهدف إلى حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتمثيله". وسمح القانون لهذه الجمعيات برفع الدعوى القضائية وتحريك الدعوى العمومية أمام القضاء الجزائري ضد كل عون اقتصادي يخالف القانون من خلال الإشهار الالكتروني الخادع والذي يعتبر خداعا للمستهلك حول جوهر السلع والخدمات، كما يمكنها رفع الدعوى أمام المحكمة المختصة للمطالبة بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية، حيث جاء في المادة 65 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية: " دون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك و الجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة من كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون. كما يمكنهم التأسس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".

(1) - فاطمة بحري، المرجع السابق، ص ص 193-195.

(2) - القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المصدر السابق.

(3) - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

وتجدر الإشارة إلى أنه في حالة أن جريمة الإشهار الالكتروني الخادع كانت محل للمصالحة عند تحريك الدعوى العمومية، فإن الدعوى العمومية تنقضي، ويبقى للمستهلك المتضرر وكذلك جمعيات حماية المستهلك الحق في اللجوء إلى القسم المدني للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقهم من جريمة الإشهار الالكتروني الخادع .

ثانيا : مباشرة التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع:

بعد تحريك الدعوى العمومية، وإذا لم تحدث مصالحة أثناء تحريك الدعوى العمومية كما سبق الإشارة تأتي المرحلة الثانية وهي مرحلة التحقيق.

حيث نص المشرع الجزائري من خلال المادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية على أن التحقيق في مواد الجنايات يكون وجوبي، أما في مواد الجنح فيكون اختياري ما لم يتم النص عليها في القوانين الخاصة، كما يجوز إجراء التحقيق في المواد المخالفة إذا طلبه وكيل الجمهورية.⁽¹⁾

والتحقيق عبارة عن قيام قاضي التحقيق بجميع الإجراءات البحث والتحري للوصول إلى قرائن عن طريق استجواب المتهم وسماع الشهود والانتقال للمعاينة والتفتيش وبعد الانتهاء من التحقيق، وتأكده بأن تلك الوقائع لا تشكل أي وصف جنائي، أو يستفاد من أسباب الإباحة أو موانع المسؤولية، أو انقضت الدعوى بأحد أسبابها، فإن قاضي التحقيق يصدر أمرا بأن لا وجه للمتابعة.⁽²⁾

أما إذا توصل قاضي التحقيق إلى أدلة إثبات وقرائن كافية فإنه يحيل الملف إلى المحكمة للفصل فيها. وتجدر الإشارة إلى أن التحقيق هو نشاط إجرائي تباشره سلطة قضائية مختصة بالتحقيق،⁽³⁾ حيث تنص المادة 38 فقرة 03 من قانون الإجراءات الجزائية: "ويختص بالتحقيق في الحادث بناء على طلب وكيل الجمهورية أو شكوى مصحوبة بإدعاء مدني ضمن الشروط المحددة في المواد 67 و 73".

(1) - أنظر المادة 66 من الأمر رقم 55-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(2) - أنظر المادة 163 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المصدر نفسه.

(3) - قاضي التحقيق وغرفة الاتهام هما السلطة المختصة بالتحقيق.

وهذا يعني أن قاضي التحقيق حتى يضع يده على القضية المتعلقة بالإشهار الالكتروني الخادع لإجراء التحقيق فيها أن يكون ذلك إما بناء على طلب افتتاحي أو عن طريق تلقى الشكوى المصحوبة بإدعاء مدني.

أ- الطلب الافتتاحي لإجراء التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع :

وهو الطلب الذي بمقتضاه يلتبس وكيل الجمهورية من قاضي التحقيق القيام بإجراءات التحقيق في قضية ما (المادتين 67-38 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري)⁽¹⁾. وما دنا بصدد دراسة جريمة الإشهار الالكتروني الخادع، فإن الطلب الافتتاحي يكون لإجراء التحقيق في هذه الجريمة، إلا أن قانون الإجراءات الجزائية لم يحدد شكل ومضمون هذا الطلب، واكتفى باشتراط وجوب تضمن هذا الطلب: اسم المتهم، تكييف الوقائع ومواد المتابعة، ويوقع من طرف وكيل الجمهورية ويرفق بمحاضر التحريات الأولية.⁽²⁾

أما في حالة التلبس فيباشر قاضي التحقيق السلطات المخولة له بموجب المادة 57 من قانون الإجراءات الجزائية.⁽³⁾

ب- تلقى الشكوى المصحوبة بإدعاء مدني في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع :

أجاز المشرع الجزائري لكل شخص يدعي مدنيا وخاصة المستهلك المتضرر من جريمة الإشهار الالكتروني الخادع أن يقدم شكواه مباشرة أمام قاضي التحقيق المختص.⁽⁴⁾ وتتضمن الشكوى اسم الشاكي، عنوانه، اسم المشتكي ضده، عنوانه إذا أمكن ذلك، وعرض الوقائع، ويقوم قاضي التحقيق باستقبال الشكوى ويحدد مبلغ الكفالة الواجب دفعها من قبل الشاكي

(1) - إيمان دناقير، المرجع السابق، ص 51.

(2) - أنظر المادة 67 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - أنظر المادة 57 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المصدر نفسه.

(4) - أنظر المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المصدر نفسه.

