



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة باتنة 1



كلية الحقوق والعلوم السياسية
مجلة الباحث للدراسات الأكademie
مجلة دولية محكمة نصف سنوية

ELBAHITH for Academic Studies Biannual Peer Reviewed International Journal

الترقيم الدولي الإلكتروني:
EISSN: 2588-2368

الترقيم الدولي:
ISSN: 2352-975X

موقع مجلة الباحث للدراسات الأكademie على منصة المجلات العلمية الجزائرية ASJP

<http://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/86>

إفادة بالنشر

يشهد السيد رئيس تحرير "مجلة الباحث للدراسات الأكademie"، الصادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة باتنة 1، ذات الترقيم الدولي ISSN: 2352-975X والترقيم الدولي الإلكتروني: EISSN: 2588-2368

بأن الباحث(ة): عماره عماره - جامعة المسيلة.

قد أودع بتاريخ: 10/02/2024، مقالاً موسوماً بـ: "الحماية الجزائرية لحق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري".

وقد تم نشره بعد التحكيم والمراجعة وورود تقارير الخبرة الإيجابية؛ بتاريخ: 21/05/2024.

في المجلد: 11، العدد: 02 (العدد التسلسلي: 29) - جوان 2024

ويمكن الاطلاع على المقال من خلال الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/86>

باتنة في: 2024/07/03



ملاحظة: سلمت هذه الشهادة بطلب من المعنى(ة) لاستخدامها وفق ما يسمح به القانون.

هاتف/فاكس: +213 33 25 84 22

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://elbahith.univ-batna.dz>

البريد الإلكتروني: revue.elbahith@univ-batna.dz

الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام في القانون الجزائري *Penal Protection of the Consumer's Right of Informing in Algerian Law*

تاريخ القبول: 2024/05/21

تاريخ الإرسال: 2024/02/10

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

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

Abstract:

Legislation currently seeks to establish legal rules to protect the consumer, especially with technological development and the spread of electronic commerce, which has increased the demand for various products and services that are very important in human life. On this basis, the seller should inform the consumer and introduces him to the product and commodity. Also, he should explain the most important characteristics and features, as well as the materials that are included in its composition. This makes the consumer aware of the product to be purchased. One of the most important rights that the law tried to protect is the consumer's right

عمراء عماره . Amara AMARA

جامعة المسيلة

University of Msila

مختبر الدراسات والبحوث في القانون والأسرة
والتنمية الإدارية

Amara.amara@univ-msila.dz

ملخص:

يسعى التشريع في الوقت الحالي إلى البحث على إرساء قواعد قانونية من أجل حماية المستهلك، خاصة في إطار التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية على نطاق واسع، مما جعل الطلب يتزايد على مختلف المنتجات والخدمات الأكثر أهمية في حياة الإنسان، وعلى هذا الأساس يتطلب

consumer and introduces him to the product and commodity. Also, he should explain the most important characteristics and features, as well as the materials that are included in its composition. This makes the consumer aware of the product to be purchased. One of the most important rights that the law tried to protect is the consumer's right

* المؤلف المراسل.

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

and the growth of electronic commerce.

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

مقدمة:

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

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



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

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

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

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

المحور الأول: مفهوم حق المستهلك في الإعلام والعقوبات الأصلية لانتهاكه

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

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



المحور الأول: مفهوم حق المستهلك في الإعلام والعقوبات الأصلية لاتهامه

تتعدد الجرائم التي تقع على حق المستهلك في الإعلام عدة صور تقابلها جزاءات مختلفة، وقبل التفصيل في تلك الجرائم بحسب مفهوم حق المستهلك في الإعلام سواء من الناحية الفقهية أو القانونية على النحو التالي:

أولاً: مفهوم حق المستهلك في الإعلام

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

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

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

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

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

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



المستهلك، بطرق مرتئية ومقروءة وصعب محوها، تتضمن التعريف التام بالمنتج ودليل الاستخدام.

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

ثانياً: العقوبات الأصلية لاتهاب حق المستهلك في الإعلام

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

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

وإنطلاقاً من ذلك إذا حدث إخلالاً بما نصت عليه المادة 17 و 18 من القانون المتعلق بحماية المستهلك يكون عرضة للعقوبة الجزائية كل من لم يلتزم بكافة التفاصيل المتعلقة بوسم المنتج وفي هذا الإطار نصت المادة 78 من نفس القانون السالف الذكر على عقوبة مالية تتمثل في الغرامة والتي تتراوح بين مائة ألف دينار

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

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

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

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

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



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

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

كما تشدد العقوبة في الحالة التي يعمد فيها المنتج أو البائع إلى تضليل المتعاقد، بحيث يعمد إلى اتخاذ وسائل من شأنها تغليطه في عمليات تحليل جزئيات المنتوج، أو معرفة بدقة كياته وحجمه الحقيقي المطابق لتلك التعليمات المتعلقة بإناته، أو كأن يقوم المنتج أو البائع بترويج المنتوج عن طريق التدليس بمختلف طرقه، سواء عن طريق الإعلانات التضليلية أو أي وسائل أخرى يكون الهدف منها طمس الحقيقة وفق ما نصت عليه المادة 69 من القانون المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتم والمتابق لل المادة 430 من قانون العقوبات.

