



جامعة باتنة 1
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



جرائم إعلام المستهلك

-دراسة مقارنة-الجزائر، مصر، فرنسا

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية
تخصص: قانون جنائي

إشراف الدكتورة
بن بوعبد الله نورة

من إعداد الطالبة الباحثة
العائبي سعيدة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الاصلية	الصفة
زرارة لخضر	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 1	رئيسا
بن بوعبد الله نورة	أستاذ محاضر	جامعة باتنة 1	مشرفا ومقررا
بن بوعزيز آسية	أستاذ محاضر	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
بوقرة العمريّة	أستاذ محاضر	جامعة المسيلة	عضوا مناقشا
نسيغة فيصل	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة	عضوا مناقشا
العطراوي كمال	أستاذ محاضر	المركز الجامعي بريكة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر وعرافان

أسجل شكري وعرفاني لأستاذي الفاضل قصير على الذي تكرم
بقبول الاشراف على اطروحتي، فشارك معي انجاز هذا العمل
من بدايته الى هذه اللحظة وانا طريقي بالإرشادات
والتوجيهات القيمة، ولم يبخل عليّ قط بوقته ونصائحه
السيدة

كما لا يفوتني في هذا المقام ان اتقدم بخالص الشكر الجزيل
والتقدير الى اساتذتي الاجلاء جميعا،
واخص بالذكر اعضاء اللجنة الموقرة، وكل من كان لي عونا
ونبراسا في طريق البحث والتعلم

سعيدة العايبي

إهداء

إلى نوري في الدنيا وشفاعتي في الآخرة أُمي
الحبيبة

إلى روح أبي الطاهرة
إلى من أخذ بيدي في الصعاب
عائلة العائبي وعائلة خليل
إلى من...

أخذ بيدي وتحمل معي عناء إنجاز هذا البحث زوجي الغالي
إلى

قرتي العين ونبض القلب والروح
ابنتي سدرة المنتهى وإينال

سعيدة العائبي

قائمة المختصرات

الجزء	ج
جريدة رسمية عدد	ج.ر عدد
صفحة	ص
الطبعة	ط
المجلد	م
عدد	ع
القانون المدني الجزائري	ق.م.ج
القانون المدني المصري	ق.م.م
قانون الاجراءات المدنية والادارية	ق.ا.م والادارية
قانون العقوبات الجزائري	ق.ع.ج
قانون الاجراءات الجزائية الجزائري	ق.ا.ج.ج
Article	Art
Cour d'appel	C.A.
Arrêts de la chambre criminelle de la cour de cassation	Cass.Crim
Dalloz	D
Libraire général de droit et de jurisprudence	L.G.D.J.
Page	P
Bulletin des arrêts de la cour de cassation chambres criminelle	Bull.crim
chambre criminelle de la cour de cassation	Crim
Revue	Rev
Tome	T
Tribunal de grande instance	TGI
Numéro	N
Opéré et loco citatis	Op cite
Gazette de Palais	Gaz.Pal
édition	Ed
Code civil	C.Civ
Code de la consommation	C.Consom
Journal Officiel de L'Algérie	J.O.A

مقدمة

إن المتطلبات التي يبحث عنها المستهلك لإشباع حاجاته اليومية، وذلك سواء الأساسية أو الضرورية منها أو حتى الكمالية، قد تقود إلى البحث عن أفضل الخيارات الموجودة أو المتاحة من أجل تحقيق هذا الإشباع، وهو ما قد تتداخل معه الصعوبة الأكيدة فيما يخص تحديد هذا الأفضل، وذلك إما لجهل هذا المستهلك بالطريقة التي يجب اتباعه إياها لتحديد خياره أصلاً، أو لعدم معرفته بالمعايير الصحيحة اللازم مراعاتها بعد تحديده لهذه الخيارات، ومن هنا برزت الفكرة القائمة على توجيهه فيما يتعلق بأحد الأمرين لتفصيل ما تمتاز به أي من الخيارات المطروحة من مزايا معينة قد تمثل أهم ما ينبغي أن يركز عليه أو ما يهمله فعلاً في الوسيلة المبتغاة لإشباع حاجاته المعتادة من سعر أو منشأ أو كمية أو عدد إلى غير ذلك من المزايا الأخرى، ولقد وجد المنتجون والتجار وحتى أصحاب المهن الخدمية في الإعلان عما يقدمونه طريقاً لاستخدام هذه الفكرة بشكلها الأمثل، بحيث أصبح الإعلان لديهم لغة يتوصلون بها إلى مخاطبة عقل المستهلك قبل استدرار أمواله على منتجاتهم وخدماتهم من خلال بيانه لما تتضمنه هذه المنتجات والخدمات من مزايا، وما يمكن أن يحققه المستهلك من كسب، حتى وإن كان معنوياً، عند اقتنائه لأي منها.

ولهذا أصبح محلاً للخداع أو الكذب الإعلاني بسبب استغلال البعض لمواصفات معينة في المنتج ويدعون كذباً توافرها فيه.

ويعد موضوع الخداع والكذب الإعلاني من الموضوعات التي حظيت -ولا تزال- باهتمام كبير سواء في أوساط المحاكم التي تنظر في القضايا المتعلقة به، أو في الدراسات والبحوث النظرية والتطبيقية التي أجريت بالخارج.

إن هناك العديد من القضايا التي عرضت على المحاكم الدول محل المقارنة وهو ما سيتم إيضاحه في بحثنا هذا، قد اعتبر فيها الإعلان موضع النزاع خادعاً بسبب انطباق واحد أو أكثر من المعايير التي أطلق عليها معايير الخداع الإعلاني، منها احتواء الإعلان على معلومات وغير صادقة، واتصاف الإعلان بأنه صادق في جزء منه وغير الإعلان على بيانات ومعلومات غير كافية واحتواء إمكانية البرهان الموضوعي على عدم صحة الإعلان ولكنه يعطي وعوداً من الصعب تحقيقها.

فإذا ثبت أن إعلانها ما خادع، يتم توقيع عقاب على المعلن والذي قد يأخذ شكل تعويض المعلن إليه (المستهلك) عما يكون قد أصابه من ضرر نتيجة لمثل هذا الإعلان و/ أو إلزام المعلن بالقيام بما يطلق عليه الإعلان التصحيحي وهذا كوسيلة من وسائل حماية المستهلك من الخداع الإعلاني.

من جهة أخرى، فقد خصص لهذا الموضوع عدد كبير من الدراسات والبحوث الأكاديمية والتطبيقي، لما له من أهمية؛ ليس فقط للمستهلكين، وإنما أيضًا لكل من المهتمين بحماية المستهلك كهيئات حماية المستهلكين، والهيئات الحكومية المختصة مثل جهاز حماية المستهلك في مصر، ووكالات الإعلان والمعلنين أنفسهم.

قد اتخذت تلك الدراسات والبحوث عدة اتجاهات مثل: محاولة التوصل إلى تعريف دقيق وواضح للخداع الإعلاني وكيفية إدراك المستهلكين له وكذا كيفية قياس هذا النوع من الخداع وما يرتبط بعملية القياس هذه من معايير يمكن على أساسها تحديد ما إذا كان إعلان ما خادعًا أم لا، وأوجه العلاج اللازمة لتصحيح ما ترتب على الإعلان الخادع من نتائج ضارة.

على الرغم من ذلك، فلم يحظ هذا الموضوع بنفس القدر من الاهتمام من قبل الكتاب والباحثين في الدول العربية. فباستثناء بعض ما ورد في بعض الكتب العربية من نقد يوجه للإعلان مثل "أن معظم الإعلانات تحتوي على ادعاءات مبالغ فيها وفي بعض الأحيان على معلومات كاذبة ومضللة" وما تطرق إليه عدد من الدراسات التي أجريت في مجال الإعلان في هذه الدول - العربية - والتي أشارت بشكل أو آخر إلى بعض الجوانب المتعلقة بهذا الموضوع مثل: اعتقاد المستهلكين بعدم صدق أغلب الإعلانات وتجاهل الشركات والمؤسسات لحقوق ومصالح المستهلكين كتزويدهم ببيانات مضللة عن السلع موضوع الإعلان والصعوبة التي يواجهها المستهلكون في التفرقة بين الحقيقة والخيال في الإعلان واعتقاد غالبيتهم بأن الإعلانات ليست سوى ادعاءات كاذبة فانه يمكن القول بأن الجهود التي وجهت إلى موضوع الخداع الإعلاني كمجال مستقل للدراسة والبحث محدودة للغاية.

إذا كان الإعلان هو العرض المغربي لأي شيء قابل للتعامل القانوني، لقاء أجر معلوم، بواسطة أي وسيلة من وسائل الإعلان، بقصد تقبل هذا الشيء بشرائه أو استعماله أو استغلاله أو ممارسته، فإن ما يقوم عليه عمومه والتجاري منه بوجه خاص وهو كل إخبار تجاري غايته إيصال العلم والمعرفة حول منتج أو خدمة ما، عن طريق إظهار محاسنها ومزاياها على نحو

يؤدي إلى خلق تقبلٍ جيد من قبل الجمهور ينعكس إيجابياً على المنتجات والخدمات بزيادة الإقبال عليها دون قصر الإخبار على وسيلة إعلانية معينة، يتمثل بالرغبة في الوصول إلى قناعة المستهلك بها، بحيث يصل المُعلن أو التاجر إلى زيادة عدد المُقبلين والمفتنين لمحل إعلانه إلى أكبر نسبة ممكنة، وهو جُل ما يرومه من إعلانه، وبما يجعله إعلاناً مميزاً ومختلفاً بطريقة محاكاته ومخاطبته لجمهور المستهلكين عن بقية الإعلانات الأخرى التي تتناول الموضوع المُعلن عنه نفسه، وبالتالي فقد يلجأ المُعلن إلى إتباع كافة الوسائل والأساليب التي تقود إلى هذا الخلق من الإبداع، والتي منها، وبطبيعة الحال، استخدام الألفاظ أو الصور بطريقة تُبرز بشكلٍ واضحٍ ما يريد المُعلن إيصاله للمستهلكين من مزايا موجودةٍ فعلاً في هذا الموضوع، بحيث تبقى هذه الألفاظ أو الصور عالقةً في أذهانهم وبما يضمن شد انتباههم إليه واقتناعهم به.

ولكن وحيث أن صحة هذه الغاية من الإعلان توجب، ومن ناحية أخرى، صحة هذه الوسائل والأساليب المعتمدة لتحقيقها، ولا يجوز مطلقاً اتباع ما كان غير مشروعٍ منها بحجة مشروعية غايتها، وبالتالي فمن المنطقي أن يكون مرفوضاً كل ما من شأنه تحقيق ذلك، كالكذب والخداع والغش مثلاً في مضمون الإعلان التجاري، وذلك لما يؤديه من أثرٍ سلبيٍّ على إرادة المتلقي مما يفضي إلى أعباء رضاه تبعاً لذلك.

أهمية البحث:

يُعدُّ الإعلام عن السلع والخدمات من أهم ما يميز المعاملات التجارية وأخطرها في نفس الوقت فيترتب عليها نشوء تصرفات قانونية وغير قانونية قد تؤدي إلى انحدار المجتمعات اقتصادياً واجتماعياً وأخلاقياً، فالدراسة في موضوع جرائم إعلام المستهلك لها أهمية علمية وعملية:

الأهمية العملية: تتمحور الأهمية العملية للدراسة في كون المؤسسات الاقتصادية والتجارية تلقي مزيداً من الاهتمام بالمعاملات التجارية في العصر الحديث، وإنَّ ذلك عنصر محوري من عناصر الانفتاح الاقتصادي، وذلك ما أدى إلى نشوء مسؤولية كبيرة على المشرعين في استصدار التشريعات التي تنظم تلك المعاملات في مقدمتها حماية المستهلك فيما يخص إعلامه بالبيانات الصحية الخاصة بالمنتج والخدمات، فإننا من خلال هذا البحث نسعى إلى تطوير النظم القانونية بواسطة إعلام المشرع بما يستجد من تشريعات جديدة تتعلق بهذا الموضوع في الدول العربية والأوروبية.

الأهمية العلمية: تتمحور الأهمية العلمية لهذا البحث في كونه يتعلق بموضوع هام وعصري، تفنقر إليه المكتبة القانونية وهو ما يرمي إلى إثرائها، ومساعدة الباحثين والدارسين بمحتوى بحث علمي قانوني جنائي يُعتمد عليه في العلوم الإنسانية.

أهداف البحث:

ان الهدف من وراء تقديم هذا البحث هو معرفة جرائم اعلام المستهلك محل الدراسة وهذا من خلال تحديد النصوص العقوبات العامة والنصوص الخاصة الا اننا نشهد من الكثير من التجاوزات من قبل المتدخلين ما يسبب الضرر الكبير على حياة واموال الاشخاص، وكانت رغبتنا من وراء ذلك التقيد في هذا المجال بما جاء من نصوص في القانون الجزائري والاجتهاد القضائي الفرنسي والمصري باعتبار ان العمل القاضي يشكل مصدرا في تفسير النصوص خاصة ان الحاجة تدعو الى ذلك بسبب ان النصوص الجزائية تتميز بالصرامة والدقة.

وتهدف هذه الدراسة كذلك للإثراء المكتبة القانونية في مجال دراسة الحماية الجزائية للمستهلك من هذه الجرائم خاصة في ظل التعديلات التي مست الاحكام الموضوعية المتعلقة بموضوع الدراسة في قانون العقوبات الجزائري و صدور النصوص القانونية الحديثة ذات الصلة بحماية المستهلك مثل القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أسباب اختيار موضوع البحث:

ترجع الأسباب الرئيسية لاختيار موضوع البحث؛ لكونه يتعلق بأهم مبادئ وأسس التعاملات التجارية التي تعتمد عليها المجتمعات في الوقت الراهن، ألا وهي حماية المستهلك، فالمستهلك هو حجر الزاوية والدعامة الأساسية التي يرتكز عليه النظام الرأسمالي الحالي، وأنّه من الضروري إيجاد حلول جديدة ومتجددة من شأنها أن تحافظ على المركز القانوني للمستهلك في مواجهة التجار والمنتجين المدلسين والذين يستخدمون طرق غير مشروعة في ممارسة النشاطات التجارية.

لقد جاء اختيارنا لهذا الموضوع في إطار الإعداد لنيل شهادة الدكتوراه، فمن حيث الإطار العام له مواصلة للتخصص في هذا المجال من الدراسات القانونية العليا، ومواصلة لرسالة الماجستير التي تحمل:

عنوان: "الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام"، أما عن موضوع رسالة الدكتوراه لما لاحظته من نقص في البحوث القانونية حول موضوع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الاعلام ونظرا لتعددتها لم نتطرق لكل الجرائم وانما اخترنا جريمتين واحدة الزامية (جريمة مخالفة الوسم) واخرى اختيارية (جريمة الاشهار المضلل) في قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09، بالإضافة لما له من أهمية كبيرة خاصة للمستهلك الذي يقدم على شراء المنتجات، فأتناء شرائه يقع المستهلك ضحية لجهله بالمنتجات المقتنيات وكذا الاهتمام الكبير التي توليه الدولة لهذا الموضوع عن طريق الوزارة المختصة المتمثلة في وزارة التجارة في الآونة الأخيرة، فالالتزام بالإعلام يحقق للمستهلك حماية من حيث سلامة جسمه، وكذا حماية لقدرة الشرائية.

كما أن جريمة الوسم والاشهار المضلل لا يحقق حماية للمستهلك فقط، بل تمتد هذه الحماية حتى للمدخلين الملزمين بمنتجاتهم، وفي وجود حالة من المنافسة غير المشروعة لهم، مما يسمح بتطبيق قواعد المنافسة النزيهة على مستوى الساحة التجارية. ومنه حماية اقتصاد الدولة.

الدراسات السابقة:

رغم أهمية الموضوع وارتباطه بالحياة الاقتصادية الا انه لم يحظ بالأهمية اللازمة فالدراسات في الجزائر تكاد تكون منعدمة رغم مرور مدة كبيرة على صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

اما في ظل القانون 03/09 لسنة 2009 الذي عدل بموجب القانون 09/18، فإننا نجد بعض الاطروحات الجامعية التي تعالج موضوع جرائم اعلام المستهلك ونجد بعضها ركز على جريمة واحدة والبعض الاخر على معظم الجرائم بدراسة غير مفصلة تفصيل دقيق وكلها تركز على التشريع الجزائري فقط مع المقارنة في بعض الاحيان بالتشريع الفرنسي اما دراستنا التي ركزت على دراسة جريمتين من هاته الجرائم مع وجه مقارنة بالتشريعات الفرنسي والمصري والجزائري وهذا ما كان ناقص في الدراسات السابقة الاخرى ومنها:

زواري عبد القادر، الحماية الجزائية للمستهلك في القانون الجزائري، اطروحة دكتوراه تخصص قانون خاص، 2016/2015، لقد ركز الباحث في دراسته على الجانب الاجزائي فقط. قادة شهيدة، الحماية الاجرائية للمستهلك، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، 2009/2008، ركزت على الحماية الجزائية للمستهلك فقط.

حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009م، درست الباحثة في أطروحتها الالتزام بالإعلام في العقود .

وقد خلت كل الدراسات السابقة من دراسة موضوع جرائم اعلام المستهلك بالتفصيل إلا ماجاء سهوا أو مكمل لموضوع معين وهذا ماخص دراستنا لهذا الموضوع على عكس الدراسات السابقة.

إشكالية البحث:

تتضح معالم الإشكالية البحثية التي نحن بصددتها في الإجابة على السؤال المركزي للبحث ألا وهو:

إلى أي مدى وفق المشرع -المصري، الفرنسي، الجزائري- للتصدي لجرائم اعلام المستهلك؟ على أن يتفرع من ذلك السؤال أسئلة أخرى فرعية في مقدمتها:

ما هي الحماية الجنائية الموضوعية لجرائم إعلام المستهلك؟

إلى أي مدى وقفت النظم القانونية الحماية الجنائية الإجرائية لجرائم إعلام المستهلك؟

مناهج البحث:

تقتضي الطبيعة العلمية لهذا البحث إلى أن نعتمد على منهجين للبحث العلمي وهما:

المنهج المقارن - و لقد اتبعنا المنهج التحليلي حيث قمنا بجمع المعلومات من مختلف المصادر والمراجع من نصوص وأحكام قضائية وأراء فقهية وقمنا تحليلها وقدمنا الاستنتاجات بشأنها.

المنهج المقارن: تأسيسا لطبيعة الدراسة، والمتمثلة في الدراسة المقارنة بين التشريع

الفرنسي والمصري والجزائري، للوقوف على مدى فعالية التشريع الجزائري فيما يتعلق بتوفير حماية كافية للمستهلك، من حيث النظام القانوني له والحماية المقررة، مما يسهل علينا مقارنة نجاعة التشريع الجزائري بالتشريع الفرنسي والمصري، والوقوف على نظرة كلا من المشرع الجزائري مع المشرع الفرنسي والمصري في إرساء منظومة قانونية في مجال للالتزام بحق اعلام المستهلك، لتحديد أوجه التشابه والاختلاف.

المنهج التحليلي: لقد اتبعنا المنهج التحليلي حيث قمنا بجمع المعلومات من مختلف المصادر والمراجع من نصوص وأحكام قضائية وأراء فقهية وقمنا تحليلها وقدمنا الاستنتاجات بشأنها.

صعوبات البحث:

أي باحث علمي تعترضه الصعوبات التي تختلف من باحث لآخر حسب طبيعة الموضوع محل البحث، ومن الصعوبات التي واجهتني لإعداد هذا البحث هي:

- الموضوع محل البحث يتجاذبه أكثر من قانون، الشيء الذي يتطلب جهدا ووقتا كثيرا لتجميع القوانين والمراسيم التنفيذية لكل قانون والقرارات المختلفة.
- سعة الموضوع وتشعبه إذ يعتبر موضوع جرائم أعلام المستهلك من المواضيع الشائكة.
- موضوع جرائم إعلام المستهلك من المواضيع المعاصرة، الذي لا يزال يشغل بال المشرعين والفقهاء والباحثين بدليل التعديلات التشريعية المتجددة والمستمرة إلى يومنا هذا.

- قلة المراجع محل الدراسة بالمكتبات الوطنية مما إقتضى السفر خارج الوطن وجمع المادة العلمية من الكتب الفرنسية والمصرية وإستعمال الوسيلة الإلكترونية في مجال البحث.

خطة البحث:

قمنا بجمع المعلومات من مختلف المصادر والمراجع وقمنا بتحليلها ورصدنا بشأنها النتائج لنتوصل في الاخير إلى وضع اقتراحات ولدراسة الموضوع اتبعنا الخطة التالية:

فقد تناولنا في الباب الأول: الحماية الجنائية الموضوعية لجرائم إعلام المستهلك وارتأينا تقسيمه إلى الإشهار المضل (الفصل الأول) وقمنا ببيان تعريفاته ومفهومه ومجالاته ثم تناولنا جريمة الوسم بالشرح (الفصل الثاني) مع بيان مفهومها والتنظيم القانوني لها في الدول محل المقارنة.

أما الباب الثاني ارتأينا فيه دراسة: القواعد الإجرائية لمكافحة جرائم إعلام المستهلك، فتناولنا في (الفصل الأول) شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة خلالها، ثم تناولنا المحاكمة وطرق الطعن فيها (الفصل الثاني).

الباب الأول
الحماية الجزائية الموضوعية لحق
المستهلك في الإعلام

تمهيد وتقسيم:

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نموًا غير مسبوق في حجم التجارة المحلية والدولية، ومن ثمَّ زيادة عظيمة في حركة رءوس الأموال بين مختلف الدول، وذلك في ظلِّ سيطرة اقتصاد السوق ونمو ظاهرة العولمة وتسارع وتيرة التطوُّر التكنولوجي. وقد أدى ذلك إلى إحداث تغيير جذري في مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية، ما دفع بالمشرِّع الدولي والوطني إلى ابتكار أطر وآليات قانونية جديدة لمواكبة هذه التغيرات بهدف المواءمة مع متطلبات تحقيق النمو للأفراد والمجتمع، وتشجيع المنافسة الحرّة وكذلك جذب الاستثمارات.

وفي هذا الإطار، فقد ظهرت حاجة ماسة لحماية الأطراف المنخرطة في حركة التجارة المحلية والدولية من خلال التركيز على تطوير قوانين اقتصادية حمائية تكون مرتكزًا لعملية تنمية شاملة، وذلك بالنظر لما تلعبه هذه القوانين من دور في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأيِّ مجتمع متقدم أو نامٍ، أو حتى أقلِّ نموًّا؛ لأنَّه لا يمكن الآن لأية دولة أن تقوم بعملية إصلاح اقتصادي شاملة، دون وضع أو تعزيز أطر قانونية معينة تتلاءم والحاجات الاقتصادية المحلية والدولية، وهذا بدوره ينعكس على التنمية واقتصاد الدولة، خاصة في ظلِّ التطورات والتغيرات الكثيرة التي يشهدها العالم اليوم. ولعلَّ من أبرز الأطراف التي تحتاج للحماية القانونية في ظلِّ هذه التطورات الطرف الذي يُعتبر الأضعف في هذه الحلقة وهو المستهلك، وعليه كانت حماية المستهلك هاجس القانونيين حول العالم باعتبارها العنصر الرئيسي الذي تقوم عليه حركة التجارة والسوق في وقتنا الحالي، ومن هنا تضافرت الجهود الدولية والإقليمية والوطنية لوضع الأطر الدولية والقوانين الحمائية للمستهلك باعتبار حقوقه واحدة من أهم حقوق الإنسان.

ويمكن القول بأنَّه ومنذ أكثر من ستين عامًا، أقرَّ "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" مجموعة كبيرة من الحقوق الإنسانية التي يجب أن يتمتع بها كلُّ إنسان دون تمييز، ومن بينها الحقوق الاقتصادية التي يكفلها "العهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية" وغيره من مواثيق حقوق الإنسان الدولية والإقليمية الملزمة قانونًا. ولا تكاد توجد دولة في العالم ليست طرفًا في واحدة على الأقل من المواثيق الملزمة قانونًا التي تكفل هذه الحقوق، ومن بينها: الحق في الحصول على أعلى مستوى يمكن بلوغه للصحة البدنية والعقلية، بما في ذلك الحق في التمتع بظروف معيشة صحية، والحق في الحصول على خدمات صحية ملائمة ومقبولة وذات مستوى؛ علاوة على الحق في الحصول على مأوى ملائم، إضافة إلى الحق في الحصول على الغذاء،

بما في ذلك الحق في الحصول في كلّ الأوقات على غذاء ملائم أو على سبل الحصول عليه؛ والحق في الحصول على المياه، ويعني الحق في الحصول على ما يكفي من المياه والمرافق الصحية، على أن تكون متاحة وميسرة (مادياً واقتصادياً) وأمنة.

هذا ويقع على الحكومات واجب احترام هذه الحقوق وحمايتها، كما يتوجب على الحكومات إعطاء الأولوية للفئات الأشدّ ضعفاً عند تخصيص الموارد، كما ينصّ "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" على وجود التزامات في مجال حقوق الإنسان تقع على عاتق "جميع أفراد المجتمع وهيئاته" ومن ضمن ذلك الشركات التي لها دور يتضاعف على المستوى العالمي في أعمال حقوق الإنسان أو إهدارها. من هنا فإنّ الحق في "العيش الكريم" يتعلق في الأساس الأول بمقومات الحياة اليومية بالتكامل مع الحقّ في الحصول على السلع والخدمات، ومن يحصل على هذه السلع والخدمات هو بحدّ ذاته المستهلك، والمستهلك -في هذا الإطار- إنسان يتمتع بحقوق من الواجب حمايتها. (1)

وإذا كان الأمر كذلك وبهذه الخطورة فإنّ الباحث رأى دراسة الحماية الجنائية الموضوعية لجرائم إعلام المستهلك عبر فصلين يتناول الفصل الأول: جريمة الإشهار المضلل، أمّا فيما يخصّ الفصل الثاني: جريمة الوسم في التشريع الفرنسي والجزائري والمصري.

(1) الشلتاوي محمد عبد الله، المسؤولية الجنائية في الإعلان التجاري، مجلة الشرطة، الإمارات 1998م، ص33

الفصل الأول

جريمة الإشهار المضلل

لحق المستهلك في الإلام

الفصل الأول: جريمة الإشهار المضلل

لا تهدف الحدود المفروضة على الابتكار الإشهاري إلى حماية أصحاب الحقوق المنافسة فقط، حيث إنّه قد اتسع نطاقها لتنظيم الرسالة الإشهارية وذلك لأسباب من النظام العام، وتجد مصدرها في نصوص قانونية وطنية مثل قانون الإعلام، ومن خلال دفاتر الشروط الخاصة بكلّ سند إشهاري، هذا إلى جانب النصوص العامة المتعلقة بتعميم استعمال اللغة الوطنية وأحكام قانون العقوبات، ومراقبة مدى احترام هذه الحدود التي تُمارس من قبل الهيئات المختصة كالمجلس الأعلى للإعلام⁽¹⁾، إلى جانب القضاء الذي يسهر على تطبيق القوانين، وكذلك القانون الدولي للممارسات الصادقة والأمانة في مجال الإشهار والذي وضعته غرفة التجارة الدولية والذي يتضمن تنظيم محكم لشكل ومحتوى وطرق بث الرسائل الإشهارية⁽²⁾.

وإلى جانب ذلك نجد بعض القوانين الجزائرية الخاصة التي تنظم إشهار بعض السلع والخدمات، وفي كلّ مرة يمكننا الرجوع إلى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999م.

لقد تجلّت رغبة المشرع الفرنسي في حماية المستهلك في إصداره بتاريخ 1978م قانون رقم 22-87 ويتعلق بالإعلام المستهلك وحمايته في مجال المنتجات والخدمات وبعض النصوص الأخرى التي دعت بشكلٍ أو بآخر هذه الحماية سواء بتعديل القوانين السابقة أو بوضع أحكام وقواعد جديدة في مجال حماية المستهلك. والمشرع الجزائري مثله مثل التشريعات المختلفة الأخرى اتضح له أنّ المستهلك يحتاج إلى حماية خاصة تكمل الحماية التي تقررها القواعد العامة في نظرية العقد وفي المسؤولية المدنية، ومن ثمّ رأى من الضروري اللجوء إلى وسائل قانونية خاصة تجسد هذه الحماية، فقام بإصدار القانون 02-89 المؤرخ في 7 فبراير 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي يُعدُّ الركيزة الأساسية واللبنة الأولى في إقرار صرح هذه الحماية، وأصدر بعده عدة مراسم تنفيذية.

هذا ولقد مكثت هذه القوانين تجري موازنة بين المنافسة من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى، حيث أصبحت قيّدًا على الأولى، وهذه الموازنة مسألة في غاية الأهمية وفي غاية الدقة والصعوبة، قد تغلب حماية المستهلك فتنتهك بذلك حرية المنافسة وقد تغلب هذه الأخيرة فتنتهك حقوق المستهلك ورغباته المشروعة.

(1) الجندي حسن الجندي، في شرح قانون قمع التدليس والغش، دار النهضة العربية، ط3، 2000م، ص34.

(2) عياطة بن سیراج نائلة، الجوانب القانونية للإشهار، رسالة ماجستير، غير منشورة، بن عكنون، الجزائر، 2004، ص83.

ويرى الباحث أنّ أهمّ آليات المنافسة هو الإشهار، حيث يُعتبر الوسيلة الناجحة والفعالة لجذب أكبر قدر ممكن من المستهلكين، ولذلك شدد القانون في أحكامه؛ حماية للمستهلك الذي قد يكون ضحية تضليل وكذب إشهاري، إلا أنّه ينبغي التأكيد على أنّ إطلاق حرية الأعوان الاقتصاديين في مجال الإشهار سيؤدي بالضرورة إلى المساس بحقوق المستهلك لاسيما الحق في الإعلام الصادق والنزيه الذي يُعدُّ هدفاً تسعى إليه قوانين حماية المستهلك.

فالتوجه الاقتصادي وتشجيع القطاع الخاص أدى بفئة من التجار وبقصد تحقيق الربح إلى إغراق السوق بالسلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات المحددة قانوناً هذا ما دفع المشرع إلى إعادة النظر في هذا القانون بإلغائه كلياً وإصدار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 2009/02/2م المعدل والمتمم بالقانون 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 لخلق نوع من التوازن بين المستهلك والمتدخل من جوانب متعددة، منها الجانب العقابي الجنائي وهذا لحماية المستهلك كطرف ضعيف في علاقاته مع العون الاقتصادي.

وبناءً على ما سبق رأى الباحث التعرض لبيان مفهوم جريمة الإشهار المضلل من خلال المبحث الأول وأركان جريمة الإشهار المضلل في المبحث الثاني كما يأتي.

المبحث الأول

مفهوم جريمة الإشهار المضلل

قد ظهرت الحاجة الملحة لحماية المستهلك في المجتمعات المعاصرة لضمان حقوقه من المخاطر الكامنة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية بصفة خاصة، وإن بعض المستهلكين غالبًا ما يفتقرون إلى الخبرة والقدرة على تمييز السلع والمنتجات عن بعضها وذلك من حيث الجودة والفائدة التي تشتمل عليها أو المستوى الذي تقدم فيه، وهو ما يظهر جليًا في حالة تزويده بمعلومات مخادعة عنها، لذلك يستدعي وضع ضوابط وقيود للإعلانات التجارية الالكترونية والكيفية التي يجب ان تراعى عند وضعها وحتى لا يبقى الإشهار الكاذب أو المضلل دون قيد كان لابدًا من البحث عن وسائل قانونية للحدّ من آثاره السلبية ووقف التجاوزات؛ وذلك بهدف حماية المستهلكين، وخلق جو للمنافسة النزيهة وهذا بتوقيع جزاءات مدنية وجنائية. وسنقوم بالتعرض بالشرح ثم بيان صور التضليل عن طريق الإشهار، فتناولنا في المطلب الأول التعريف التشريعي أما المطلب الثاني فدرسنا فيه القواعد العامة لجريمة الإشهار المضلل.

المطلب الأول

التعريف التشريعي

لقد تعددت التسميات بالنسبة للإشهار المضلل فهناك من أطلق عليه اشهار مضلل أو إعلان مضلل ومنهم من أطلق عليه إعلان كاذب ومنهم من أطلق عليه إعلان مزيف وكل هذه المصطلحات تصب في معنى واحد فقد تناول المشرع الجزائري الإشهار المضلل بالتوضيح حيث ذكر حالاته في المادة (28) من قانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁾ وذلك دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارًا غير شرعي وممنوعًا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

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

(1) المادة 28 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة علي لممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004م، ص 04، المعدل والمتمم بقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010.

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

3- 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 الاشهار.