لدى كتابة ضبط المحكمة، وإلا كانت شكواه غير مقبولة، باستثناء إذا كان الشاكي قد تحصل على المساعدة القضائية أو معفى بنص المادة 75 من قانون الإجراءات الجزائية.⁽¹⁾

وبعد ذلك يقوم قاضي التحقيق بعرض الشكوى على وكيل الجمهورية في أجل خمس أيام وذلك لإبداء رأيه، ويجب على وكيل الجمهورية أن يبدي طلباته خلال خمسة أيام من يوم التبليغ،⁽²⁾ سواء لفتح التحقيق أو بطلب رفض التحقيق، ويتعين على قاضي التحقيق أن يأمر بفتح تحقيق أو برفضه بموجب أمر مسبب (المادة 73 قانون الإجراءات الجزائية).⁽³⁾

وكما سبق الإشارة إلى أنه عند انتهاء قاضي التحقيق من جمع أدلة الإثبات وكانت هذه الأدلة كافية فإنه يحيل الملف للمحكمة المختصة لتفصل فيها هذه الأخيرة بموجب حكم قضائي وهي المرحلة الأخيرة التي سوف ندرسها بعد مرحلة التحقيق.

كما تجدر الإشارة إلى أنه وأثناء مرحلة التحقيق يمكن أن يحدث الصلح، فإذا حصلت المصالحة فإن قاضي التحقيق يصدر أمر بأن لا وجه للمتابعة.⁽⁴⁾

ثالثا : المحاكمة في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع :

تعتبر المحاكمة هي المرحلة الأخيرة التي تنتهي فيها الخصومة الجزائية بصدور حكم، لذلك سندرس هذه المرحلة من زاويتين، نتناول في البداية السلطة المختصة بالفصل في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع ثم ندرس الحكم في الدعوى العمومية والطعن في الحكم الصادر:

(1) — إيمان دناقير، المرجع السابق، ص 52.

(2) — أحلام قرنة، المرجع السابق، ص 68.

(3) — إيمان دناقير، المرجع السابق، ص 52.

(4) — هنا تنقضي الدعوى العمومية بسبب المصالحة.

أ- المسئلة المختصة بالفصل في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع :

يختص بالفصل في الجرائم المتعلقة بالإعلان التجاري قسم الجرح على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها محل وقوع الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض عليهم طبقا لنص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري⁽¹⁾.

وفي الجرائم المتعلقة بالإشهار غير المشروع المنصوص عليها في المادة 28 من القانون 04-02⁽²⁾، ولاسيما الإشهار الالكتروني الخادع محل دراستنا، فقد قرر فيها المشرع الجزائري محاضر يجب أن تكون وفقا للشروط والأشكال القانونية وهي ملزمة للقاضي حتى وإن خالفت قناعاته إلى غاية أن يقيم الدليل على عكسها⁽³⁾، أو يطعن فيها بالتزوير⁽⁴⁾.

وتتشكل جلسة الفصل من قاضي فرد وممثل النيابة العامة على مستوى المحكمة (وكيل الجمهورية)، وذلك في جلسة علنية تحت طائلة البطلان⁽⁵⁾.

ب - الحكم في الدعوى العمومية والطعن في الحكم الصادر:

1 - الحكم في الدعوى العمومية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع :

يقوم رئيس الجلسة بجميع الإجراءات القانونية ويصدر الحكم في جلسة علنية سواء بالبراءة أو بالإدانة وبحضور المتهم⁽⁶⁾، وعلى رئيس الجلسة أن يتلو في الجلسة مواد القانون التي طبقت في الحكم⁽⁷⁾. واشترط القانون حتى يكون الحكم سليما يجب أن يتضمن مجموعة من البيانات⁽⁸⁾.

وفي الأخير تجدر الإشارة أن الحكم الجزائي الصادر في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع سواء بالبراءة أو بالإدانة لذلك فإن الحكم يعتبر الطريق العادي لانقضاء الدعوى العمومية، وما لم يحز هذا الحكم

(1) - فاتح بن خالد، المرجع السابق، ص 267.

(2) - القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(3) - أنظر المادة 31 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(4) - أنظر المادة 58 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(5) - أنظر المادة 341 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

(6) - أنظر المادة 309 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(7) - أنظر المادة 310 فقرة 03 من قانون المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

(8) - أنظر المادة 314 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

على قوة الشيء المقضي فيه فإن خيار المصالحة يبقى قائما، فإذا حصلت المصالحة فإن الدعوى العمومية تسقط،⁽¹⁾ أما إذا لم تحصل المصالحة فإن الحكم يكون قابل للطعن في ه ضمن الإجراءات الآجال القانونية التي سوف نبينها أدناه.

2 -الطعن في الحكم الصادر عن جريمة الإشهار الإلكتروني الخادع :

يكون الحكم الصادر في الدعوى العمومية قابلا للطعن بالنقض ضمن الآجال القانونية ووفقا لأحد الأوجه التي أوردها المشرع الجزائري في المادة 500 من قانون الإجراءات الجزائية، ولقد منح القانون مهلة 08 أيام كأجل للطعن بالنقض أمام المحكمة العليا.⁽²⁾

وهذه الأوجه التي ذكرها المشرع وردت على سبيل الحصر وتتعلق بمعالجة وتصحيح الأخطاء والعيوب القانونية ولا علاقة لها بالأخطاء المادية أو الموضوعية، فلا يصح أن يبنى الطعن بالنقض على جدل موضوعي أي متعلق بوقائع الدعوى أو بتقدير الأدلة أو بتصوير الواقعة فتقدير ذلك كله من اختصاصات محكمة الموضوع.⁽³⁾

حيث جاء في المادة 500 من قانون الإجراءات الجزائية⁽⁴⁾ ما يلي " لا يجوز أن يبنى الطعن بالنقض إلا على الأوجه الآتية:

- 1 -عدم الاختصاص.
- 2 -تجاوز السلطة.
- 3 -مخالفة قواعد جوهرية في الإجراءات.
- 4 -انعدام أو قصور الأسباب.
- 5 -إغفال الفصل في وجه الطلب أو في أحد طلبات النيابة العامة.