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

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

نهاية أو مؤقتة، والقيام باتفاق كل الرموز والرسومات والعلامات المتعلقة بالمنتج محل المخالفة.

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

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

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

وإذا ألحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها عاهة مرضية أو عجز عن أداء عمله، فيتعرض مرتكب الغش وكل من روج لهذه السلع خاصة بالبيع مع علمه بعدم مطابقتها للمواصفات أو أنها تحتوي على عيوب تتعلق بتأثيرها المباشر على صحة المستهلك بعقوبة الحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات، مع الحكم عليه بغرامة مقدرة بـ 500.000 إلى 1000,000 دج.



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

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

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

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

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

وإنطلاقاً من ذلك، يمكن اعتبار الإشهار من بين وسائل إعلام المستهلك قصد الترويج للخدمات أو المنتجات⁽¹⁷⁾، ويكون الغرض من هذا الإشهار تحقيق الربح مما يجعله إعلاناً تجاريًا بالضرورة⁽¹⁸⁾.

وإذا ما حدث هذا الإشهار غير المشروع فيكون صاحبه معرض لعقوبة الغرامة من خمسين ألف دينار (50,000 دج) إلى خمسة ملايين ديناراً (500,000 دج) وهذا حسب نص المادة 38 من قانون 04-02 السابق.

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

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



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

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

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

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

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

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

المotor الثاني: العقوبات التكميلية لانتهاك حق المستهلك في الإعلام

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

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

نص على عقوبتين تكميليتين على النحو التالي:

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



القانون يمكن الحكم بمصادر مختلفة ملحوظة محل المخالفات. وتبعاً لذلك يمكن لإدارة أملاك الدولة أن تقوم بعملية بيع السلع الممحوza حجزاً عيناً وفقاً ما حدده القانون. وفي حالة ما إذا كان الحجز اعتبارياً فالمصادر هنا تكون منصبة على قيمة السلع والم蠔ad الممحوza سواءً كله أو جزءاً منها، ويتتطلب على ذلك أن تتجه مبالغ بيع السلع الممحوza إلى رصيـd الخزينة العمومية مما يشكل مداخيل إضافية ومكاسب هامة، ويلاحظ على هذا النص أن المصادر تخضع للسلطة التقديرية وليسـt إلزامية.

2- نشر الحكم: يعد هذا الإجراء من بين العقوبات التي تمس مركز وسمعة التاجر لما لها من انعكاسات سلبية على نشاطه وتحذير العملاء والزبائن من تصرفاته، مما يؤدي إلى فقدـهم وزعزعة الثقة لديـهم كما تعد هذه العقوبة بمثابة تحذيراً وتنبيهاً للباقي التجار.

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

ثانياً: العقوبات التكميلية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك

نص القانون المتعلق بحماية المستهلك على عقوبة المصادر فقط دون أن يتطرق إلى مسألة نشر الحكم وذلك وفق نصـt المادة 82 منه، على أنه إضافة إلى تلك العقوبات المنصوص عليها في قانوناً خاصـة المواد من 68 إلى 73 والمادة 78 يتمـ الحكم بمصادرـة السلـع وكلـ الوسائل ذاتـ الصلةـ بـارتكـابـ مـخـالـفـاتـ والـجـارـمـ التـيـ نـصـ عليهـ القانونـ المـتعلـقـ بـحـماـيةـ المـسـتـهـلـكـ، وـتـجـدرـ الاـشـارـةـ أـنـ المـصـارـدـ كـإـجـراءـ

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

ثالثا: الجزاءات الإدارية لمواجهة اتهام حق المستهلك في الإعلام

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

1- غلق المحلات التجارية: يعتبر غلق المحلات التجارية من بين أهم التدابير فعالية وردية لكل مخالف للإجراءات الramية إلى حماية المستهلك من كل أشكال الغش والخداع، وفي هذا الإطار نصت على هذا الإجراء المادة 46 من القانون 06-06 المعدل والمتمم للقانون المتعلق بحماية المستهلك، بحيث يمكن للوالى الذى تقع فى المجال الإقليمي لولايته المخالفات المتنبكة لخالق حقوق المستهلك أن يقوم بتطبيق عقوبات إدارية تتمثل في غلق المحلات التجارية أو الأماكن المعدة لهذه الأنشطة لمدة لا تتجاوز ستون يوما وهذا بناء على قرار، ويتم ذلك في حالة عدم احترام وتجاوز الأحكام المتعلقة الخاصة بالمارسات الجارحة ويكون تكرار نفس الأفعال ضرر لتشديد العقوبة في حالة العود⁽²⁴⁾.