ولقد تبنى القانون الفرنسي مصطلح الإعلان الخادع بدلاً من الإعلان الكاذب، ويعرف الفقه الفرنسي الخداع أو الغش في الاتفاقات القانونية كما يطلق عليه البعض من الفقه الفرنسي أنه: (القيام بأعمال أو سوق أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباس الشيء مظهرًا يخالف حقيقته وواقعه).

أما المشرع الفرنسي فقد عرف الإعلان الكاذب في قانون 27 ديسمبر لعام 1973م على أنه: (الإعلان المزيف أو الذي يؤدي بطبيعته الي الوقوع في الغلط).

أما بالنسبة للمشرع المصري فقد نصت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2004 على أنه (يعد سلوكًا خادعًا كل فعل أو الامتناع عن فعل من جانب المورد أو المعلن الذي يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في غلط متى انصب السلوك على أي عنصر من العناصر المبينة في المادة (17) من اللائحة⁽¹⁾.

وكذلك فقد عرفت المادة (17) من اللائحة التنفيذية من ذات القانون الإعلان المضلل على أنه: (هو الذي يحصل بأية وسيلة كانت، أي الإعلانات بالوسائل التقليدية كالجرائد والمجلات والصحف أو بالوسائل الالكترونية كالإعلان الذي يتم على شبكة الانترنت متناولاً منتجاً أو خدمة ويتضمن عرضاً أو بياناً أو ادعاءً كاذباً أو تمت صياغته بعبارات تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى الخداع أو تضليل المستهلك)، وقد حكمت هذه المادة بالتضليل والخداع متى ما تناول الإعلان أموراً معينة ذكرتها على سبيل المثال لا الحصر، ومن هذه الأمور طبيعة السلعة أو المنتج أو وزنها أو طريقة صنعها أو شروط الاستعمال.. إلخ.

وعليه يُعتبر إشهاراً تضليلياً؛ الإشهار الذي يكون محله إمّا أموالاً أو خدمات تُقدم للمستهلك على نحو مضلل أو قد تخلق لبس لديه فيما يتعلق بالعناصر الجوهرية للسلع والخدمات مما

(1) أحمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد الرابع، السنة التاسعة، 1995، ص 170.

يجعله يقع في الغلط⁽¹⁾، غير أن هذا التحديد لمحل الإشهار التضليلي ليس نفسه الذي جاءت به المادة (28) من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁾ إذ حدد المشرع محل الإشهار التضليلي الذي يكون إما منتجًا أو سلعة أو خدمة، وهو ما قد يؤثر جدلاً في الفقه وتردد لدى المحاكم فيما يتعلق بالإشهار، إذا كان موضوعه عقار "أراضي زراعية مثلاً أو منازل مُعدة للسكن، أو أراضي صالحة للبناء وغير ذلك؛ فالعقارات لا تدخل -وذلك في المعنى العام- ضمن السلع على ما يرى الباحث، فالسلع في كلِّ شيء مادي، ومنه أمر مثير للدهشة كون أن المشرع لم ينص على ذلك صراحة خصوصاً أن العديد من هذه الإعلانات كاذبة وعليه كان يتوجب على المشرع أن يوسع من النص القانوني ليشمل جميع الرسائل الإعلانية أيًا كان محلها: سلع- عقارات- أو خدمات، وهو النهج الذي سار عليه المشرع الفرنسي بصدد تجريم الإعلانات المضللة سواء كان محلها أموالاً أو خدمات، ومعنى الأموال يشمل المنقولات والعقارات.⁽³⁾

هذا ولقد حاولت العديد من التشريعات تعريف الإشهار وذلك برغم بعدها عن إعطاء تعريفات في الأصل متعلقة بمصطلحات قانونية، ومن بين هذه التشريعات المشرع الجزائري والفرنسي والمصري.

فالمشرع الجزائري تناول الإشهار التضليلي من خلال القانون 02/04 الذي يُحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بموجب المادة (28) منه بقوله: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارًا غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي..."

(1) الشلتاوي محمد عبد الله، المرجع السابق، ص35.

(2) المادة 28 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 ، المعدل والمتمم بالقانون 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010

(3) BIHL Luc، la grande illusion la publicité mensongère depuis la loi royser.G.P.1977.p.78

أنظر: عبدالحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان 2010/2009م الصفحة 32.

وكذا فقد عرّف المشرّع الجزائري الإشهار بموجب المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنّه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية".⁽¹⁾ كما عُرّف الإشهار أيضًا في نص المادة (3) من القانون 02-04 على أنّه: "كلُّ إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".⁽²⁾

ولقد بادر مشروع قانون الإشهار لسنة 1999م لتعريف الإشهار المضلل من خلال المادة (41) منه على أنّه: "كلُّ إشهار يتضمن ادّعاءات أو إشهارات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستعمل للمواد أو الخدمات".⁽³⁾

ومن خلال هذه التعريفات نلاحظ أن اعتبار المشرع "للإعلان" كوسيلة أو كأداة للإشهار" وهذا يؤدي بنا إلى اعتبار أنّ هناك فرق بين الإشهار والإعلان وهذا بالرجوع إلى النص المحرر باللغة الفرنسية.

○ اعتبار المشرع ترويج السلع أو الخدمات هدفًا من أهداف الإشهار مما قد يوحي بوجود فرق بين الإشهار والترويج.⁽⁴⁾

○ وعليه يكون فيه الإشهار التضليلي غير مشروع بنصها على دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، ويعتبر كلُّ إشهار تضليلي إشهارًا ممنوعًا وغير شرعي.⁽⁵⁾

أيضًا قد عرفته المادة (2) من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999م على أنّه يقصد بالإشهار الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم، في الأشكال المحددة، مهما كانت الدعائم المستعملة بقصد

(1) المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 03 جانفي 99م، يتعلق برقابة الجودة ومنع الغش، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 م.

(2) المادة 03 قانون رقم 02-04 المؤرخ في 15 أوت 2004م، المعدل والمتمم بقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت سنة 2010.

(3) أنظر: المادة (41) من قانون الإشهار لسنة 1999م.

(4) ابن قري سفيان، المنافسة وحماية المستهلك، بجاية، أبوداؤ، ص26 و27.

(5) طحطاح علّال، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2013/2014م ص167.

تعريف وترقية أي منتج أو خدمة أو شعار، أو صورة، أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي

ولقد تبني القانون الفرنسي مصطلح الإعلان الخادع بدلاً من الإعلان الكاذب، ويعرف الفقه الفرنسي الخداع أو الغش في الاتفاقات القانونية كما يرى البعض من الفقه الفرنسي أنه: "القيام بأعمال أو تسويق أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباس الشيء مظهرًا يخالف حقيقته وواقعه"، وقد عرف المشرع الفرنسي في قانون 27 ديسمبر لعام 1973م الإعلان الكاذب على أنه: "الإعلان المزيف أو الذي يؤدي بطبيعته إلى الوقوع في الغلط."⁽¹⁾

أمّا بالنسبة لتعريف المستهلك فقد تم تعريفه في المادة (2/3) من قانون الممارسات التجارية على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعةً قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات مجردة من كل طابع مهني".

وكذا قد عرفه القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته (3) التي جاء فيها أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي؛ من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية شخص آخر أو حيوان متكفل به" وهو ما يُوحي بأن المستهلك الذي يستحق الحماية المقررة في قانون حماية المستهلك ليس نفسه الذي يستحق الحماية في قانون الممارسات التجارية، لا سيما وأن قانون حماية المستهلك يكون في مواجهة المتدخل أو المهني المحترف.⁽²⁾

فيما يخص تعريف المشرع الفرنسي للإعلان الكاذب فقد عرفه بشكل مباشر في نص المادة (L.121-1) من مدونة الاستهلاك الفرنسي على أنه يُمنع كل إعلان يتضمن تحت أي شكل كان ادعاءات بيانات أو عروض خاطئة توقع بطبيعتها في الغلط، متى وقعت على عنصر أو أكثر من العناصر الآتية: الوجود، الطبيعة، المكونات، الخصائص الجوهرية، المحتوى، النوع، الأصل، الكمية، كيفية وتاريخ الصنع، الملكية، السعر وشروط بيع المواد والخدمات التي تكون محلاً للإعلان شرط الاستعمال، النتائج المرجوة من الاستعمال، أساليب وإجراءات البيع أو أداء

(1) عبد الفضيل محمد أحمد، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي مع الإشارة للقانونيين الفرنسي والمصري، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، السنة الثامنة عشر، العدد الرابع، 1994م، ص 135

(2) طحطاح علال، المرجع السابق، ص 5.

الخدمات مدى الالتزامات المتخذة من قبل المعلن، الهوية، صفات وكفاءة الصانع ومعدى البيع، متعهدي المشروعات أو مقدمي الخدمات".⁽¹⁾

وقد عرفه المشرع المصري في المادة (16) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري على أنه يُعدُّ سلوكًا خادعًا كل فعل أو امتناع من جانب المعلن أو المورد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط".⁽²⁾ وكذا عرّفت نفس المادة الخداع الإعلاني على أنه: يعد سلوكًا خادعًا كل فعل أو امتناع من جانب المعلن أو المورد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك، أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط"⁽³⁾

هذا ولم يغفل القانون المصري تعريف المستهلك في القانون رقم 67 لسنة 2006م الخاص بحماية المستهلك المصري في مادته الأولى على أنه: "كلُّ شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".⁽⁴⁾ ومما تقدم يمكن للباحث تعريف الإعلان المضلل على أنه: "كلّ نشاط من شأنه أن يستخدم لترويج السلع والخدمات بأي وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة وبطريق من شأنه تحفيز المستهلك ودفعه إلى التعاقد لتحقيق مكسب مادي".

⁽¹⁾ Art. 121-1 : «Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des -allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après ; existence, nature, composition, qualité substantielle, teneur en principe utile, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriété, prix et condition de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, condition de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de service, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualité» ou aptitude du fabricant, des revendeurs des promoteurs ou des prestataires.

⁽²⁾ خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس، 2011، ص 122.

⁽³⁾ أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 170.

⁽⁴⁾ الجريدة الرسمية، العدد 20 مكرر في 20 مايو سنة 2006م.

المطلب الثاني

صور التضليل عن طريق الإشهار

لم يقصر الفقه والقضاء مفهوم الخداع الإعلاني على صورة واحدة؛ إنَّما ميَّز بين عدة صور للخداع الإعلاني، فتناولنا في الفرع الأول الإعلان الكاذب والإعلان المضلل أو الخادع أما الفرع الثاني الإعلان المبالغ فيه والإعلان المقارن كصورة ثانية من صور التضليل أما في الفرع الثالث تم ذكر الإعلانات المستترة وصور الخداع الإعلاني

الفرع الأول

الإعلان الكاذب والإعلان المضلل أو الخادع

من خلال هذا العنصر سنتطرق بالشرح إلى الإعلان الكاذب بتعريفه وذكر أشكاله (أولاً) والإعلان المضلل أو الخادع والمقارنة بين التشريعات محل الدراسة (ثانياً)

أولاً: الإعلان الكاذب

1- تعريف الكذب:

هو "ادِّعاء أو زعم مخالف للحقيقة، الهدف منه تضليل المتلقي، عن طريق تزيف الحقيقة، لخداع المستهلك بتقديم بيانات غير حقيقية عن منتج أو خدمة معينة"⁽¹⁾. والأصل في الكذب أنه سلوك عمدي، يهدف إلى الغش، وينهض الكذب على عنصرين هما: مضمون زائف، وقصد الغش أو نية تزيف الحقيقة.⁽²⁾

وعلى الرغم من خطورة الإعلان الكاذب فإنَّه لم يحظ من المشرع الجزائري بأي تنظيم خاص كما فعل المشرع بقانوني: 1963 و 1973، فكانت عدة محاولات لوضع قانون الإشهار كما سماه المشرع، إلَّا أنَّها باءت بالفشل لعدم المصادقة على القوانين المقترحة المتعلقة بالإشهار لسنة 1988م، 1992م، 1999م، وهذا ما نراه قصوراً وخيماً حيثُ إنَّ تعدد أنواع الإشهار المضلل تتطلب من المشرع مقابلتها بالقوانين التي تتناسب من حيثُ الوصف والعقوبة مع نوع وطبيعة الجريمة.

(1) محمد حسين عبد العال، القيمة القانونية للمستندات الإعلامية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005م، ص 21.

(2) أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، ماهيته، مصادره، موضوعاته، جامعة الملك سعود، طبعة عام

1993م، ص 21. أنظر كذلك أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات، القسم الخاص، القاهرة، 1991. ص 76.

وجدير بالذكر أنّ المشرّع الفرنسي في القانون رقم 344م-2014 في 17 مارس 2014م لم يستخدم صراحة لفظ الكذب في نص المادة (121) من تقنين الاستهلاك⁽¹⁾، وإن كان قد استخدم للتعبير عنه لفظ الإيهام والخطأ، وبرغم التشابه بين هذه الاصطلاحات إلا أنّ الفقه يُفضل اصطلاح الكذب في التعبير عن فحوى الإعلان الكاذب لسببين هما:

الأول: أنّه يحمل في طياته الادّعاء، أو زعم مخالف للحقيقة، والثاني: أنّه ينطوي أيضًا على معنى الخداع، والمعلن في إعلانه يرمي إلى خداع متلقي الإعلان.⁽²⁾ وعليه يرى الباحث أنّ الإعلان الكاذب وفقًا لمفهوم المادة (1-121) من قانون الاستهلاك هو الإعلان الذي يتضمن ادّعاءات أو بيانات أو عروض تناقض الحقيقة بقصد خداع المستهلك⁽³⁾، وهذا الإعلان الكاذب، جرّمه هذا النص وحظره؛ لأنّه يهدف - كما يتضح من النص - إلى جذب العملاء أو الجمهور⁽⁴⁾، بنشر معلومات ومزاعم غير صحيحة أو خادعة، تتعلق بالمنتجات والخدمات المعروضة للبيع أو بالتزامات وتعهدات المعلن المتعلقة بها.⁽⁵⁾ كذلك فقد قام المشرع الفرنسي بتنظيم المنازعات بين التجار والمستهلكين بالقانون الصادر عام 2015م⁽⁶⁾، بل لقد أضاف التوجيه الأوروبي قانون التأمين لصالح المستهلك⁽⁷⁾.

(1) La loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation

(2) هدى قشقوش، المرجع السابق، ص 82، محمد حسين عيد العال، المرجع السابق، ص 21.

(3) Décret n° 2016-884 du 29 juin 2016 relatif à la partie réglementaire du code de la consommation

(4) Le délit de pratiques commerciales trompeuses est une infraction ayant connu une évolution importante en raison de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs.

(5) Lestrade B; "Publicité et promotion de ventes، Le carte Juridique، 1995، No. 2، p. 19. Divier P.F; "Le mensonge en publicité millésime...op.cit" G.P. 1996، Doctrine. P.6.

(6) D.n° 2015-1382، 30 oct، 2015 : J0 31 oct، 2015، p. 20408 L'ordonnance du 20 août dernier relative à la médiation des litiges

(7) Ghestin J; "La Réticence، le dol et l'erreur، sur les qualités substantielles "D.S.1971. chron، p. 247.

2- شكل الكذب:

أ- الكذب الإيجابي:

وهنا يتحقق الكذب بفعل إيجابي من المعلن، وذلك حينما تحمل الرسالة الإعلانية معلومة خاطئة، سواء أكانت محمولة على نص أم صورة أو ما إلى ذلك.⁽¹⁾ وفي هذا الصدد قرر القضاء الفرنسي أن الكذب يتحقق في الإعلان عندما تضمنت البطاقة الموضوعية على المنتج بياناً غير حقيقي بشأن السعر، حيث أثر ذلك في إقناع العملاء بالمنتجات والخدمات الواردة بالإعلان.⁽²⁾

ب- الكذب بالترك:

وكذلك قد يتحقق الكذب بالترك؛ بمعنى أن يتم باتخاذ موقفٍ سلبيٍّ، يمتنع فيه المعلن عن ذكر بيان متعلق بالمنتج أو الخدمة محلّ الإعلان، ويكون لها أثر في اتخاذ قرار الشراء، حيث إنّ ذكر نصف الحقيقة وترك النصف الآخر يُعتبر كذباً مؤثماً في هذه الحالة، وإن كان الأمر لا يصل في نهايته إلى تجريم السكوت عن الحقيقة في الإعلانات، فالحقيقة الموضوعية أنّ الكمال في إدراج كافة المواصفات غير موجود في الإعلان.⁽³⁾ وعلى ذلك فإنّ التشريعات المختلفة لا تطلب من المعلن سوى ألا تكون إعلاناته كاذبة أو مضللة، دون أن تتطلب منه أن يقول الحقيقة كاملة بإبراز مزايا المنتج أو الخدمة وعيوبها، حيث يكفي أن يكون الإعلان صادقاً بخصوص العناصر التي يتناولها وألاً يُضلل المستهلك، ولكن المشرع الفرنسي أضاف أنّ على التاجر إجراء عملية المطابقة للبضاعة قبل البيع وشروط ممارسة المطابقة كما هو مذكور في المواد (L217-4) إلى (L 217-13) وعيوب المبيع وفقاً للشروط المنصوص عليها في المواد (1641-1648) و(2232) من القانون المدني، وعند الاقتضاء تحديد مدة الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع المشار إليها في المواد (L 217-15) و

(1) حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000م. ص70. حمدي عبد الرحمن، الالتزام بالإخلاء قبل التعاقد، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة أسيوط 1996م. ص32.