(1) - تعتبر المصالحة طريق غير عادي لانقضاء الدعوى العمومية.

(2) - إيمان دناقير ، المرجع السابق، ص 55.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - الأمر رقم 66-155 الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري ، المعدل والمتمم، المصدر السابق.

6 -تناقض القرارات الصادرة من جهات قضائية مختلفة في آخر درجة أو التناقض فيما قضى به الحكم نفسه أو القرار.

7 -مخالفة القانون أو الخطأ في تطبيقه.

8 -انعدام الأساس القانوني

ويجوز للمحكمة العليا أن تثير من تلقاء نفسها الأوجه السابقة الذكر " .

وما يفهم من هذه المادة أن هذه الأوجه المذكورة على سبيل الحصر تعتبر من النظام العام ما دام للمحكمة العليا الحق في إثارتها من تلقاء نفسها.

كما تجدر الإشارة إلى أن حصر هذه الأوجه وتحديدها يقلص من حظوظ المتهم في نقض الحكم والظعن فيه، وذلك يمثل ترجيح لكفة المستهلك صاحب المركز الضعيف وحماية له بعد تضرره من جريمة الإشهار الالكتروني الخادع.

وبانتهاء آجال الظعن أو استنفاد طرق الظعن، يصبح الحكم حائز لقوة الشيء المقضي به و من ثم يصبح الحكم واجب التطبيق.

خلاصة الفصل الثاني :

من خلال القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فقد جرم المشرع الجزائري الممارسات التجارية غير النزيهة، ومن ضمن هذه الممارسات، الإشهار التجاري غير المشروع من خلال نص المادة 28 من هذا القانون، ويدخل في ذلك الإشهار الالكتروني الخادع، حيث أن هذه الجريمة تقوم على توافر أركانها الثلاث وهي الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي، ولتوفير حماية أكثر للمستهلك فإن المسؤولية الجزائية تقوم على الشخص الطبيعي أو على الشخص المعنوي متى ارتكب هذا الشخص جريمة الإشهار الالكتروني الخادع، كما تطبق أحكام جريمة الغش، وأيضا تطبق أحكام جريمة النصب والاحتيال وأيضا تطبق أحكام جريمة الخداع على الإشهار الالكتروني الخادع متى توافرت شروطها وأركانها حسب القواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري.

إلا أن الملاحظ في هذا الشأن وجود قصور تشريعي ما فتح المجال لسلطة القاضي في تكييف الجرائم، الأمر الذي يحتم إعادة النظر في النصوص القانونية الواردة في قانون العقوبات حيث يصبح دور القاضي فيها سلبيا وذلك من أجل توفير حماية أكثر للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع. كما أن المشرع الجزائري وبقصد توضيح الجانب الإجرائي من أجل توفير الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع وضع من خلال القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية مجموعة من الأحكام الإجرائية والتي حدد فيها الأشخاص المكلفون بالمعاينة والتحقيق وتحرير محاضر المخالفات في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع.

كما أن المشرع الجزائري حدد كيفية المتابعة الجزائية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع من خلال طريقين، يتمثل الطريق الأول في الطريق الودي (المصالحة)، ثم الطريق القضائي والمتمثل في تحريك الدعوى العمومية وإجراءات التقاضي.

ومن خلال الأحكام الموضوعية والإجرائية التي وضعها المشرع الجزائري قصد توفير الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع، إلا أنها تبقى حماية غير كافية لعدة أسباب وهذا ما تم استنتاجه من نتائج سنوضحها في الخاتمة.

حاشية

من خلال دراستنا لهذا الموضوع، فيمكن الإجابة على إشكالية البحث، بأن النصوص القانونية التي سنها المشرع الجزائري غير كافية لحماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع.

أما النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراسة هذا الموضوع:

1- محدودية تعامل المشرع الجزائري مع مشكلة الإشهار الالكتروني الخادع من خلال نصوص متفرقة بين القانون المدني وقانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية، وقانون الإجراءات المدنية والإدارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون الممارسات التجارية... الخ، وهو ما يثبت قصور المشرع الجزائري في توفير الحماية اللازمة للمستهلك من الإشهارات في ظل التطور الذي عرفته تقنيات وأساليب الإشهار.

2- سكوت المشرع وعدم تعرضه للحماية الالكترونية للمستهلك هو تقصير يجب تداركه خاصة مع الثورة الالكترونية التي يشهدها العالم اليوم وتنوع أساليب المعاملات المالية والتجارية الأمر الذي سيجعل من الصعوبة مواكبة ظاهرة الإشهار غير المشروع واقتران ذلك بالوسائل الالكترونية الحديثة والمتطورة.