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

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



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

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

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

التجارة الإلكترونية

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

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

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

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

أولا: المعاملات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

تمارس القواعد المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وفي إطار القوانين والتشريعات المنظمة لهذا النشاط وفق ما نصت عليه المادة الثالثة من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، غير أن القانون استثنى بعض المعاملات نظرا لخصوصيتها وتنظيمها وفق قوانين خاصة، بحيث كل نشاط يتم عن طريق الوسائل الإلكترونية ويتعلق على وجه الخصوص بألعاب القمار والمراهنات وكل الأنشطة التي تتعلق بالحظ والعبارات في الحال المخصصة لذلك، كما أخرج من دائرة المعاملات الإلكترونية كل العقود المنصبة على بيع واقتناء الخمور والمشروبات الروحية وكل المواد المتعلقة بالتبع.

كما أخرج من دائرة المعاملات الإلكترونية كل المنتجات المتعلقة بالأدوية والعلاج، ومنها على وجه الخصوص المواد الصيدلانية، يضاف إلى ذلك كل المنتجات المتعلقة بالمال المنوي كالم حقوق المتعلق بالمؤلف وما يتصل بها من ملكية فكرية أو صناعية أو كان يتعلق بالعلامة التجارية، وكذا الرسم والنموذج التجاريين.

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



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

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

ثانيا: العقوبات المقررة لانتهاك الحق في الإعلام

1- حق المستهلك في الإعلام: يعتبر حق المستهلك في الإعلام من أهم الحقوق المكرسة قانونا لما له من أهمية ودور فعال في تنويره بطبيعة السلع التي يريد الحصول عليها خاصة من خلال الخدمات الرقمية، بحيث نصت المادة 11 من قانون 18-05 في إطار العقد الإلكتروني أن تكون العروض الخاصة بالتجارة الإلكترونية من طرف المورد واضحة وسهلة يمكن معرفتها والوصول لتفاصيلها، بكتابات وعبارات واضحة ومقروءة ومن السهل فهم تفاصيلها حتى يتمكن المستهلك من أخذ رؤية واضحة وعلم بتفاصيل المنتوج من حيث الخصائص والمنشأ والتركيب، وكل ما له علاقة بالسلع. كما نصت المادة 12 من نفس القانون على وضع مختلف الشروط المتعلقة بالعقد في متناول المستهلك الإلكتروني، حتى يكون عالما بالبيع علما كافيا تجعله يقدم على اقتناءها انطلاقا من تلك الخصائص والمميزات التي يريدها وتلبي حاجاته وتطلعاته، وأن لا يفاجأ بخدمة لا يرغب فيها أو مخالفة لما تم الاتفاق عليه باعتبار أن العقد الذي يبرمه يكون عن بعد، وأن الحق في الإعلام يكون بناء على ما يقدمه المورد، خاصة إذا كان من الصعب الوصول إلى مختلف التعليلات التي تخص السلعة.

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



بالسلع والخدمات بصفة دقيقة ومحفظة، على نحو يمكن المستهلك منأخذ نظرة شاملة لها، مع تكينه من معرفة كيفية تكينه من السلع المراد اقتناها والشروط المتعلقة بالتوسيل، وضمان ذلك ووصولها إليه في حالة جيدة مع السرعة في اتمام إجراءات التسليم، ونظراً لكون هذه السلعة قد تكون معرضة لخطر قبل وصولها إلى المستهلك فقد يتطلب الأمر وضع شروط تتعلق بالضمان في حالة الاتلاف، أو توفير خدمات ما بعد البيع في حالة أي عطل أو خلل يصيب المنتوج ويكون ذلك في مدة معقولة تتناسب وجودة المنتوج.

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

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

1.000.000 دج

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



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

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

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

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

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

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

وقد نصت المادة 46 و 47 من نفس القانون السابق الذكر على قيمة مبلغ غرامة الصلح، والذي يكون في حدود الحد الأدنى من أصل قيمة الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون، وإذا قبل المورد الإلكتروني الصلح في مقابل الغرامة تقوم الهيئة المختصة بإجراء تخفيض يقدر بـ 10 في المائة، ويتم تبليغ المورد الإلكتروني المخالف خلال مدة في حدود سبعة أيام يكون سريانها من تاريخ تحرير محضر الأمر بالدفع مع الاشعار بالاستلام، مع تضمينه كل المعلومات المتعلقة بالمورد وكل ما يتعلق بالمخالفات قيد الصلح، وكذا تحديد بدقة الطريقة التي يتم بواسطتها الدفع، وفي حالة عدم الالتزام بدفع الغرامة محل الصلح وعدم الامتثال للقوانين المحددة لإجراءات الصلح في مدة خمسة وأربعين يوماً يوضع المحضر بين أيدي السلطات القضائية التي ينعقد لها الاختصاص.