(2) Appel. Bourges 5 Oct. Op. 98 G. P. 23 Mai 1999، 33، Obs. Peze A

(3) Lestrade B; "Publicité et promotion de ventes، Le carde Juridique، 1995، No. 2، p. 19.Divier P.F; "Le mensonge en publicité millésime...op.cit" G.P. 1996، Doctrine. P.6.

(L217-17)⁽¹⁾ حيث يلزم لتجريم الكذب أن يكون له وجود موضوعي بحيث يمكن تقديره بمعيار موضوعي عام، وذلك بصرف النظر عن حسن أو سوء نية المعلن.

ثانياً : الإعلان المضلل أو الخادع

في الواقع قد استخدم الفقه مصطلحي الإعلان المضلل والإعلان الخادع كمترادفين، حيث ذهب البعض إلى أنّ الإعلان المضلل هو الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يفضي إلى ذلك⁽²⁾، وعرفه البعض الآخر على أنّه: "كلّ إعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به أيّاً كانت الوسيلة، أو بغرض تحييد المنافسين على نحو قد يلحق ضرراً بمصالحهم الاقتصادية"⁽³⁾، أو هو "الإعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في غلط وخداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج"⁽⁴⁾، وجدير بالإشارة أنّ محكمة النقض الفرنسية لم تشترط أن يؤدي الإعلان إلى الوقوع في الخطأ مكتفية بأن يكون من شأنه احتمال وقوع المستهلك في الخطأ.⁽⁵⁾

1- في القانون الجزائري:

لقد اعتبر القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الإشهار التضليلي ممارسة غير نزيهة بموجب المادة (28) منه، والممارسات التجارية غير النزيهة هي: "تلك الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى العون الاقتصادي على مصالح عون أو اقتصاديين آخرين."⁽⁶⁾

وإذا كان الإشهار وسيلة مباحة لترقية المنتج سواء كان سلعاً أو خدمات، فإنّ هذه الإباحة لا تتجاوز حدود الأعراف النزيهة وذلك بالمساس بمصالح المستهلكين، ومن ثم ظهرت الحاجة

(1) أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، المرجع السابق، ص325. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة الرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996م.

(2) أبو العلا علي أبو العلا النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والقانون المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق جامعة حلوان، مارس 1999م، ص936.

(3) يراجع في ذلك: التوجيه رقم 450 الصادر من مجلس الجماعات الأوروبية في 10 سبتمبر 1984م في شأن الإعلان الخادع.

(4) سميحة القليوبي، غش الأغذية وحماية المستهلك " أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة الإسلامية، في الفترة من 29 أبريل إلى 3 مايو، ومن 15 إلى 18 يوليو 1995م، جامعة عين شمس، ص136.

(5) Cass، Crim، 21 mai 1984، D.S.، 1985، 105، note. T. Marguery.

(6) القانون 06/10 المؤرخ في 5 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت 2010، يعدل ويتم القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية العدد 46 مؤرخة في 8 رمضان 1431 الموافق 18 غشت 2010.

إلى وضع ضوابط لدرء مظاهر التعسف في استعمال الإشهار التجاري؛ لذا أولى المشرع الجزائري أهمية خاصة له، فالتضليل هو ما يخالف الحقيقة ويمسُّ بمبادئ شرف التعامل والنزاهة والأمانة في إطار المنافسة بقصد تضليل العملاء أو الاستحواذ عليهم.

2- في القانون المصري:

ولقد نصت المادة (6) من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006م على أنه: "على كلِّ مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط".⁽¹⁾

هذا وقد حدد المشرع المصري المقصود بالإعلان الخادع بقوله يُعدُّ إعلانًا خادعًا الإعلان الذي يتناول منتجًا ويتضمن عرضًا أو بيانًا أو ادعاءً كاذبًا أو أي أمر آخر...متى كان من شأنه أن يؤدي، سواء بطريقة مباشرة أم غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، وأيًا كانت وسيلة هذا الإعلان".⁽²⁾

3- في القانون الفرنسي:

نصت المادة (1-121) من تقنين الاستهلاك وطبقًا للتعديل الذي تمَّ إجراؤه بموجب التوجيه الأوروبي، والممارسات التجارية الخادعة، وهو ما كان يسمى سابقًا الدعاية الكاذبة أو احتمال التضليل، وذلك وفقًا لتوجيهات الأوروبية لـ 11 مايو 2005م، فإنه ينطبق على أيِّ فعل أو إغفال أو سلوك أو التمثيل، والاتصالات التجارية بما في ذلك الإعلان والتسويق، من قبل التاجر⁽³⁾، وكذلك فقد جرم المشرع الإعلان المضلل باعتبار أنَّ من شأنه أن يؤدي إلى إيقاع المتعاقد في الغلط ويجب تفسير عبارة "من شأنه إيقاع المتعاقد في الغلط" تفسيرًا واسعًا، بحيث يدخل في نطاق التجريم، الإعلانات التجارية الصحيحة في ذاتها وفي ألفاظها، ولكن تقدم في شكل أو صورة من شأنها إيقاع المتلقي في الغلط أو من شأنه الإيهام بوجود عناصر المنتج أو الخدمة لا تتوافر فيه.⁽⁴⁾

(1) أنظر: مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الأول، السنة الرابعة، ص9.

(2) يراجع: نص المادة (17) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006م

(3) La nouvelle rédaction de l'article L. 121-1 du Code de la consommation qualifie de pratiques commerciales trompeuses ce qui était auparavant appelé publicité

(4) CA. Douia; 17 Mars, 1983, G.P. 1983, p. 363.

ولا مرأ في أنه إذا كان يمكن تمييز كلِّ من الإعلان الكاذب والإعلان المضلل باعتبار أنَّ كلاهما يقوم على عناصر موضوعية ومادية، فإنَّ الأمر يكون بالغ الصعوبة في الإعلان الذي يمكن أن يؤدي

إلى التضليل، حيث إنَّ هذا الأخير يعتمد على عناصر شخصية وعقلية مرتبطة بشخص المتلقي ومدى استجابته للإعلان، وهي مسألة تختلف من شخص إلى آخر⁽¹⁾، ويذهب رأي من الفقه إلى انتقاد الألفاظ التي استخدمها المشرع للتعبير عن الإعلان المضلل، لعدم انضباطها وسماحها بالعديد من التأويلات، والتفسيرات المتفاوتة، وكان الأجدر به استخدام لفظ واحد أكثر تحديداً.⁽²⁾

ثالثاً: شكل التضليل والخداع

تتعدد الأساليب التي يخفي المعلنون بها بعض الحقيقة عن المستهلك وإن كانت طريقة الترك أكثر الطرق شيوعاً، إذ يعتمد المعلن إلى إغفال -سواء عن عمد أو سهو- بعض البيانات الجوهرية في التعاقد الذي يريد حث الجمهور عليه، بحيث يتضخم مزايا التعاقد بالنسبة للعميل، أو يخفي بعض التزاماته.⁽³⁾

ويرى البعض أنَّ التضليل بطريق الترك كذب، إلا أنَّه كذب سلبي على خلاف الكذب الإيجابي، الذي يتمثل في ذكر معلومات أو بيانات أو أوصاف أو خصائص أو وقائع غير صحيحة، والأثر واحد في الحالتين.⁽⁴⁾

-*ولقد عرّف المشرع المصري الإعلان الخادع على أنه: "الإعلان الذي يتناول منتجاً ويتضمن عرضاً أو بياناً أو ادعاءً كاذباً".⁽⁵⁾

وهكذا فقد اعتبر المشرع المصري أنَّ الإعلان يكون من قبيل الإعلانات الخادعة إذا تضمن عرضاً أو بياناً أو ادعاءً كاذباً أو أي أمر آخر حول مصدر السلعة أو جهة إنتاجها أو تقديم

(1) Mayer Daniele; "Droit pénal de la publicité "Mason, Paris, 1979, p. 77 et 79.

(2) عبد العظيم وزير، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، جرائم الاعتداء على الأموال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993م، ص 64.

(3) C.A. Paris, 31 Janv. 1985, G.P. 1985, Somm. 121. Decret no 2005-1315

(4) عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 181.

(5) عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع نفسه، ص 175.

الخدمة وكان من شأنه أن يؤدي، سواء بطريقة مباشرة أم غير مباشرة، إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل، وأياً كانت وسيلة هذا الإعلان.⁽¹⁾

ولقد حفل القضاء الفرنسي بالعديد من الأحكام التي قرّر فيها إدانة المعلن لاتباعه سلوكاً إيجابياً، أدى إلى تضليل المستهلك أو لتركه بياناً جوهرياً أدى إلى وقوع هذا الأخير ضحية للتضليل. ويسوق الباحث منها إدانة الإعلان الذي أُغفل - عند الإعلان عن تأمين خطر معين - الإشارة إلى أنّ العقد المقترح لا يغطي أخطار أخرى جرى العمل عادة على تغطيتها.⁽²⁾

ويخلص الباحث الي احتواء الإعلان على بيانات مختلفة بشكل كلي أو جزئي عن المادة المعروض عنها وذلك سواء كان التضليل واقع علي بيانات هذه المادة أو طريق عرضها فإن ذلك يعتبر إعلاناً مضللاً، حيث إن الإعلان التجاري يهدف من حيث الأصل إلى تقديم السلع والمنتجات وترويجها لدى المستهلكين من خلال تحريك سلوكهم لشرائها أو طلب الحصول عليها، وحيث إن هذا الأمر لا يمكن أن يتم بشكله الأمثل إلا متى تحقق إيجاد نوع من الإثارة والتشويق لديهم، وهو ما يمثل جوهر الإعلان التجاري ذاته.

الفرع الثاني

الإعلان المبالغ فيه والإعلان المقارن

سيتم الشرح أولاً الإعلان المبالغ فيه أما ثانياً الإعلان المقارن

أولاً: الإعلان المبالغ فيه

في الواقع يُمكن القول أنّه إذا كان الكذب غير جائز في مجال الإعلانات، فإنّ المبالغة في الإعلان عن المنتجات والخدمات مقبولة⁽³⁾، حيثُ استقر رأي الفقه واتّجاه القضاء على جواز المبالغة في الإعلان بهدف جذب انتباه الجمهور إلى المنتج أو الخدمة، فامتداح المنتجات والخدمات، يفترض في ذاته نوعاً من التجاوز المسموح به، حيث إنه لا يعدو أن يكون نوعاً من الكتب المحمود الذي لا ينطلي على أحد ولا يضر بمصالح المتنافسين، ولا يحط من شأن منتجاتهم أو خدماتهم ولا يحقرها أو يهون منها.⁽⁴⁾

(1) المادة (17) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري، رقم 67 لسنة 2006م

(2) عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 179.

(3) حماد مصطفى عذب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 11.

(4) عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص 182.

ومرد جواز المبالغة في الإعلان أنّ الألفاظ والعبارات المستخدمة للإعلان عن المنتج أو الخدمة تكون عامة وغير محددة، وليس من شأنها خديعة المستهلك أو تضليله حول حقيقة المنتجات والخدمات المعروضة فيه.⁽¹⁾

هذا ولم يضع التشريع المصري تعريفاً للإعلان المبالغ فيه إلا أنّ من التطبيقات عليه مطالبة نقابة أطباء مصر كلاً من النائب العام ووزير الصحة ووزير الاستثمار باتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف نزيف الإعلانات عن المنتجات الطبية والتي تتصف بالمبالغة في جدواها ولا تعدو كونها أعشاب ليست ذي أثر يُذكر، وقرر أمين عام الأطباء؛ حيث إنّ معظم المنتجات التي يتمّ الترويج لها تُعرض دون مراعاة للأصول والقواعد المهنية.⁽²⁾

ومن أحكام القضاء التي أكّدت على جواز المبالغة في الإعلان الحكم الصادر من محكمة النقض الفرنسية بصدد إعلان شركة حقائب سامسونيت حيث استخدم المعلن إعلاناً يصور الحقيقة في صورة كرة قدم في مباراة كل لاعبوها من البلدوزرات الضخمة، دون أن تتأثر هذه الكرة "الحقيقية" من تقاذفها، وذلك بقصد إظهار متانة الإنتاج، ومع ذلك اعتبرت المحكمة هذه الحالة من قبيل المبالغة في الإعلان؛ لأنّه لا يمكن لشخص يتمتع بقدر من الإدراك أن يعتقد بأنّ الكرة قادرة على الخروج من تحت هذه البلدوزرات سليمة.⁽³⁾

- معيار التمييز بين المبالغة في الإعلان والكذب والتضليل:

ويميل الفقه والقضاء إلى أن يتّبع معيار الرجل المعتاد متوسط الحيطة والحذر، فإذا كان الإعلان يمكن أن يخدعه فإنّه يغدو إعلاناً خادعاً تتاله سمة التجريم، وبمفهوم المخالفة فإنّه إذا لم تؤد المبالغة إلى خداعة فإنّها تدور في نطاق الإباحة ولا ينالها التجريم.⁽⁴⁾

(1) Cass. Crim 15 octobre, 1985, D. 1986, inf, Rap. P.397.

(2) محمد نصر محمد القطري، الحماية الجنائية من الخداع الاعلاني، جامعة طيبة، مصر، الفكر الشرطي. مج. 26، 2017، ص 13.

(3) Cass. Crim 21 Mai 1984.D. 1985, 105, note. S.Margeury" J. C.P. 1984. IV.246.

(4) أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص341، أنظر كذلك محمد حسين عبد العال، المرجع السابق، ص25.

ثانيًا: الإعلان المقارن

والإعلان المقارن هو أن يقوم المعلن بالإعلان عن منتجاته عن طريق المقارنة بينها وبين سلع أخرى منافسة، من أجل إبراز مزايا السلعة المعلن عنها بالمقارنة بعيوب غيرها من السلع.⁽¹⁾ وتعد التجارب المقارنة أو الإعلانات المقارنة وسيلة من وسائل إعلام المستهلك بالمنتج أو الخدمة، أي أنه في حالة الإعلان المقارن يكون مصدر المعلومة المعلن نفسه، وعليه فإنها قد تقدم للمستهلك معلومات غير موضوعية أو على الأقل غير دقيقة، إذ يلجأ إليها المعلن بهدف التسويق والترويج لمنتجاته عن طريق إبراز مزاياها مقارنة بالسلع أو المنتجات المنافسة، ويحركه في ذلك عامل تحقيق الأرباح التجارية.⁽²⁾

إلا أنَّ المشرع الجزائري لم يضم أحكامه؛ فقد ذهب مباشرة على إقرار قواعد الحظر المتعلقة بالإشهار التضليلي؛ وذلك باعتباره ممارسة تجارية غير نزيهة وهذا خلافًا للمشرع الفرنسي الذي تناوله وأجازه بموجب قانون المستهلك الفرنسي بعد تعديله سنة 1997م في المادة (8-121-L). ولقد عرف الإعلان المقارن على أنه: "ذلك الإعلان الذي يحدد صراحة أو ضمناً السلع أو الخدمات التي يقدمها معلن مع تلك التي يقدمها منافس آخر"، ويذهب الفقيه الفرنسي Bodnar إلى أنَّ الإعلان المقارن بصورة عامة هو: "شكل خاص من أشكال الإعلان يتم فيه ترويج المبيعات بصورة معيبة عن طريق المقارنة بين المنتجات أو الخدمات المقدمة من قبل مشروع معين مع تلك المقدمة من مشروعات أخرى منافسة بواسطة تسليط الضوء على مزايا السلع أو الخدمات التي يقدمها المعلن بمقارنتها مع تلك التي يقدمها المنافس والإشارة بالضرورة إلى الاختلاف بين تلك السلع".⁽³⁾

هذا ويصدق وصف الإعلان المقارن ووفقاً لنص المادة (8-121) من قانون الاستهلاك الفرنسي على كلِّ إعلان عام مذاع على دعامات، يصل بها إلى الجمهور كالراديو أو التلفزيون،

(1) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص225. أنظر كذلك حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص85، وأنظر أيضاً أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص156.