3- تعرض المشرع الجزائري لموضوع خيار العدول في نصوص قليلة ومتفرقة وأحال ضبط أحكامه على التنظيم، أي أن المشرع لم يكلف نفسه عناء تنظيمها بإجراءات وأشكال قانونية وليست تنظيمية تضمن الحماية المدنية اللازمة للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع، ولأنه لا يزال إلى غاية الآن البحث عن السبل السليمة لتوفير الحماية القانونية للمستهلك في مواجهة الإشهارات التجارية الالكترونية الخادعة والتي تهدد سلامة وصحة المستهلك يمكن أن نقدم توصيات في هذا الشأن:

1- ضرورة تدخل المشرع الجزائري بشكل أكثر جدية لمواكبة التطورات الجارية في مجال حماية المستهلك، وذلك بوضع حد لهذا القصور التشريعي، وذلك من خلال الإسراع في إصدار قانون كامل ومستقل وخاص بحماية المستهلك، ينظم المعاملات التجارية والعقود الالكترونية، ويكون هذا القانون ملزم وشامل لكافة اهتمامات المستهلك بما فيه حمايته من الإشهارات الالكترونية الخادعة.

2- الاستعانة بلجنة خاصة في مجال المعاملات التجارية في البرلمان من أجل سن هذا القانون وبالتالي توحيد النصوص القانونية في تشريع واحد يكون أكثر ردعا للممارسات التجارية غير النزيهة، وأن يتضمن هذا القانون خيار العدول بشكل دقيق وواضح، وذلك لضمان أكثر حماية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع، ويمكن الاستعانة بالبحوث الأكاديمية المتخصصة والاجتهادات الفقهية في مجال التجارة الالكترونية وحتى بالخبرات الأجنبية في هذا الشأن من أجل سن هذا القانون.

3- يجب على المشرع الجزائري وبصفة مستعجلة إجراء تعديل للمادتين 429 و 430 من قانون العقوبات، وذلك نظرا لوجود قصور في توفير الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهارات الالكترونية الخادعة، كون أن جريمة الخداع بصياغتها الحالية في هذا القانون لا تنطبق على الخدمات أو العقارات وهذه موضوعات هامة للإشهار في وقتنا الحالي.

4- إلغاء إجراء المصالحة كونه يحول دون ردع المجرم الذي ثبت تورطه في ارتكاب جريمة الإشهار الالكتروني الخادع بعقوبة جزائية من خلال حكم يتم تسجيله في شهادة السوابق العدلية وهذا للتقليل من هذه الجريمة، مع الإبقاء على ظرف التشديد المتمثل في حالة العود ورفع العقوبة في هذه الحالة إلى حد المنع من ممارسة التجارة نهائيا، وذلك لتوفير حماية أكثر للمستهلك من الإشهارات التجارية الالكترونية الخادعة من خلال تشديد العقوبات على كل من يقوم بممارسات تجارية غير نزيهة وإدراج عقوبة سالبة للحرية كجزاء على ذلك.

5- القصور التشريعي فتح المجال لسلطة القاضي في تكييف الجرائم، الأمر الذي يحتم إعادة النظر في النصوص القانونية، حيث يصبح دور القاضي فيها سلبي، وذلك من أجل توفير حماية أكثر للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع.

6- خلق فضاءات إلكترونية متطورة وذلك من أجل تكوين وتأهيل الأعوان المكلفين بالمعينة والتحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع هذا من جهة، ومن جهة أخرى وضع برامج تكوينية خاصة بالقضاة في المجال الالكتروني، الأمر الذي سيضمن تأهيلهم للإحاطة بكل الوسائل المتطورة التي يمكن للمعلن استخدامها لخداع المستهلك.

7- تكثيف الجهود من أجل خلق مؤسسات خاصة بمراقبة الإشهارات الالكترونية تضم الأعدوان الاقتصاديين وممثلين عن المستهلكين من أجل أخلقة الإشهارات التجارية بما يتماشى مع تحقيق المصالح الشخصية والعامه.

8- الاعتماد على التخصص والخبرة والنزاهة في إنشاء جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية، وذلك من أجل التوعية بثقافة المستهلك، حتى لا يقع المستهلك في فخ الإشهارات التجارية الالكترونية الخادعة وهذا يوفر حماية أكثر للمستهلك.

ومن خلال هذه النتائج والتوصيات المتوصل إليها، وباستخدام مفهوم المخالفة يمكن طرح التساؤل التالي : هل جميع الآليات والأجهزة التي وضعها المشرع الجزائري كافية لفرض المنافسة النزيهة بين الأعدوان الاقتصاديين في ممارساتهم التجارية؟.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

أولاً: النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1- الأوامر:

1- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر العدد 71، الصادر بتاريخ 10 نوفمبر 2004.

2- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر العدد 71، الصادر بتاريخ 10 نوفمبر 2004.

3- الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الجزائري، المعدل والمتمم ج ر العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975.

4- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر العدد 43، الصادر في 20 يونيو 2003، المعدل والمتمم.

2- القوانين:

1-2 القوانين العضوية:

1 - القانون رقم 12-05 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام، ج ر العدد 02، الصادر بتاريخ 15 جانفي 2012.

2-2 القوانين العادية:

1 - القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج ر العدد 11، الصادر بتاريخ 19 فيفري 2017 .