خاتمة:

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



- إن الجهود التشريعية في هذا الإطار حاولت قدر الامكان إيقاف كل أشكال الاعتداءات من طرف المخالفين وجعلهم عبرة للتجار الآخرين، خاصة تلك الإجراءات المتعلقة بنشر الحكم أو القرار مما يتيح للبقية الإطلاع عليه، وإقرار عقوبات جزائية شديدة، غير أن هذا لم يمنع من حدوث مخالفات تتعلق بحماية المستهلك لذلك يجب توحيد الجهود بين مختلف الأطياف وتوسيعه المستهلك بحقوقه أكثر خاصة بالتبليغ على مختلف المخالفات.
- نظراً للأهمية التي أولتها التشريعات ومنها التشريع الجزائري لحماية المستهلك خاصة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية، مما ساعد على ظهور ما يعرف بالمستهلك الإلكتروني، فقد وجدت واستحدثت آليات من خلال القوانين السابقة الذكر لتنظيم هذا النوع من الاستهلاك وحماية المستهلك على وجه الخصوص وضمان عدم تعرضه للغبن والغش، من خلال تبيان حقه في معرفة السلع والخدمات التي يقتنيها، وهذا ما يعبر عليه بحق المستهلك في الإعلام والإحاطة بتفاصيل السلع والخدمات التي يود الحصول عليها.
- سعت النصوص القانونية إلى ضبط حدود الإشهار والترويج للسلع والخدمات خاصة في ظل التطور التكنولوجي والرقمي، الشيء الذي أدى إلى صعوبة معرفة حدود حق المستهلك في الإعلام ومعرفة المتوج ومكوناته وخصائصه، وهو ما كان محل تفصيل النصوص القانونية المتعلقة بالمستهلك وحماية حقوقه.
- يهدف المشرع إلى تكثيف الرقابة على مختلف المعاملات الإلكترونية ومعرفة مصدر السلع وخصائصها لدى المستهلك.
- مكن القانون المستهلك خاصة الإلكتروني من معرفة حقوقه وكذا التزاماته مما يجنب وقوعه ضحية غش أو تدليس، خاصة بفقدان ماله أو اقتنائه سلعاً لا تتوافق مع متطلباته.

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

ورغم هذه الجهود يبقى العمل متواصلاً لإيجاد آليات أكثر فعالية:

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

- رقمنة مختلف السلع والخدمات وإلزام منتجيها بضرورة التصريح بكل تفاصيلها من خلال الوسم في موقع خاصة لهذا الغرض.

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

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

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



خوف الواقع ضحية الغش والخداع والتسلل، وهذه الجهد تتمثل استراتيجية الدولة لاتهاب الرقمنة، والعمل على تفعيل وتشريع المعاملات الإلكترونية.

المواضيع والمراجع:

- (1)- الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني المعالج والمتم بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007.
- (2)- خالد مدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية - دراسة مقارنة- دار الفكر الجامعي مصر 2007، ص 14.
- (3)- محمد حسين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1982، ص 57.
- (4)- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009 وقد عدل هذا القانون بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، جريدة رسمية عدد 35، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.
- (5)- حسن عبد الباسط جعوي، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر 1996، ص 16.
- (6)- أمانج حيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد- دراسة تحليلية مقارنة - الطبعة الأولى، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان 2010، ص 68.
- (7)- الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك - دراسة تحليلية مقارنة - دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية مصر 2015، ص 115.
- (8)- القانون العضوي رقم 05-12، المؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 2، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012.
- (9)- القانون العضوي رقم 14-23، المؤرخ في 27 غشت 2023 يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 56، الصادرة بتاريخ 29 غشت 2023.
- (10)- المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، جريدة رسمية عدد 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
- (11)- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعالج والمتم.
- (12)- القانون رقم 06-23، المؤرخ في 20 ديسمبر سنة 2006 يعدل ويتتم قانون العقوبات، جريدة رسمية عدد 84، الصادرة بتاريخ 24 ديسمبر 2006.
- (13)- آمنة صامت، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليل، دار الريم للنشر والتوزيع، الجزائر 2015، ص 89.
- (14)- الأمر رقم 06-03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات التجارية، جريدة رسمية 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- (15)- راجع المادة 433 من القانون رقم 06-23 السابق.

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