(2) Cass. Com. 23 Mai 1979، G.P، 1980، 11، 215، note: Bensoussan et cohen.

(3) باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول النظرية العامة، منشورات دار الحكمة، مطبعة جامعة بغداد، 1987م،

أو يُصاغ في شكل منشورات، تحوي مقارنة بين سلعته والسلع المنافسة فإنّه لا يعد إعلانًا مقارنةً، حيث اعتبره القضاء صورة من صور التحقير للسلع المنافسة.⁽¹⁾ وفضلاً عن ذلك ينبغي أن يشتمل الإعلان على مقارنة لشيء محدد أو قابل للتحديد، ويحمل معنى الصدق والبعد عن التضليل، وأن تنصب المقارنة على الأمور التي أبحاثها المادة (8-121) من قانون الاستهلاك وبنفس الشروط التي حددتها هذه المادة ولسلع متماثلة، حيث لا يُعدّ إعلانًا مقارنةً مقارنةً بمنتج آخر مختلف عنه⁽²⁾، وينبغي ألا تنصب المقارنة على سمات وخصائص واضحة غير مهمة، وأن تكون موضوعية عامة وليست ذاتية التقدير.

هذا وقد نظم المشرع المصري الإعلان المقارن حيث اشترط أن تتم المقارنة، بشكل موضوعي، بين السلع والخدمات من خلال واحدة أو أكثر من الخصائص المماثلة، ذات الصلة، والتي يمكن التحقق منها ومن بينها أسعار المنتجات، كذلك يشترط أن تنصب المقارنة على المنتجات التي تلبى ذات الاحتياجات أو تسعى لتحقيق نفس الأغراض على ألا يترتب عليها خلط أو لبس في السوق بين المعلن والمنافس، أو بين العلامة التجارية أو الاسم التجاري أو غيرها من العلامات المميزة أو السلع أو الخدمات الخاصة بالمنافس وتلك الخاصة بالمعلن؛ وذلك لأنّ مثل هذا الخلط سيقود المستهلك إلى اتّخاذ قرارات شراء خاطئة، بما ينعكس سلبيًا على سمعة وشهرة المنافس في السوق⁽³⁾.

لقد لاقت الإعلانات المقارنة -مؤخرًا- تأييدًا فقهيًا كبيرًا، وذلك بدعوى أنّ من شأنها توفير معلومات حقيقية للمستهلك عن طريق المقارنة بين المنتجات المختلفة، ويُذكر أنّ لجنة إعادة النظر في قانون الاستهلاك الفرنسي قد انحازت بشدة للإعلان المقارن، وانتقدت موقف القضاء الذي كان يتّسم بالشدّة البالغة عند نظره لأي دعاوي خاصة بإعلانات مقارنة.

وفي هذا الاتجاه يرى الأستاذ (Pirovana) أنّ الإعلانات التجارية المقارنة تحقق مصالح المستهلك، وتكفل له العلم بصورة كامل وموضوعية، إذا انصبت الإعلانات على عناصر حقيقية،

(1) Regies Fabre; "Droit de la publicité et de la promotion des vents "Daloz، 1996، No.407، p.130

(2) D. Meynard، « Une caisse d'Epargne risque une sanction pénale pour publicité mensongère » : Les Echos، 12 nov. 2012، p. 26. « Doubl'Ô : une caisse d'Epargne condamnée » : Les Echos، 14 déc. 2012، p. 29.

(3) أحمد السيد لبيب إبراهيم، الإعلانات التجارية المقارنة بين الحق في الإعلان والمنافسة غير المشروعة، دراسة مقارنة، جامعة المنصورة، مصر، 2013، ص465

تتعلق بخصائص المنتج وثنه وسلامة استعماله مقارنة بالمنتجات الأخرى، ذلك أنّ علم المستهلك بهذه العناصر يكفل له حسن الاختيار الذي ينعش المنافسة الحرة بين المشروعات ويدعم العملية الإنتاجية.⁽¹⁾

ولقد أيّد المشرع الفرنسي الاتجاه الفقهي الحديث الذي يتّسم بالانحياز للإعلان المقارن، ونص في قانون 18 يناير 1992م على إجازة الإعلانات المقارنة، ونظمت المادة العاشرة منه - والمقابلة للمواد من (8-121) إلى (14-121) من تقنين الاستهلاك الفرنسي - ضوابط الإعلان المقارن وقيوده وشروطه.

أمّا الباحث فيرى أنّ الإعلان المقارن لا يعدو أن يكون وسيلة من وسائل متعددة، يُستخدم فيها المعلن أسلوب المقارنة للترويج للسلع، والمنتجات والخدمات، فإذا اتّسمت هذه المقارنة بقدر من الكذب أو الخداع والتضليل فإنّ الإعلان المقارن يلزم أن يخضع للتجريم الوارد بصدد الإعلان الكاذب أو الخادع والمضلل، وغيره من القوانين المعنية كقانون الملكية الفكرية، هذا فضلاً عما يشكله من منافسة غير مشروعة تستوجب التصدي لها بنصوص خاصة.

هذا وقد أحسن المشرع الفرنسي في التعديلات التي أدخلها على المنظومة الاقتصادية، ومنها قانون تحديث الاقتصاد الصادر في 4 أغسطس 2008م⁽²⁾، وأورد تعديلاً للممارسات التجارية غير المشروعة، ومنها الممارسات التجارية المضللة والعدوانية. كما أوردت عقوبات جنائية للممارسات التجارية التي تتضمن ممارسات عدوانية، وهي التي تتضمن ممارسات غير مشروعة تتسم بالجسامة كإيقاع المستهلك في الغلط بين بضاعة مشهورة ومنتج آخر فيه تشابه فقط في العلامة، وقرر لها عقوبة جنائية في السجن لمدة سنة واحدة وبغرامة من 100 - 150 EUR المادة (L122-12) وبالنسبة للأشخاص الاعتباريين، بالإضافة إلى الغرامة والتي تحدد وفقاً للمادة (38-131) من قانون العقوبات، والتي تتضمن عقوبة الحظر، أو الحل، والمنصوص عليها في المادة (39-131) من قانون العقوبات المادة (L 122-14).

كما تمّ توسيع صلاحيات وكلاء ومكافحة الغش واختصاصها في التحقيق والإبلاغ عن انتهاكات الممارسات غير العادلة لا يقتصر فقط على الممارسات الخادعة، ولكن ينطبق أيضاً على الممارسات العدوانية المادة (L141-1)، ومع ذلك، فإنّ القدرة على الكشف عن كلّ العناصر

(1) Cass. Crim. 5 Mai 1977، G.P.1978،II، P. 503

(2) LOI n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie 1

لإثبات هذه الادعاءات والبيانات أو العروض الكامنة في هذه الممارسة، وتعطي المادة (121)-
 (2) للجهة الإدارية التعاون مع المدعي العام في ذلك.⁽¹⁾

الفرع الثالث

الإعلانات المستترة وصور الخداع الإعلاني

أولاً: الإعلانات المستترة

إنَّ الإعلان يقتضي أن يكون المستهلك على علم بأنَّ المادة التي يتم توجيهها إليه، عبارة عن إعلان تجاري يهدف إلى الترويج والتسويق لسلعة أو خدمة ما، ويرتبط بالإعلانات الكاذبة والمضللة نوع آخر يُسمى الإعلانات المستترة، حيثُ يلاحظ أنَّ بعض الإعلانات في الصحف والمجلات تتخذ صورة مستترة، من خلال عرضها في سياق خبر أو تحقيق صحفي، ولا شك أنَّ هذا الأسلوب من شأنه في أحيان كثيرة تضليل الجمهور.

وحقيقة الأمر لم يجرم المشرع المصري ولا الفرنسي الإعلانات المستترة بنص خاص، وإن كان المشرع الفرنسي حارب هذه الصورة بطريق غير مباشر في الأمر الصادر في 26 أغسطس 1944م، الذي أوجب على جهة الإعلان أن تشير قبل عرض المواد الإعلانية إلاَّ أنَّ هذه الفقرة فقرة إعلانية، وفي حالة مخالفة هذا الالتزام يُعاقب المخالف بعقوبة الحبس التي تتراوح بين ستة أيام وستة أشهر، والغرامة أو إحدى هاتين العقوبتين.⁽²⁾

ولعلَّ الحكمة من ضرورة تجريم الإعلانات المستترة ووفقاً لما يرى الباحث؛ هي حماية المستهلك من إخفاء عناصر هامة، يكون لها تأثيرها في تكوين عقيدته، ومن شأنها إيقاعه في الخداع حال حجبها عنه، كما تبرز أهمية تجريم الإعلانات المستترة في أنَّها تتضمن الكذب على المستهلك مرتين؛ الأولى: عندما توهمه بأنَّ ما يتلقاه ليس إعلاناً تجارياً. والحقيقة أنها كذلك، والمرة الثانية: فيما يتضمنه اللقاء أو الحوار أو المقال من معلومات غير صادقة أو غير دقيقة عن المنتج أو المنشأة محل الإعلان⁽³⁾، ومن ثمَّ تنهض مسئولية المعلن الجنائية عن الإعلانات

(1) JAKOULOFF، Des clauses abusives aux pratiques commerciales 1- Karim déloyales: deux directives complémentaires، Petites affiches – 21/05/2014 - no 101 - page4

(2) عبد الفضيل محمد أحمد، المرجع السابق، ص72، أنظر أيضاً أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص383

(3) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص76. أنظر أيضاً فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات القسم الخاص، دار

النهضة العربية، القاهرة، 1990م، ص45.

المستترة على ما يشوبها من معلمات مضللة، تُقضي إلى غش وخداع المستهلك، فهي إعلانات غير قانونية حتى إن تضمنت معلومات حقيقية وصادقة.⁽¹⁾

إضافة إلى ذلك فإنّ الإعلانات المستترة قد تكون مجالاً خصباً لتحقير منتجات وخدمات الآخرين خاصة عند استخدامها لأسلوب المقارنة، وجدير بالذكر أنّ لجنة تعديل قانون الاستهلاك قد انتهت عند صياغتها لمشروع قانون الاستهلاك عام 1984م إلى تجريم هذا النوع من الدعاية أيّاً كانت وسيلته أو الأداة المستخدمة فيه، كما نصت المادة (11) من التقنين الدولي للعمليات الصادقة على إدانة هذا النوع من الإعلانات، ووضعت التزاماً على عاتق المعلنين بأن يكون للدعاية التجارية وجهًا مكشوفًا ولا تخفيه في أية صورة أخرى.⁽²⁾

ثانياً: صور الخداع الإعلاني

لقد لبّى المشرع المصري ضرورات التدخل لمواجهة ظاهرة الخداع الإعلاني، وبصدور قانون حماية المستهلك رقم: 181 لسنة 2018م؛ يُمكن القول بأنّ هذا القانون قد تصدى لمسألة كفالة الثقة وضمان المصادقية في المعاملات التجارية التي تتمّ بين المنتجين الموزعين والمعلنين من ناحية والمستهلكين من ناحية أخرى من خلال تأكيده -وذلك بنص المادة الثالثة- على حق المستهلك في الإعلام قبل التعاقد كضمانة لصدور رضاء صحيح من قبله.⁽³⁾

كذلك فإنّه قد ألقى على عاتق الموزع والمعلن عند الإعلان عن منتجاته أو خدماته الالتزام بالصدق والموضوعية في كلّ ما يتناوله الإعلان عن المنتج أو الخدمة، واعتبر أنّ أيّ مخالفة لهذا الالتزام تشكل تضليلاً للمستهلك وفقاً لما نصت عليه المادة (6) من القانون سالف الذكر.

هذا ولقد حدد المشرع في المادة سالفه الذكر صور الخداع الإعلاني، حيث نصت على أنّه "على كلّ مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط".⁽⁴⁾

(1) أحمد إبراهيم عطية، المرجع السابق، ص 383.

(2) Sur le premier moyen de cassation، pris de la violation des articles L. 213-1، L. 213-6 L. 216-1 du Code de la consommation، 121-2، 131-38، 131-39 du Code pénal،

(3) صفوت محمد العالم، تفسير سياسة إعلام المستهلكين وإعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك، مؤتمر الإعلام والقانون، كلية الحقوق جامعة حلوان، 1999م، ص 150.

(4) المادة السادسة من قانون حماية المستهلك المصري.

ويتضح من هذا النص أنّ المشرع قد أورد عدة صور للخداع الإعلاني، وهي الإعلان الكاذب الذي يؤدي إلى خلق الانطباع غير الحقيقي لدى الأفراد، والإعلان المضلل الذي لا يحتوي على صورة من الكذب، ولكن يصاغ بشكل يؤدي إلى تضليل المستهلك، وبالتالي وقوعه في خلط أو غلط.

إلا أنّ الباحث يرى أنّ الإعلان الذي يؤدي إلى وقوع المستهلك في غلط أو خلط؛ ما هو إلى صورة للإعلان المضلل، حيث إنّ الوقوع في الخلط أو الغلط ما هو إلا نتيجة حتمية تترتب على تضليل المعن للمستهلك من خلال إعلانه الخادع أو المضلل.

ويرى البعض أيضًا في هذا الصدد أنّ الفارق بين الإعلان الكاذب من جانب والإعلان المضلل والخادع من جانب آخر، يكمن في أنّ الأخيرين لا يتضمن أي بيانات كاذبة بطبيعتها ولكنهما يُصاغان في عبارات تؤدي إلى الخلط أو الغلط⁽¹⁾. وعليه فإنّ الخداع في الإعلان الكاذب يكون أكثر وضوحًا، ويذهب البعض الآخر إلى القول بأنّ الإعلان المضلل يتسع نطاقه بحيث يشمل كافة صور الإعلان الكاذب.⁽²⁾

ويثار التساؤل حول ما إذا كانت عبارات المادة السادسة من قانون حماية المستهلك تشمل تجريم صور الإعلانات غير المشروعة كإعلانات المستترة والمقارنة؟ وعلى ما يبدو للباحث من ظاهر هذه المادة أنّها لم تجرم سوى الإعلانات الكاذبة أو المضللة التي تؤدي إلى إيقاع المستهلك في خلط أو غلط، وإن كان يمكن حمل تحريم الإعلانات المقارنة حال تضمنها لما يخالف مقتضيات حماية المستهلك على هذا النص، باعتبارها إعلانات تؤدي إلى وقوع المستهلك في خلط أو غلط.

ولكن تظلّ الإعلانات المستترة بمنأى عن التجريم، حيث إنّ أولى مفترضات الحماية في المادة سالفة الذكر أن تكون وسيلة التضليل إعلانًا، وهو ما لا يتلاءم مع طبيعة الإعلانات المستترة التي لا تتخذ أبدا وصف الإعلان الظاهر؛ وعليه لا نرى المشرع كان موفقًا بصدده، حيث كان من الواجب أن ينالها بالتجريم حرصًا على تدعيم قواعد وأحكام حماية المستهلك من ناحية وضمان حياد وموضوعية وسائل الإعلام من ناحية أخرى، وأخيرًا تحقيق قدر من الشفافية

(1) أبو العلا علي أبو العلا النمر، المرجع السابق، ص936، أنظر أيضا صفوت محمد العالم، المرجع السابق، ص150.

(2) محمد حسين عبد العال، المرجع السابق، ص43.

في مجال المعاملات التجارية، مما يزكي من روح المنافسات المشروعة وينأى بالسوق عن بعض الممارسات غير المشروعة التي ينعكس مردودها السلبي على كافة أطراف السوق.⁽¹⁾ وفي هذا المقام وجد الباحث اختلافاً كبيراً بين الكذب الجنائي الوارد في المادة (372) من قانون العقوبات الجزائري المقابلة لنص المادة (405) من قانون العقوبات الفرنسي وبين الكذب المدني المنصوص عليه في المادة (86) من القانون المدني الجزائري المستوحاة من نص المادة (1116) ق م ف.⁽²⁾

ويؤكد وجهة النظر هذه نص المادة (16) من اللائحة التنفيذية لهذا القانون، والتي اعتبرت أنه يعد سلوكاً خادعاً كل فعل أو امتناع من جانب المورد أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه إلى خلط أو غلط، وذلك متى انصب هذا السلوك على أي عنصر من العناصر المبينة في المادة 17 من هذه اللائحة.⁽³⁾

(1) نزيه صادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982م. ص 49.