- 2 - القانون رقم 97-17 المؤرخ في 1997 المتعلق بحماية الملكية الصناعية، ج ر العدد 02، الصادر في 08 جانفي 1997.
- 3- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر العدد 41، الصادر في 24 يونيو 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج.ر العدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.
- 4- القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر العدد 71، الصادر في 10 نوفمبر 2004، المعدل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية الجزائري.
- 5- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر العدد 71 ، الصادر في 10 نوفمبر 2004 ، المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري.
- 6- القانون 05-10 المؤرخ في 20/06/2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر العدد 44 ، الصادر في 20/06/2005.
- 7- القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج ر العدد 84، الصادر في 24 ديسمبر 2006.
- 8- القانون 08-09 المؤرخ في 25/02/2008 ، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر العدد 21، الصادر في 23/04/2008.
- 9- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر العدد 15، الصادر في 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 مايو 2018، ج.ر العدد 35، الصادر في 13 يونيو 2018 .
- 10- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر العدد 28، الصادر في 16 مايو 2018.

ب - النصوص التنظيمية:

- 1 - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر العدد 05، الصادر سنة 1990، المعدل والمتمم.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر العدد 40، الصادر بتاريخ 19/09/1990.
- 3 - المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21/02/2002 المتضمن صلاحيات وزير التجارة، ج ر العدد 85، الصادر في 22/12/2002.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المتعلق بشروط مراقبة متابعة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، ج ر العدد 80، الصادر في 11/12/2005.
- 5- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المتضمن الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58، الصادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
- 6- المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، ج ر العدد 10، الصادر بتاريخ 13 ماي 2015.

* المراجع:

ثانيا : المؤلفات (الكتب)

- 1- إبراهيم البنداري، الانترنت، المكونات والخدمات، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1999.
- 2- إبراهيم خالد ممدوح، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2008.
- 3- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال ، جرائم التزوير، ج2، دار هومة ، الجزائر، ط8، 2008.

- 4- أحمد الزقرد السعيد، الحماية المدنية من الدعاية الإشهارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2007.
- 5- أنور مُحمَّد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائرية عن الجرائم الاقتصادية (دراسة تحليلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية وغيرها)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د ط، 2006.
- 6- بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وآثره على المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2011.
- 7- بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وآثره على المستهلك، دراسة قانونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، د ط، 2011.
- 8- بشير عباس العلاق، الاتصالات التسويقية الالكترونية، مدخل تحليلي تطبيقي مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط1، 2005.
- 9- بشير عباس علاق، مُحمَّد علي رابعة، الترويج والإعلان التجاري، أسس نظريات، تطبيقات (مدخل متكامل)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د.ط، 2007.
- 10- توفيق حسن فرح، الوجيز في عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1988.
- 11- جعفر الفضيلي، الوجيز في العقود المدنية، البيع، الإيجار، المقاول، دراسة على ضوء التطور القانوني مغررة بالقرارات القضائية، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط3، 2014.
- 12- حسين الجندي، الجندي في شرح قانون القمع التدليس والغش، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط3، 2000.
- 13- رباح غسان، قانون حماية المستهلك الجديد (المبادئ، الوسائل والملاحقة مع دراسة القانونية)، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط2، 2011.
- 14- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2009.

- 15- سعيد مُجَّد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الانترنت، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007.
- 16- السيد بهنسي، ابتكار الأفكار الإعلانية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 2007.
- 17- طارق طه، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2006.
- 18- طارق عبد العال، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 2003.
- 19- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دار الثقافة، الأردن، ط1، 2000.
- 20- عبد الحميد الديسطي عبد المجيد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون، مصر، د.ط، 2010.
- 21- عبد الفضيل مُجَّد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات (من الوجهة القانونية)، مكتبة الجلاء، الجديدة، المنصورة، مصر، ط1، 1991.
- 22- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، د.ط، 2001.
- 23- علي بوليحة بن بوخيمس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، د.ط، 2000.
- 24- عمر مُجَّد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، مصر، د.ط، 2004.
- 25- مُجَّد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، مصر، د.ط، 1986.
- 26- مُجَّد الصغير بعللي، الوجيز في المنازعات الإدارية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، الجزائر، د.ط، 2002.
- 27- مُجَّد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط1، 2006.

- 28- مُجَّد بوراس، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات، دراسة تأصيلية للإشهار التجاري، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2014.
- 29- مُجَّد حسن قاسم، عقد البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1999.
- 30- مُجَّد حسين منصور، أحكام البيع التقليدي والالكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر، مصر، ط1، 2006.
- 31- مُجَّد سعيد نمور، أصول الإجراءات الجزائية (أصول المحاكمات الجزائية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2005.
- 32- مُجَّد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط20، 2002.
- 33- مُجَّد عبد الشافي إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، د.ط، 1999.
- 34- مُجَّد كامل مرسي باشا، شرح القانون المدني (عقود المسماة)، منشأة المصاريف الإسكندرية، مصر، ط1، 2006.
- 35- منى ابو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر، د.ط، 2013.
- 36- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، د.ط، 2006.

ثالثا: المقالات:

- 1 - بلقاسم حامدي، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمضل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، العدد 09، 2016.
- 2- حفيظة عبايد فريجة، الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد كآلية لحماية المستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد03، العدد 02، 2018.