(2) ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، جامعة وهران، الجزائر، 2013م، ص 37.

(3) ممدوح محمد خيرى هاشم المسلمي، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998م. ص 21. نزيه صادق المهدي: الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982م. ص 49.

المبحث الثاني

أركان جريمة الإشهار المضلل

بالإضافة إلى الركن الشرعي في جريمة الإشهار المضلل تقوم بتوافر ركنين ؛ أحدهما مادي يقوم على النشاط، هذا النشاط يلزم فيه أن يكون إعلانًا خادعًا أو مضللًا عن خدمة أو مال أي وجود إشهار وإتسامه بالخداع والكذب والتضليل، والآخر معنوي؛ يتخذ صورة القصد الجنائي أو الخطأ، ونتناول بالشرح الجرائم الماسة والمتعلقة بجريمة الإشهار المضلل، ثم نبين القواعد العامة التي تقوم عليها الإشهارات المضللة وأخيرًا تطبيق جريمة النصب والاحتيال علي الإشهار المضلل.

المطلب الأول

مختلف الجرائم التي تمس بجريمة الإشهار المضلل

قد ينطبق موضوع الكذب أو التضليل على عدة مجالات تتصل بالمنتج ذاته أو الخدمة ذاتها إذا انصبَّ على وجود المنتج أو الخدمة أو طبيعته أي حقيقته أو ذاتيته أو نوعه أو خصائصه الجوهرية، ويكون التضليل متعلقًا بعناصر خارجة أو مستقبلية عن المنتج أو السلعة أو الخدمة، إذا انصب على الدافع إلى البيع أو شروط هذا البيع أو الثمن وأوضاع الوفاء به، ومدى التزامات المعلن وشخص التاجر وصفاته الحقيقية.⁽¹⁾

ولا بد كذلك من التعرض إلى الإشهار المقارن باعتباره يؤدي إلى التشهير واللبس وكذلك تميز بينه وبين الإعلان المضلل، وفيما يلي تفصيل مجالات التضليل عن طريق الإشهار: ففي الفرع الأول تناولنا التضليل المتصل بذات المنتجات أو الخدمات أما الفرع الثاني خصصناه للتضليل الخارج عن ذات المنتجات أو الخدمات.

الفرع الأول

التضليل المتصل بذات المنتجات أو الخدمات

ذاتية المنتج هي: "مجموع الصفات الأساسية للمنتج التي تلازمه والتي لولاها لما أقدم البعض على التعاقد، والتي يغير فقدانها من طبيعة المنتج، وينبغي أن يقع التضليل في إحدى هذه الصفات الجوهرية بما يشوه طبيعة المنتج، ويكون التضليل في الإعلان متصلًا بذات المنتج أو الخدمة إذا وقع على المنتج أو الخدمة منظورًا إليه ذاته، وهو ما يتحقق إذا كان محل هذا

(1) غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، منشورات زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2006، ص114.

التضليل هو وجود المنتج أو الخدمة من حيث الأصل أو حقيقته أو مكوناته أو نوعه أو خصائصه الجوهرية أو الجدوى، أي النتائج المتوقعة منه أو العدد أو الكمية أو المقاس أو الوزن أو الكيل أو طريقة الصنع أو تاريخ هذا الصنع أو المصدر.⁽¹⁾

ويشمل التضليل المتعلق بذات المنتج والخدمة وجود المنتجات والخدمات حيث إنّه قد يكون الإعلان على منتجات أو خدمات غير موجودة، وقد قضى القضاء الفرنسي باعتباره إعلاناً مضللاً؛ قيام التاجر بالإعلان عن وجود رصيد كبير لديه من منتج معين الأمر الذي يدفع بعض التجار الذين كانوا معتادين على استيراد ذلك المنتج إلى عدم استيراده والتعاقد معه، وتبين أنّه لا يملك سوى رصيد محدود من المنتج⁽²⁾، وكذا قيام وكالة سفر عن إعلان تنظيم رحلة سفر إلى جزيرة صقلية وتضمين الرحلة زيارة المدينة وقلعة مشهورة وهذا لم يتم⁽³⁾، كذلك الإعلان عن وجود غسالات من علامات تجارية متعددة ومشهورة وفي الحقيقة يوجد نوع واحد ليس معروفاً في السوق، أو إعلان تاجر عن بيع خمسين وحدة من منتج بسعر التكلفة في حين لا يجد الجمهور إلا تسعة فقط أو إعلان شركات الإنترنت عن وجود خدمات أو أسعار وفي الحقيقة عدم توفر تلك الخدمات أو تلك الأسعار، وقد يضللون الزبائن بشأن الكمية بالقول أنّ الكمية محدودة والأمر ليس كذلك.⁽⁴⁾

هذا ولقد نص المشرع المصري في القانون 181 لحماية المستهلك لسنة 2018م على التزام المورد بتجنب السلوك الخادع متى انصب على "طبيعة السلعة، مصدر السلعة...". ويستنتج الباحث أنّ المشرع المصري قد عمل على ضمان تجريم التضليل في كافة العناصر الجوهرية الماسة بالسلعة.

وكذلك نص في المادة (4) من القانون نفسه على أنّه يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية وعلى الأخص مصدر المنتج وثمانه وصفاته وخصائصه الأساسية⁽⁵⁾. وعلى ذلك يدخل ضمن هذا النوع التضليل المتعلق بالآتي:

(1) غسان رباح، المرجع السابق، ص 115

(2) السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 2003 ص 110.

(3) غسان رباح، مرجع سابق، ص 116.

(4) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 111.

(5) المادة 181 و 04 من قانون حماية المستهلك المصري، ج ر، العدد 37، المؤرخة في 13-09-2018.

1- ذاتية المنتجات أي طبيعتها أو حقيقتها:

ويقصد بطبيعة أو ذاتية أو حقيقة الشيء: "مجموعة العناصر المميزة للشيء والتي تكون دافعاً للإقبال عليه، وهي تشكل الطبيعة المادية للشيء، ويكون هناك كذب وتضليل في هذا الشأن إذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء، ولقد اعتبر القضاء المقارن إعلان تضليلي الإعلان على أن مدفأة تتكون بعض أجزائها من البرونز مع أن الأمر يتعلق بمعدن يقل كثيراً عن البرونز أو الإعلان عن بيع مخطوطات نادرة أصلية لم يسبق نشرها على خلاف الواقع، كذلك الإعلان عن مربى مستخلصة من ثمار فاكهة تركت تنضج في الشمس مع أن الأمر يتعلق بمربى صناعي مضاف إلى عصير فاكهة مستورد.⁽¹⁾

وبخصوص الخدمات فإنّ القضاء قد اعتبره إعلاناً مضللاً قيام أحد شركات السياحة بالإعلان عن تنظيم رحلات تتوافر فيها إقامة مريحة في فنادق ثلاثة نجوم على بعد 50 متراً فقط من البحر والواقع أنّ المسافة هي كيلومتر ولم تكن كل حجراته من الفئة المعلن عنها.

2- مكونات المنتج :

ويكون هناك تضليل في الإعلان بشأن مكونات المنتج إذا كان هناك فارق كبير في تكوين الشيء الموجود بالفعل وتكوينه الذي ورد في الإعلان.⁽²⁾

ومن تطبيقات القضاء المقارن في هذا الشأن اعتبار مجلس قضاء باريس، إعلاناً مضللاً الإعلان عن منتجات من الأثاث على اعتبارها مصنوعة بالكامل من خشب الجوز في حين أنها في الحقيقة مصنوعة من خشب أقل جودة، غاية ما في الأمر أنه مغطى برقائق خارجية من خشب الجوز، وكذا اعتبار القضاء الفرنسي من قبيل الإعلانات المضللة إعلان مصنع للمربى على وجود مربى طبيعية خالية من الصوديوم يوصي بها الأطباء للراغبين في اتباع نظام غذائي خاص في حين هناك في الحقيقة نسبة من الصوديوم، كذلك الادّعاء مثلاً أنّ ساعة من ذهب وهي في الحقيقة فقط طليت بالذهب، وقد تكون الإعلانات عن مستحضرات تجميل مستورد من جزر تاهيتي يضع، كما كان يصنعه القدماء عن طريق نفع الزهور الطبيعية في زيت الكاكاو مع أنه مكون من عطور صناعية.⁽³⁾

(1) غسان رباح، المرجع السابق، ص 118.

(2) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 115 و 116.

(3) غسان رباح، المرجع السابق، ص 120، 121.

3- النوع أو الصنف:

يُقصد بالنوع أو الصنف: "مجموعة الخصائص التي تميز منتجًا معينًا من المنتجات من نفس الجنس وتسمح بتمييزها عن غيرها، قد تظهر خطورة الإعلان الكاذب أو المضلل بشأن النوع أو الصنف في هذه الأحوال التي يعطي فيها المستهلك اهتمامًا خاصًا بالنوع أو الصنف فالمنتجات قد تتماثل من حيث المظهر ولكنها تختلف فيما بينها حسب النوع مما يترتب عليه تغير قيمتها في نظر المتعاقدين، والخيول أنواع متعددة والزيوت أنواع متعددة وغير ذلك.⁽¹⁾

فالفائدة المرجوة والممكنة أو الفاعلية أو الأثر المتاح للمنتج أو الخدمة محل الإعلان، وقد اعتبر القضاء المقارن إعلانًا مضللًا ذلك المتضمن الإعلان عن مركب فعال بنسبة 100% في علاج حالات الصلع في حين أن النتائج كانت بخلاف ذلك.⁽²⁾

وتجدر الإشارة في هذا الخصوص أن القضاء الفرنسي لا يعتبر الإعلان مضللًا إذا كان الكذب مبالغ فيه بشكل لا يصدقه أحد، حيث قضت محكمة باريس وأيدتها محكمة الاستئناف، بأن الإعلان الخاص ببعض الحقائق، والذي أظهر أن مباريات في كرة القدم استبدلت فيها الكرة بالحقائب، دون أن يصيب الحقائق أي ضرر، وبعدها استبدل اللاعبون بآلات الحفر الكبرى التي كانت تمر بالحقائب دون أن تلحق بها أي أثر، إذ اعتبرت هذه المبالغة الكبيرة لا تشكل إعلانًا مضللًا؛ لأنها بذلك الشكل لا يمكن أن تخدع أحدًا.⁽³⁾

4- طريقة الصنع:

أمّا عن طريقة التصنيع فقد زاد اهتمام المستهلكين مؤخرًا بطريقة صنع المنتجات؛ لأن بعض المنتجات قد تُصنع بطرق مختلفة، فمثلًا الزيوت قد تُعصر بطريقة يدوية وقد تُعصر بطريقة ميكانيكية وقد يفضل المقتني طريقة عن الأخرى، لذلك يُعتبر كل إعلان يتضمن الصنع بطريقة معينة على خلاف الحقيقة إعلانًا مضللًا.

هذا وقد اعتبر القضاء المقارن من قبيل الإعلان المضلل؛ الإعلان المتضمن أن الخبز مُعدّ في فرن وقوده الخشب، في حين أنه في الحقيقة يشتغل بالكهرباء.

(1) غسان رباح، المرجع السابق، ص 122.

(2) غسان رباح، المرجع نفسه، ص 123.

(3) طحطاح علال، المرجع السابق، ص 176.

5- تاريخ الصنع:

أمّا عن تاريخ الصنع فيتصور في المنتجات دون الخدمات، ذلك أنّه يتعلّق بتاريخ الصلاحية فيتمّ في الإعلان تقديم أو تأخير تاريخ الصلاحية ويُعدّ هذا من قبيل الإعلان المضلل.⁽¹⁾

6- المصدر أو الأصل:

ويتعلّق المصدر أو الأصل بمكان الإنتاج أو الاستخراج أو بالنسب إذا تعلّق الأمر بالحيوانات، وقد اعتبر القضاء المقارن الإعلان المتضمن أنّ البنّ برازيلي من نوع معين على غير الحقيقة إعلاناً مضللاً.⁽²⁾

كما يُعتبر من ضمن الإعلانات المضللة وصف ساعة مثلاً مصنوعة محلياً على أنها ساعة سويسرية، أو وصف قطع غيار مقلدة على أنها أصلية، أو القول بأنّ خدمة ما، تقدم بطريقة ما وهي على خلاف ذلك، كالقول أنّ قلي الدجاج على الطريقة الأمريكية أو الإيطالية والحقيقة غير ذلك.

الفرع الثاني

التضليل الخارج عن ذات المنتجات أو الخدمات

ولا يرتبط التضليل في هذه الحالة بذات المنتج أو الخدمة محلّ الإعلان وإنّما بأمر خارجة عنها، كالدافع إلى البيع أو شروط هذا البيع وقدر التزامات المعلن والتمن وأحكام الوفاء به أو بشخص المعلن ومؤهلته، وهو ما يأتي تفصيله:

1- الدافع إلى البيع:

إنّ الإعلان قد يتضمّن ذكر أسباب البيع، وتتعلّق هذه الأسباب بأوضاع قانونية أو اجتماعية خاصة قد تولد لدى الجمهور اعتقاد وجود شروط استثنائية للبيع لمصلحة المشتري؛ كذكر الإفلاس أو الحريق أو حجز البضاعة أو وقف النشاط وغلق المحل التجاري وتصفية الشركة وغير ذلك، مع أنّ تلك الأوضاع غير صحيحة، وإنّما الهدف منها التأثير على الجمهور، وهذا ما يجعل الإعلان الصادر في مثل هذه الحالة إعلاناً مضللاً.

ومن ثمّ فقد قرر القضاء المقارن في مصر وفرنسا بالخصوص بأنّ الادعاء أن سبب البيع هو غلق المحل التجاري وتصفية كلّ مخزونه من الملابس ولو كان على حساب الأسعار التي

(1) غسان رباح، المرجع السابق، ص124.

(2) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص133.

تكون منخفضة وذلك لوجود حالة استعجال يعتبر إعلاناً مضللاً⁽¹⁾ كما اعتبر من قبيل الإعلان المضلل الإعلان المتضمن أن البيع يكون بخسارة ما بين 50 و70% بسبب أن البضاعة دمرها الحريق وهذا على خلاف الحقيقة، كذلك يعتبر من الإعلانات المضللة قيام البائعين في مرحلة سابقة برفع الأسعار بنسب كبيرة، ثم بعدها الإعلان عن القيام بتنزيلات مغرية لجلب المستهلكين.⁽²⁾

2- شروط البيع:

وتتعلق شروط البيع بالثمن والتسليم والضمان إلى غير ذلك من شروط البيع، فإدراج المعلن شروط بيع لا توجد عند عملية البيع يجعل الإعلان مضللاً، وعليه اعتبر القضاء الفرنسي أن الإعلان عن بيع سيارة والتأكيد أن التسليم يتم حالاً لكن بعد التعاقد يتبين أن التسليم لا يتم حالاً يُعتبر إعلاناً مضللاً.⁽³⁾

3- مقدار التزامات المعلن:

إن الإعلان قد يتضمن ذكر قدر من التزام المعلن لا يستطيع المعلن تنفيذه في الواقع وذلك كأن ينصب التضليل على التسليم الفوري أو الضمان ذلك بإعلان صاحب معرض للسيارات أن التسليم فوري، وعند التعاقد يتبين أنه لا يتم في الحال، وقد يعلن صاحب قاعة حفلات عن إمكانية تنظيم حفل زفاف فيه 1000 شخص ويظهر بعدها أن استيعاب القاعة أقل من ذلك بكثير.⁽⁴⁾

4- البيانات المتعلقة بالمعلن:

وذلك كأن يلجأ المعلن إلى انتحال صفة معينة لدفع المتلقي للرسالة الإشهارية لثقة فيه أو يزعم حصوله على شهادات تأهيل أو خبرة خاصة.⁽⁵⁾

5- الثمن:

أمّا الثمن فكأن يتضمن الإعلان تحديد ثمن معين، وعند التعاقد يطلب ثمن أكثر مما يجعل الإعلان تضليلي.⁽⁶⁾

(1) غسان رباح، المرجع السابق، ص128.

(2) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص137.

(3) غسان رباح، مرجع سابق، ص130.

(4) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص137.

(5) بن قري سفيان، المرجع السابق، ص31.

(6) السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص137.

6- الادعاء بصفة معينة أو مزية:

ذلك أنه يُعدُّ إشهاراً مضللاً تمّ التدليس فيه على جمهور المستهلكين الإشهار الذي يُنسب فيه العون الاقتصادي صاحب الإشهار لنفسه زوراً أنه يحمل جوائز أو شهادات أو ميداليات رسمية أو خاصة أو الزعم بوجود أسس علمية، في حين أنّها في الواقع غير متوفرة أو غير جدية، كما يتضمن استعمال شعار أو علامة تجارية دون وجه حق كاستعمال علامة مقلدة أو شبيهة فيعتبر إعلاناً مضللاً إذ ادّعى صاحب الإعلان أنّه يمتلك درجات علمية أو صفة معينة كأستاذ حاصل على شهادات جامعية أو مخترع.⁽¹⁾

والباحث يرى أنّ الإشهار المضلل يشكل في حد ذاته خداعاً، ذلك أن الخداع هو القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرًا يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع.

وقد يكون الإعلان مضللاً وذلك بصرف النظر عن حقيقة المنتج محل الإعلان وذلك بسبب كيفية إجراء الإعلان أو الأشخاص المتدخلين فيه، إذ قد يستعمل أحد الأشخاص الغير معروفين على أساس أنه خبير في مسألة معينة فإذا ظهر أنه ليس خبيراً عدّ الإعلان مضللاً؛ ذلك أنّ الخبراء ليسوا على درجة كبيرة من الشهرة وعلى خلاف ذلك لو ظهر أحد المشاهير على أنه خبير وهو ليس كذلك فإنّ الإعلان لا يُعدُّ مضللاً، ذلك أنّ الجمهور يدرك حقيقته، والهدف من ذلك هو فقط لفت انتباه المستهلكين فقط.⁽²⁾

المطلب الثاني

القواعد العامة لأركان الإشهار المضلل

لا تُعدُّ جريمة الإعلان الكاذب والمضلل كغيرها من الجرائم بالنسبة للأركان المكون لها؛ حيث قد يأخذ فيها بالركن المادي والمعنوي، وقد يكتفي فيها بالركن المادي فقط دون اشتراط الركن المعنوي؛ لأنّها ذات طبيعة خاصة تأخذ بالنتيجة التي يحققها الإعلان وتأثر على المتلقي، ولا يهمُّ بعد ذلك إذا كانت بقصد، وهذا ما أتجه إليه القضاء الفرنسي مؤخراً؛ لصعوبة إثبات الركن المعنوي.⁽³⁾

(1) بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 31

(2) طحطاح علل، المرجع السابق، ص 177 و 178.

(3) يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة الحقوق والعلوم السياسية بكلية الحقوق جامعة منتوري، قسنطينة، العدد 32،

المجلد ب السنة 2009، ص 307، 308.

وعليه فإنه لقيام جريمة الاشهار المضلل ينبغي أن تتوافر ثلاثة أركان؛ الركن الشرعي والمادي والمعنوي، وسنقوم بالتعرض بالشرح لتحديد الاركان التي تقوم عليها الجريمة.

الفرع الأول

الركن الشرعي

لقد عاقب المشرع الجزائري مرتكبي جريمة الإشهار الكاذب والمضلل بمقتضى نص المادة (372) القانون المدني الجزائري التي تقابلها المادة (313) من القانون الفرنسي وهي في الأصل لم تكن مخصصة لحماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل؛ رغم هذا نجد المشرع الفرنسي يستعين بها سواء قبل صدور قانون 02 جويلية 1963م الذي أنشأ جريمة الإشهار، وقد تمّ العمل بها أيضًا حتى بعد صدور قانون 27 ديسمبر سنة 1973م، وهذا إذا ارتقى الكذب أو التضليل إلى استعمال وسيلة من الوسائل التدليس التي نصّت عليها المادة (372) القانون المدني الجزائري والتي نصت عليها على سبيل الحصر وهي استعمال أسماء أو صفات كاذبة، استعمال مناورات احتيالية.⁽¹⁾

وكذلك فقد ألزم المشرع المصري المعلن والمورد في قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018م بتجنب السلوك الخادع وبصفة خاصة السلوك الذي ينصب على "طبيعة السلعة، مصدر السلعة، خصائص المنتج، جهة انتاج السلعة، نوع الخدمة".⁽²⁾

هذا وجاءت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2004 لتتنص على أنه: "يعد سلوكًا خادعًا كل فعل أو الامتناع عن فعل من جانب المورد أو المعلن الذي يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في غلط متى انصب السلوك على أي عنصر من العناصر المبينة في المادة (17) من اللائحة".

كذلك فإنه ينبغي الالتزام في الإعلان بالأخلاقيات والذوق العام وعدم تضمينه أية عناصر من شأنها الحط من الكرامة الإنسانية أو الإساءة للآداب العامة والحث على العنف، حيث تنص المادة الثانية من قانون حماية المستهلك المصري على: "حق المستهلك في الكرامة الشخصية

(1) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال والتزوير، ج2، ط8، دار هومة، الجزائر، سنة 2008م، ص326.

(2) أنظر: الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، 13/9/2018م، ص81.

واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد المجتمعية"، ولرئيس جهاز حماية المستهلك أن يستدعي الشركة المعلننة وإخطارها بالوقف الفوري للإعلان، وفي حالة عدم الالتزام بتنفيذ قرار مجلس إدارة الجهاز يتم إحالة الأمر إلى النيابة العامة واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة وتختص المحكمة الاقتصادية في القانون المصري بالنظر بالدعاوي الجنائية الناشئة عن الجرائم الواردة في قانون حماية المستهلك المصري رقم (67) لسنة 2008م، وتختص الدوائر الابتدائية بالمحكمة الاقتصادية بالنظر في قضايا الجرح عن الجرائم الواردة في قانون حماية المستهلك اختصاصا استثنائياً -أي انفرادياً- لا تشاركها فيه محكمة غيرها وتخضع النزاعات التي تنشأ بين الموردين أو المعلنين والمستهلكين إلى لجان تشكل بقرار من مجلس الإدارة.⁽¹⁾

○ استعمال أسماء أو صفات كاذبة

تقع جريمة النصب والاحتيال عند اتّخاذ المتهم اسماً كاذباً أو صفة غير صحيحة ولو لم يصحب ذلك استعمال مناورات احتيالية وتتم هذه الجريمة بانتحال شخصية الغير أو اسم الغير بشكل يدعو للتصديق ولكن يجب أن لا يكون الادّعاء واضح الكذب بحيث يتبين حقيقته الشخص العادي.

○ استعمال المناورات الاحتيالية

والمناورات الاحتيالية هي: "كذب مصحوب بمظاهر خارجية فلا تتحقق المناورة الاحتيالية بمجرد القول والادّعاء الكاذب ولو كان قائلها قد بالغ في تأكيد صحتها إلى درجة التأثير على الضحية، فأقل ما يتطلبه القانون من كل شخص هو ألاّ ينخدع بمجرد الأقوال ولكن المناورات تتحقق إذا اصطحب الكذب بأعمال مادية أو مظاهر خارجية والمظاهر الخارجية وتتمثل غاية استعمال الطرق الاحتيالية التي حددتها المادة (372) على سبيل الحصر بالأغراض الآتية:⁽²⁾

- إيهام الناس بوجود مشاريع كاذبة.
- إيهام الناس بوجود سلطة خيالية أو اعتماد مالي.
- إحداث الأمل في الفوز أو الخشية من وقوع أحداثٍ وواقعة وهمية.

(1) يراجع: البند (15) من المادة (4) والمادة (5) من قانون إنشاء المحاكم الاقتصادية المصري رقم (120) لسنة 2008م، الصادر عن رئاسة الجمهورية بتاريخ 22 مايو 2008م.

(2) المادة (372) من القانون رقم 01/09 مؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق ل 25 فبراير سنة 2009م، يعدل ويتم الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 08 يونيو سنة 1966م، والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.

ويقوم مفهوم الإشهار على ثلاث عناصر: الإعلان، استهداف الترويج لبيع السلع والخدمات بصفة مباشرة أو غير مباشرة، استخدام وسيلة من وسائل اتصال.

ولقد أطلق المشرع هنا على الإشهار لفظ "إعلان" والحقيقة أنّ الإشهار والإعلان مصطلحان قريبان من بعضهما إن لم نقل يحملان نفس المعنى، دليل ذلك أنّ "الإشهارات التجارية" كثيراً ما

تسمى "بالإعلانات التجارية" بل ويعبر عنهما بالفرنسية بمصطلح واحد هو "Publicité"⁽¹⁾ إلا أنّ قواعد تفسير النصوص تقتضي في مثل هذه الحالة إعمال المعنى الاصطلاحي الذي أورده المشرع لـ "الإشهار" وهو باعتباره محلّ تعريف في هذا القانون، ومقابل الالتزام بالمعنى اللغوي الدقيق للفظ "الإعلان" باعتباره جزءاً من التعريف؛ فالإعلان في اللغة هو كل ما ينشره التاجر أو غيره في الصحف والسيارات أو في نشرات خاصة تعلق في الجدران أو توزع على الناس.⁽²⁾

حيث تناول القانون الجزائري بيان الركن المادي بنصه على الإشهار في المادة 3/3 من القانون 04-02 والذي "هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة."⁽³⁾

وانطلاقاً من هذا المعنى للإعلان الذي يُقيد التعريف والنشر والإعلام الموجه للجمهور، يمكن للباحث أن يستنتج أنّ المشرع يشترط لاعتباره "الإشهار" أن تكون الرسالة التي يرمي إلى إيصالها تستهدف إخبار وإعلام الجمهور بخصائص أو مميزات سلعة أو خدمة ترويجاً لها، وعليه فإنّ استعمال المشرع لعبارة "الإعلان" فيه دلالة واضحة على صفة وخاصة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في الإشهار وهي العلانية والجمهور ومخاطبة الجمهور، ومع ذلك فإنّ استعمال المشرع المصطلح "الإشهار" قد يقضي إلى الالتباس مع الإشهار القانوني لبعض التصرفات والوقائع كالإشهار القانوني الذي تخضع له الشركات التجارية والمؤسسات الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري، والإشهار القانون المتعلق بترويج المنتجات الصيدلانية.⁽⁴⁾

(1) عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق بجامعة ورقلة، 2007م، ص120.

(2) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص148.

(3) خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2000، ص75.

(4) المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 06 جويلية 1992م، المتعلق بالإعلام الطبي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 53، المؤرخة في 06 جويلية. 1992

وعليه يُفضل ووفقاً لما يرى الباحث أن يُصطلح على الإشهار الذي ورد في القانون 04-02 بـ "الإشهار التجاري" تمييزاً له عن باقي صور الإشهار الأخرى ما دام هذا القانون يتعلق أساساً بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

هذا ومن خلال المادة (28) من القانون 02-04 والتي تنص على أنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يُعتبر إشهار غير شرعي وممنوعاً كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

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

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

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العرض الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كافي من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان تلك الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

ومن مضمون المادة المذكورة يمكن استنتاج أنّ المشرع تدخل ليضبط هذا النشاط، وذلك من خلال تحديده للحالات التي يعتبر فيها الإشهار تضليلياً وغير مشروع⁽¹⁾. وتظهر هذه الحالات كما يلي:

أولاً: الإشهار المفضي إلى التضليل

إنّ من خلال البند الأول من المادة (28)، فإنّه يُعتبر "إشهاراً غير مشروع وممنوع كل إشهار يتضمن تصريحات، أو بيانات أو تشكيلات يُمكن أن تؤدي إلى التضليل، بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته".

وعليه، يتبين من هذا البند أنّه لا يشترط أن يقع التضليل فعلاً، إنّما يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي مستقبلاً إلى تضليل المستهلك، لاعتباره غير مشروع، ومن ثمّ فإنّ تحديد مدى

(1) المادة (28) فقرة (1، 2، 3) ذكرت حالات الإشهار التجاري المضلل وتم تجريمه من خلالها أي أن المادة (28) من قانون 02-04 المحدد للقواعد الممارسات التجارية بينت متى يكون الإشهار مضللاً وهذه الحالات جاءت على سبيل المثال وليس سبيل الحصر.

انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار، وفي ذلك تكريماً لحماية المستهلك (1).

هذا ولقد واجه المشرع الجزائري تضليل المستهلك في نصوص تشريعية أخرى منها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 19 يونيو 2003م "الجريدة الرسمية 44 / 2003م"، حيث نص المشرع في المادة (7) منه على الحالات التي يرفض فيها تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وهي 9 حالات يمكن ذكر الحالتين 5 و 6 منها وهي التي تهما في هذا المقام.

فلا يمكن أن تتضمن العلامة رموزاً تحمل بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية أو أعلاماً أو شعارات أخرى أو اسماً مختصراً أو رمزاً أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة معينة إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك؛ لأنّ وضع مثل هذه الرموز على المنتج أو الخدمة من شأنه تضليل المستهلك بأن يتوهم أن هذا المنتج أو الخدمة تمّ إنتاجها في الدولة المستخدمة لهذه المنتجات، أو قد حظيت برقابة أو موافقة هيئات أو منظمات معينة، إلا إذا حصل الترخيص الذي هو بمثابة دليل على مصداقية هذه الرموز (2).

أو أن تتضمن العلامة "رموزاً يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها" ومن الواضح أنّ المشرع قد استهدف في هاتين الحالتين حماية المستهلك من أي تضليل قد يحدثه الرمز المشكل للعلامة بشأن تعريف أو خصائص المنتج أو خدمة. والأمثلة على الإشهارات التي قد تُفضي إلى التضليل، حسب هذه الصورة، عديدة يمكن التماسها من خلال أحكام القضاء في الدول التي قطعت أشواطاً في هذا المجال (3).

كما ويرى الباحث أنّه يُعدُّ إشهاراً مضللاً الإشهار الذي تدعي فيه شركة معينة أنّها تنفرد بإنتاج سلعة ما، أو تقدم خدمة معينة ذات مواصفات متميزة ثم يتبين أنّ ثمة منتجون آخرون لهم نفس القدرات، وكذلك الإشهارات التي تستعمل النجوم والمشاهير أو الخبراء والمختصين ليقروا

(1) عياض عماد الدين، المرجع السابق، ص126.

(2) الفقرة (5 و 6 من المادة 7) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

(3) هذه الأمثلة والأحكام القضائية المتعلقة بها موجودة في أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص173.

صحة ما ورد بما حول خصائص المنتج أو الخدمة محل الإشهار انطلاقاً من تجربته الشخصية ثم يتبين خلاف ذلك.

وإذا كان التضليل في هذه الأمثلة يتم بفعل إيجابي فإنّه يتحقق كذلك بالترك، أي باتخاذ موقف سلبي يؤدي إلى حجب المعلومات اللازمة لإظهار الحقيقة الكاملة للمنتج المعلن عنه، مثال ذلك الإعلان الذي يترك انطباعاً بأنّ المشتري يستفيد من الضمان مجاناً لمدة معينة، ثم اتضح أن هناك وثيقة ملحقة بعقد البيع ينبغي توقيعها تتضمن زيادة في الثمن لاستحقاق الضمان مما يجعله ضماناً بمقابل وليس مجاناً كما ورد في الإعلان.⁽¹⁾

ولقد حكم القضاء المقارن على هذه الأمثلة من الإشهارات بعدم شرعيتها حيث إنّها تُضلل المستهلك بشأن تعريف المنتج وخصائصه. وكذلك ثار معيار تقدير التضليل هل هو معيار شخصي يُنظر فيه إلى شخص الجدل حول المتلقي في كلّ حالة على حدة، أم هو معيار موضوعي يُعتد فيه بمستوي المتلقي العادي؟

إلا أنّ القضاء قد استقرّ في فرنسا على تقدير التضليل بالقياس على مستوى المتلقي العادي⁽²⁾، أي أنّ التضليل في الإشهار لا يتحقق إلاّ إذا كان من شأنه خداع المتلقي العادي، ويبدو أنّ هذا المعيار يناسب كذلك الموقف الذي تبناه المشرع في هذه الصورة، حيث اعتبر الإشهار غير شرعي لمجرد أنّه قد يؤدي في المستقبل إلى التضليل، أي أنّ الحكم على مدى شرعية الإعلان يمكن أن يتم قبل وقوع التضليل فعلاً وقبل معرفة الشخص الذي يقع عليه التضليل، وهو يتطلب الأخذ بمعيار موضوعي في تقدير التضليل.