- 3- زاهية حورية يوسف، تجريم الغش كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 01، 2007.
- 4- الطيب ولد عمر، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 08، 2009.
- 5- علاوة هوام، الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة، مجلة الحقوق والحريات، جامعة الحاج لخضر، باتنة 01 العدد 04، 2017.
- 6- علي بوليحة بن بوخميس، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، الجزء 39، 2005.
- 7- علي حساني، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، العدد 11، 2011.
- 8- مُجد شرايرية، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، العدد 14، 16 مارس 2017.
- 9- واعمر جبالي، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2006.
- 10- نسيمه درار، المستهلك الرقمي وعدم راهنية القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايه، مجلة الفقه والقانون، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 20، 2014.
- 11- يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، المجلد ب، العدد 32، 2009.

رابعاً: الرسائل والمذكرات:

أ- أطروحات الدكتوراه

1 - سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في الحقوق، قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، 2017/2016.

2- السعيد حداد، الحماية القانونية في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه دولة، جامعة البليدة، سعد دحلب، 2000.

3- علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2014/2013.

4- فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013/2012.

5- محمد بوراس، الإشهار عن المنتجات والخدمات، دراسة قانونية، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012/2011.

ب- رسائل الماجستير:

1 - إسماعيل قطاف، العقود الالكترونية وحماية المستهلك ، رسالة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006/2005.

2- انتصار بوزكري، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني، رسالة الماجستير، كلية الحقوق بجامعة الباز02، سطيف، 2013.

3- إيمان بوزيدي، ضمانات المشتري في عقد البيع الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون الدولي للأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.

4- حبيبة كالم، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة الجزائر، 2005.

- 5- خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، ماجستير قانون أعمال، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2006.
- 6- ربيعة فنوشوي، الإعلان عبر الانترنت، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة يوسف بن خدة 2005.
- 7- فاتح بن خالد، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، 2014/2015.
- 8- مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير في القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2010/2011.
- 9- مُجَّد عماد الدين عياض، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2006/2007.
- 10- مريم بلغيشي، الحماية الجنائية للإشهار، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2001/2002.
- 11- نوال شعباني (حنين) ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012/2013.
- 12- نوال ملاك، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012/2013.

ج- مذكرات الماجستير:

- 1 - أحلام قرنة، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018/2017.
- 2- أميرة صديقي، فلة رميساء طالب، حماية المستهلك من الإشهار التجاري التضليلي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، د.س.ط.
- 3- إيمان دناقير، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012.
- 4- جميلة أمجقان، مياسة عميار، قمع الاشهار المضلل كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015/2014.
- 5- حليلة بن شعاعة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012.
- 6- حنان بن عتسو، علجية بوشيبا ن، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، 2018/2017.
- 7- عون زهية، غانية ع محاج ، أثر الاشهار الالكتروني على سلوك المستهلك النهائي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2015/2014

8- لخضر دايجة، حق المستهلك في العدول، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2018/2017.

خامسا: المؤتمرات والملتقيات العلمية:

1 - زوبر حمادي، مداخلة " دعوى المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات المميزة"، أعمال الملتقى الوطني، المنافسة وحماية المستهلك، بجاية، قاعة المحاضرات، أبو دار، يومي، 17 و 18 نوفمبر 2009.

2- فتيحة خالدي، الحماية الجنائية في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الله ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر
	الإهداء
	قائمة المختصرات
أ-ح	مقدمة
8	المبحث التمهيدي : الإطار القانوني للإشهار الالكتروني في التشريع الجزائري.
8	المطلب الأول : مفهوم الإشهار الالكتروني الخادع
8	الفرع الأول : تعريف الإشهار الالكتروني.
9	الفرع الثاني : أشكال وأساليب نشر الإشهار الالكتروني.
9	أولا : أشكال الإشهار الالكتروني.
9	أ- الشريط الإشهاري
10	ب- إشهارات الفواصل
10	ج- إشهارات الرعاية
10	د- إشهارات المرتبطة
11	هـ- النسخ الإشهاري
11	و- الإشهارات المفاجئة
11	1- إشهارات البداية المفاجئة.
11	2- إشهارات النهاية المفاجئة.
11	ثانيا : أساليب نشر الإشهار الالكتروني .
12	أ- الإشهار من خلال الموقع الالكتروني
12	ب- الإشهار من خلال البريد الالكتروني
12	ج- الإشهار من خلال مجموعات الأخبار

13	د- الإشهار من خلال بروتوكولات نقل الملفات
13	هـ- الإشهار من خلال مجموعات النقاش
14	و- الإشهار من خلال المحادثة (chat)
14	1- الرعاية
14	2- التدخل في المحادثة
15	الفرع الثالث : تعريف الإشهار الالكتروني الخادع
17	أولا : المقصود بالكذب في الإشهار
18	ثانيا : تقدير الكذب في الإشهار
19	أ- المعيار الشخصي
19	ب- المعيار الموضوعي
20	المطلب الثاني : عناصر الإشهار الإلكتروني الخادع وصوره
20	الفرع الأول : عناصر الإشهار الالكتروني الخادع
20	أولا : العنصر المادي
20	أ- أن يكون هناك إشهار
21	ب- أن يكون الإشهار خادعا أو بطبيعته يرفع إلى الغلط
21	ج- أن يقع على عناصر محددة
21	ثانيا : العنصر المعنوي
22	الفرع الثاني : صور الإشهار الالكتروني الخادع
23	أولا : الإشهار الالكتروني المؤدي إلى التضليل
23	أ- التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة
23	1 طبيعة المنتج

23	2 أصل أو منشأ المنتج
24	3 تاريخ الصنع
24	4 مكونات المنتج
24	5 نوع أو صنف المنتج
24	ب- التضييل بشأن الكمية
25	ج- التضييل بشأن وفرة المنتج
25	د- التضييل بشأن مميزات المنتج
25	ثانيا : الإشهار الالكتروني المؤدي إلى الخلط أو اللبس
26	ثالثا : الإشهار الالكتروني المضخم
29	الفصل الأول : الحماية المدنية والإدارة للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري.
31	المبحث الأول : الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
31	المطلب الأول : الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية والعقدية.
31	الفرع الأول : الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية التقصيرية .
33	أولا : أساس المسؤولية التقصيرية عن عيوب المنتجات
34	ثانيا : حالات سقوط شرط الإعفاء من المسؤولية التقصيرية
35	الفرع الثاني : الحماية المدنية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع على أساس المسؤولية العقدية
35	أولا : طلب التنفيذ العيني للعقد
36	ثانيا : طلب ابطال العقد (دعوى الغلط والتدليس)

36	أ- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في الغلط
37	ب- المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك في التدليس
38	ثالثا : طلب التعويض
40	رابعا : دعوى ضمان العيوب الخفية
40	أ- تعريف العيب الخفي .
41	ب- شروط العيب الخفي .
41	1- أن يكون العيب قديما
41	2- أن يكون العيب خفيا
41	3- أن لا يكون المستهلك عالما بالعيب
41	4- أن يكون العيب جسيما
44	المطلب الثاني : حق المستهلك في العدول والجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع.
44	الفرع الأول : حق المستهلك في العدول
45	أولا : تعريف الحق في العدول وفقا للتشريع الجزائري
46	أ- خصائص الحق في العدول
47	ب- العقود التي يرد عليها الحق في العدول
48	ثانيا : مضمون الحق في العدول
48	أ- مبررات ممارسة الحق في العدول
49	ب- شروط إعمال الحق في العدول
49	1 نطاق حق العدول من حيث الأشخاص
49	2- نطاق تطبيق حق العدول من حيث العقود

50	ثالثا- كيفية ممارسة الحق في العدول وأثاره
50	أ - كيفية ممارسة الحق في العدول
51	ب- آثار ممارسة الحق في العدول
51	1- رد الثمن للمستهلك
52	2- انقضاء العقد الذي تم الرجوع فيه
52	3- التزام المستهلك برد السلعة
52	4- التزام المستهلك بدفع أعباء رد السلعة
55	الفرع الثاني : الجهة القضائية المختصة بالفصل في الدعاوى الرامية إلى حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
55	أولا : الاختصاص النوعي
56	ثانيا : الاختصاص المحلي
59	المبحث الثاني : الحماية الإدارية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
59	المطلب الأول : دور المصالح الإدارية في حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
60	الفرع الأول : دور وزارة التجارة والمصالح اللامركزية التابعة لها في حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
61	الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
63	الفرع الثالث : دور سلطة الضبط في حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
64	المطلب الثاني : التدابير والعقوبات الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع .

64	الفرع الأول : التدابير الإدارية من أجل حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
65	أولا : دعاوى القضاء الإداري
66	ثانيا : الإجراءات التحفظية
66	أ- الحجز العيني
67	ب- الحجز الاعتباري
68	الفرع الثاني : فرض العقوبات الإدارية لحماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
68	أولا الغلق الإداري
69	ثانيا : المصادرة ونشر القرارات
69	أ- المصادرة
70	ب- نشر القرارات
72	خلاصة الفصل الأول
74	الفصل الثاني : الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري
75	المبحث الأول : الأحكام الموضوعية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
75	المطلب الأول : جريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع
75	الفرع الأول : التعريف بجريمة الإشهار التجاري الالكتروني الخادع
76	أولا : الركن الشرعي
77	ثانيا : الركن المادي
78	ثالثا : الركن المعنوي

78	الفرع الثاني : المسؤولية الجزائية للأشخاص في الإشهار الالكتروني الخادع أو المضلل والعقوبات المقررة لها
79	أولا : المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي (المنتج، المحترف، المستورد)
79	أ- مسؤولية المنتج
79	ب- مسؤولية المحترف
80	ج- مسؤولية المستورد
81	ثانيا : المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي
82	أ- ارتكاب الجريمة من أحد الأجهزة أو الممثل القانوني للشخص المعنوي
82	ب- ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي
82	ثالثا : العقوبات الجزائية المقررة لجريمة الإشهار الالكتروني الخادع .
83	أ -العقوبات الجزائية المقررة للشخص الطبيعي
83	1- العقوبات الأصلية
85	2- العقوبات التكميلية
86	ب- العقوبات الجزائية المقررة للشخص المعنوي
87	المطلب الثاني : جرائم الغش والنصب والخداع المترتبة على الإشهار الالكتروني الخادع
88	الفرع الأول : الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجريمة الغش
88	أولا : تطبيق أحكام جريمة الغش على الإشهار الالكتروني الخادع
89	ثانيا : الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون غشا
89	أ- الركن المادي
90	ب- الركن المعنوي

91	الفرع الثاني الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجريمة النصب والاحتيال
91	أولا : تطبيق أحكام جريمة النصب والاحتيال على الإشهار الالكتروني الخادع
91	ثانيا : الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون نصبا
92	أ- الركن المادي
92	1- استعمال وسائل الاحتيال
92	2- الاستيلاء على مال الغير
93	3- العلاقة السببية بين الوسائل الاحتيالية والاستيلاء على مال الغير
93	ب- الركن المعنوي
94	الفرع الثالث : الحماية الجزائية للمستهلك وفقا للقواعد العامة لجريمة الخداع
95	أولا : تطبيق أحكام جريمة الخداع على الإشهار الالكتروني الخادع
95	ثانيا : الأركان الواجب توافرها في الإشهار الالكتروني حتى يكون خداعا
95	أ- الركن المادي
96	1- فعل الخداع
96	2- محل الخداع
96	3- وسائل الخداع
97	ب الركن المعنوي
99	المبحث الثاني : الأحكام الإجرائية للحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع
99	المطلب الأول : الأحكام الإجرائية طبقا لقانون الممارسات التجارية 04-02
99	الفرع الأول : الأشخاص المكلفون بمعاينة جرائم الإشهار الالكتروني الخادع

100	أولا : ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائئية
101	ثانيا : المستخدمون المنتمون للإدارة المكلفة بالتجارة
101	أ- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلف بالتجارة
101	ب- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في صنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض
102	ثالثا : الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية
102	الفرع الثاني : التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع
103	أولا : دخول الأماكن الموجود فيها المنتجات والمستندات
103	أ- دخول الأماكن الموجود فيها المنتجات
103	ب- فحص المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية
104	ثانيا: الحجز
104	أ- الحجز العيني
105	ب- الحجز الاعتباري
105	ثالثا : تحرير محاضر المخالفات
106	المطلب الثاني : المتابعة الجزائية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع
106	الفرع الأول : الطريق الودي (المصالحة)
106	أولا : شروط إجراء المصالحة
108	أ-الشروط الموضوعية لإجراء المصالحة
108	1-بالنسبة لمرتكب المخالفة

109	2- بالنسبة للإدارة المكلفة بمنح المصالحة
109	ب- الشروط الإجرائية لإجراء المصالحة
109	1- اقتراح المصالحة
109	2- قرار السلطة المختصة بالموافقة على المصالحة
109	ثانيا : آثار المصالحة
110	أ- انقضاء الدعوى العمومية
110	ب- أثر التثبيت
111	الفرع الثاني : الطريق القضائي
111	أولا : تحريك الدعوى العمومية في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع
111	أ- تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة
112	ب- تحريك الدعوى العمومية من طرف المستهلك (الطرف المتضرر)
112	ج- تحريك الدعوى العمومية من طرف جمعيات حماية المستهلك
113	ثانيا : مباشرة التحقيق في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع
114	أ- الطلب الافتتاحي لإجراء التحقيق في جرائم الإشهار الخادع
114	ب- تلقي الشكوى المصحوبة بإدعاء مدني في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع
115	ثالثا : المحاكمة في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع
116	أ- السلطة المختصة بالفصل في جرائم الإشهار الالكتروني الخادع
116	ب- الحكم في الدعوى العمومية والظعن في الحكم الصادر
116	1- الحكم في الدعوى العمومية في جريمة الإشهار الالكتروني الخادع
117	2- الظعن في الحكم الصادر عن جريمة الإشهار الالكتروني الخادع
119	خلاصة الفصل الثاني
121	خاتمة

فهرس المحتويات حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني الخادع في التشريع الجزائري

125	قائمة المصادر والمراجع
137	فهرس المحتويات
	ملخص

ملخص:

يعد الإشهار التجاري الالكتروني من الوسائل التي يستخدمها الأعوان الاقتصاديون في استقطاب عدد كبير من المستهلكين، لمختلف سلعهم و منتجاتهم و خدماتهم و في كثير من الأحيان يلجأ هؤلاء لتوجيه الإشهار التجاري الالكتروني و تزويره حتى يكون مضللاً لاختيار و إرادة المستهلكين، فتدخل المشرع الجزائري لضبط هذا النشاط و اعتباره غير نزيه بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية و هذا ما ركزت عليه هذه الدراسة من خلال إبراز أوجه الحماية التي حولها المشرع الجزائري للمستهلك من حماية مدنية و إدارية و جنائية، لكن هذه الحماية تبقى غير كافية.

الكلمات المفتاحية: الإشهار الالكتروني الخادع، حماية المستهلك، الممارسات التجارية غير النزيهة.

Résumé :

La publicité commerciale électronique est considérée comme l'un des moyens utilisé par les agents économistes pour attirer un grand nombre de consommateurs, pour leurs divers marchandises, produits et services. Parfois, ces agents recourent à la publicité commerciale électronique et l'orientent et la falsifient pour induire en erreur le choix et la volonté des consommateurs. A cet effet, le législateur algérien est intervenu pour contrôler cette activité la considérant déloyale conformément à la loi 04-02 sur les pratiques commerciales, et ceci sur quoi cette étude s'est concentrée, en mettant en évidence les différents types de protection accordés par le législateur algérien au consommateur quelle soit protection civile, administrative ou pénale. Mais cette protection reste insuffisante.