وانطلاقاً من هذا المعيار الموضوعي الذي مناطه المستهلك العادي من حيث الملكات الذهنية والعقلية، يرى الباحث أنّه لا يمكن الحكم بعدم شرعية الإشهار لمجرد انقياد بعض ضعفاء العقول له رغم وضوح أنّ ما يتضمنه هذا الإشهار هو ضرب من المبالغة لا يتصف لحد القول بأنّه مضلل.

(1) عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 127.

(2) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص 173.

ثانياً: الإشهار المفضي إلى اللبس

نصت المادة (02/28) على أنه يُعتبر إشهاراً تضليلياً غير شرعي وممنوعاً "إذا كان يتضمن عناصر من شأنها أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو منتجاته أو خدماته أو نشاطاته".⁽¹⁾ ويتبين من هذا النص أنّ المشرع في هذه الصورة أيضاً لم يستوجب وقوع اللبس فعلاً، بل يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل، كما أنّ المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أيّ قصد للبس لدى صاحب الإشهار، وعليه فإنّ الإشهار في هذه الصورة أيضاً يُشكل جريمة مادية.⁽²⁾ والسبب في حظر هذا النوع من الإشهارات بالنسبة للمستهلك، وكما يرى الباحث يكمن في أنّ اللبس الحاصل نتيجة الإشهار من شأنه توليد الشك والأوهام في ذهن المستهلك، فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتناؤه فعلاً من السلع والخدمات أو التعاقد مع من لم يكن ينوي التعاقد معه، فتحدد بذلك إرادته عن منحها الصحيح نتيجة ما لحقها من بلبلة وتشويش، ولا يكون ذلك إلا إذا كان هذا الإشهار يتضمن عناصر تقليد منتج أو سلعة أو نشاط بائع آخر، وعلى ذلك فإنّ المشرع من خلال حظره للإشهار المفضي للبس يستهدف حماية رضا المستهلك وذلك بأن يكون اختياره حرّاً ونزيهاً لا يشوبه أيّ لبس أو تسويق.

والفرق بين الإشهار المفضي للتضليل، والإشهار المفضي لللبس يكمن في أنّ المشرع في الصورة الأولى قد ركّز على ضرورة أن تكون بيانات الإشهار وتشكيلاته صادقة تدلّ بدقة تعريف المنتج أو الخدمة ومميزاتها وخصائصها، أي ضرورة أن يلبي المنتج أو الخدمة الرغبات التي يُمكن أن يتوقعها المستهلك عند مشاهدته للإشهار من حيث خصائص المنتج أو الخدمة ووظيفته ومنفعته وجدواه، أمّا بالنسبة للإشهار المفضي لللبس فإنّ المشرع حرص على حرية ونزاهة اختيار المستهلك، وبالتالي حتى وإن كانت البيانات التي وردت في الإشهار صحيحة وتدلّ على حقيقة المنتج أو خدمة محل الإشهار فإنّ الإشهار يُعتبر مضللاً متى كان من شأنه أن يجعل المستهلك يتعاقد مع بائع لم يكن يقصده على سلعة أو خدمة لم يقصد اقتناؤها، حتى وإن كانت هذه السلعة أو الخدمة تلبي رغباته، وعلى ذلك فإنّ الحماية في هذه الصورة تبدو أرقى وأبعد من التي سبقتها.

(1) المادة (2/28) من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الفقرة الثانية من هذه المادة جاءت

تتكلم عن صورة من صور الإشهار المضلل وهو الإشهار المفضي لللبس.

(2) عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص128.

ولا شك أنّ حظر الإشهار المفضي إلى اللبس من شأنه أن يُكرس نزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين، التي جسدها المادة (27) من القانون 02/04 خصوصاً في فقرتها الثانية التي تنصّ على أن: "تُعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في أحكام هذا القانون لاسيّما الممارسات التي يقوم من خلالها اقتصادي بما يأتي...2. تقليد⁽¹⁾ العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس⁽²⁾، أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به كسب زبائن هذا العون الاقتصادي بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك".

وهذا يقود حتماً إلى التساؤل حول الفرق بين الإشهار المفضي إلى اللبس وفقاً للمادة (2/28)، وبين ما أورده المادة (2/27)، وبالتمعن في النصين تتبين الفوارق التالية:⁽³⁾

1. أنّ المشرع في المادة (2/27) قد اشترط أن يكون ثمة "تقليد" لعلامة أو منتج أو خدمة أو إشهار عون اقتصادي منافس، أي اشترط ركناً مادياً يتمثل في "التقليد"، في حين لم يشترط ذلك في المادة (2/28) وإنما اعتدّ بكلّ شيء من شأنه أن يؤدي إلى لبس المستهلك حتى ولو لم يرقى لدرجة التقليد، أي حتى مجرد التشابه.

2. أنّ المادة (2/27) اشترطت سوء نية العون الاقتصادي ركن معنوي، وذلك بأن يُقصد من التقليد كسب زبائن العون الاقتصادي المنافس بزرع الشك والوهم ذهن المستهلك، في حين لم تشترط المادة (2/28) أيّ ركن معنوي، بحيث يكفي أن يكون العنصر من شأنه إحداث اللبس سواء قصد البائع التلبيس أم لم يقصد.

3. أيضاً المادة (2/27) اشترطت أن يكون ضحية التقليد هو "عون اقتصادي منافس" في حين لم تصرّح المادة (2/28) بضرورة أن يكون بائعاً الملبس عليه منافساً للبائع الذي بثّ الإشهار وإنما ذكرت "بائعاً آخر"⁽⁴⁾.

(1) "تقليد" يقصد به إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز .

(2) عرفت المادة (1 / 2) من القانون 02-04 العون الاقتصادي.

(3) عياض عماد الدين، المرجع السابق، ص129.

(4) نستنتج من المادة (2 / 27) أنّه لكي يكون هناك لبس يجب أن يكون ضحية التقليد عون اقتصادي ويجب أن تكون هناك منافسة بين الأعوان الاقتصاديين.

4. لم يشترط المشرع أيضًا في المادة (2/27) أن يتمّ "إشعار" العلامة⁽¹⁾ أو المنتج أو الخدمة محلّ التقليد ترويجها للجمهور إنّما يكفي لاعتبارها ممارسات تجارية غير نزيهة أن يكتشف التقليد حتى قبل الترويج متى توفر باقي الشروط المذكورة.

أمّا بالنسبة للمادة (2/ 28) فإنّ المشرع يشترط أن يكون هناك "إشهار" يروج لسلعة أو منتج يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي للالتباس مع منتج أو خدمة بائع آخر.

يستنتج الباحث من هذه المقارنة أنّ المشرع قد تشدد بشأن الشروط الواجب توفرها لاعتبار الممارسة التجارية غير نزيهة طبقاً للمادة (2/27) لكنه لم يشترط أن يصل الأمر إلى حدّ إشهار العلامة أو المنتج أو الخدمة محلّ التقليد في مقابل تساهل شروط قيام الإشهار المفضي إلى اللبس؛ لكون الأمر وصل في هذه الحالة لدرجة الإشهار.

وعلى ذلك فمن البديهي أن يشمل الإشهار المفضي للبس كلّ إشهار يتضمن ما ورد في المادة (27/2) أي أنّه بالضرورة ومن باب أولى أن يعتبر إشهاراً مفضياً للبس كلّ إشهار يستهدف فيه العون الاقتصادي عمدًا زرع الشك والأوهام في ذهن المستهلك، ومن خلال تقليد علامة أو منتج أو خدمة أو إشهار عون اقتصادي منافس، حيث إنّ الشكّ والأوهام التي تعمد العون الاقتصادي زرعها لدى المستهلك هي عين اللبس الذي تدخل المشرع لحماية المستهلك منه بل إنّنا نكون في هذه الحالة بصدّد أشدّ مظاهر التلبس والتضليل وعدم النزاهة، حيث يشكل عمل العون الاقتصادي في هذه الحالة جريمتين في آن واحد؛ إشهار تضليلي طبقاً للمادة (28) وممارسات تجارية غير نزيهة طبقاً للمادة (27)؛ لذا كان من الأفضل لو يضيف المشرع فقرة أخرى للمادة (38) من القانون 02-04 يشدد فيها العقوبة في مثل هذه الحالة.⁽²⁾

ومعنى أنّ المادة (2/28) لم تشترط صراحة أن يكون البائع الذي وقع التلبس على المنتج أو خدمته أو نشاطه "منافساً" للبائع الذي أصدر الإشهار، أنه حتى إذا كان البائع الآخر يمارس تجارة أو نشاطاً يختلف عن تجارة أو نشاط صاحب الإشهار؛ فإنّ ذلك لا يمنع من اعتباره إشهاراً تضليلياً، ولو أراد المشرع عكس ذلك لنص صراحة على صفة المنافس في البائع ضحية اللبس

(1) "العلامة" يُقصد بها شعار ورمزاً مميزاً للإنتاج والخدمات على نحو يمكن المستهلك من معرفة حقيقتها أينما وجدت فهي وسيلة ضمان للمستهلك وللمشروع يرغب فيه أمّا الثاني فتوفر له التميز عن منافسة في البيئة التجارية.

(2) المادة (38) من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولقد اعتبرت مخالفة أحكام المادتين (27)- (28) من القانون 02-04 ممارسات تجارية غير نزيهة وعاقبت عليها بنفس العقوبة وهي الغرامة من خمسون ألف دينار جزائري 50,000 د ج إلى خمسة ملايين دينار 5,000,000 دينار جزائري.

كما فعل في المادة (2/27) ولعلَّ المشرع أراد من وراء ذلك سد باب التواطؤ الذي يحصل من خلال بعض الإشعارات التي تصدر عن البائع غير منافس لكن لمصلحة بائع آخر منافس لمن وقع له اللبس، وعادة ما تستهدف هذه الإشهارات المساس بسمعة البائع الآخر لتحويل زبائنه إلى البائع المنافس الذي يظلُّ خارج الصورة.

ثالثاً: الإشهار المضخم

تنص المادة (28) في الفقرة الثالثة منها عن هذه الصورة للإشهار التضليلي للأعوان الاقتصاديين الذين يبثون وممنوعاً "كل إشهار تضليلي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أنّ العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كان من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع "ضخامة الإشهار" (1).

إذ يتصدى المشرع في هذه الصورة للإشهار التضليلي للأعوان الاقتصاديين الذين يبثون إشهارات تفوق قدراتهم الحقيقية، والملاحظ أن المشرع أيضاً لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي حتى إذا كان الإعلان المضخم سببه سوء في تقدير العون إلى الاقتصادي لقدراته الحقيقية فإن ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل. والعلة في حظر هذا النوع من الإشهارات ترجع لتأثيرها على الاستقرار، والتوازن بين العرض والطلب وما ينجر عنه من تذبذب في الأسعار وهز لثقة المستهلك (2).

ذلك أنّ الإشهار في الأصل: هو وسيلة صادقة لإعلام المستهلك الذي يتأثر بسلوكه الاستهلاكي لا بمضمون الإشهار، كذلك فإنّ الإشهار يؤثر على سلوك باقي الأعوان الاقتصاديين، وبناءً عليه فإذا كان مضمون الإشهار يُضخم من قدرات العون الاقتصادي على نحو يوحى بقدرته على تلبية حاجيات المستهلك من سلعة أو خدمة معينة في حدود ما يستشف صراحة أو ضمناً من الإشهار، فإن هذا سيبعث الثقة في نفس المستهلك من ناحية، ومن ناحية أخرى يجعل بعض الأعوان الاقتصاديين الآخرين يوجهون نشاطاتهم نحو سلع وخدمات يحتاجها المستهلك نتيجة نقص العرض بشأنها، وهذا يتوازن مع العرض والطلب حسب قواعد السوق فإذا كان الإشهار غير واقعي مضخماً بأن كانت قدرات العون الاقتصادي صاحب الإشهار لا تمكنه

(1) المادة (03/28) من قانون 02-04 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والفقرة الثالثة من هذه المادة جاءت توضح لنا من أنواع الإشهار المضلل وهو الإشهار المضخم.

(2) عياض عماد الدين، مرجع سابق، ص 135.

من تغطية طلبات المستهلكين من السلع والخدمات على النحو الذي يوحي به إشهاره، انعكس ذلك على توازن السوق فيقل العرض مقارنة مع الطلب وهو ما يستتبع عجز السوق عن تلبية حاجات المستهلك وما يرافق ذلك من ارتفاع الأسعار.⁽¹⁾

بالإضافة إلى هذا فإنَّ الإشهار المضخم يُعتبر من الوسائل الهامة التي تُستعمل في التخفيض المصطنع للأسعار قصد إلحاق الخسارة بالمنافسين خصوصاً الصغار منهم، وإقصائهم من السوق ثم التفرد بالاحتكار، وهذا النوع من الممارسات حظره المشرع في الأمر 03/03 المتعلقة بالمنافسة الذي تطرقت المادة (6) منه لبعض الممارسات المحظورة باعتبارها مقيدة للمنافسة من بينما "عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها لذا فإنَّ حظر الإشهار المضخم فيه تكريس الحرية المنافسة. ويتضح من خلال المادة (3/28) أنَّ الحكم على إشهار معين بالتضخيم يستلزم توفر شرطان:⁽²⁾

1. ينبغي أن يتضمن الإشهار عرضاً معيناً لسلع أو خدمات: فهذا العرض هو الذي يمكن من خلاله الحكم على حجم التضخيم الذي مارسه العون الاقتصادي بعد الوقوف على قدراته الحقيقية. والعرض قد يكون محدداً، كأن يذكر الإشهار المدة التي تتوفر فيها السلعة أو الخدمة كاستعمال عبارة "متوفر طيلة شهر رمضان" أو "مستعدون طيلة فصل الصيف"، وقد يستشف تقدير العرض من الإشهار ضمناً كأن يستخدم عبارة "فرصة للمواطن الجزائري" فهذه العبارات وغيرها تدل على أن العون الاقتصادي قادر على تغطية كل متطلبات الشعب الجزائري أو سكان الجنوب مثلاً عندما نقول أن هناك مجموعة من المكيفات مخصصة لسكان الجنوب، ويستشف هذا من خلال الترويج لها في اللوحات الإشهارية الموجودة في أنحاء الوطن وهذا دليل يبين أنَّ هذا الإشهار موجه إلى كافة أنحاء الوطن.

ذلك أنَّ طريقة العرض تجعل المستهلك يتخذ قرارات تناسب تقديره لهذا الإشهار فيطمئن لتوفير السلعة أو الخدمة خلال فترة محددة أو مقدار معين بحسب ضخامة الإشهار، وقد يؤجل اقتناء السلعة أو الخدمة تبعاً لذلك، وعليه يُفترض أن تكون قدرات صاحب الإشهار مكافئة على الأقل للعرض الذي قدمه في الإشهار.

(1) خديجة قندوزي، المرجع السابق، ص75.

(2) عياض عماد الدين، المرجع السابق، ص136.

2. عجز العون الاقتصادي عن توفير السلع أو ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار: وهنا يكمن في عنصر التضليل في هذه الصورة؛ حيث يتضح أن العون الاقتصادي لا يملك مخزوناً كافياً من السلع يناسب العرض الذي قدمه أو الإشهار الضخم الذي بثه؛ كأن يكون الإشهار موجهاً لجميع الجزائريين في حين يستحيل تلبية طلباتهم جميعاً، أو يكون العدد الضخم الذي أطلقه غير مطابق للحقيقة، كما يكون العجز أيضاً إذا اتضح أنّ العون الاقتصادي لن يتمكن من ضمان الخدمات التي يفترض أنه مستعد لتقديمها مقارنة مع ضخامة الإشهار، كأن تعلن شركة النقل عدد الرحلات التي تقدمها ثم تبين أن الحافلات التي تملكها يستحيل أن تغطي هذا العدد من الرحلات، ويلاحظ من المادة (3/28)⁽¹⁾ أنها تشترط أن يكون التضخم مقصوداً؛ وعليه يكفي أن يكون سببه سوء تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية، حيث إن هذا الأخير شخص محترف يفترض دقة تقديره لقدراته المهنية، أما إذا كان الإشهار المضخم مقصوداً لأغراض معينة؛ فقد يتحول الأمر من جريمة الإشهار التضليلي إلى جريمة أخرى؛ كارتكاب ممارسة مقيدة للمنافسة طبقاً للمادة (06) من الأمر 03/03⁽²⁾، وأيضاً لم تشترط المادة (3-28) أن يقع عجز العون الاقتصادي فعلاً، ولكن يكفي أن يتبين أن القدرات الحقيقية لهذا العون الاقتصادي وقت صدور الإشهار لا تتناسب مع قدراته التي يوحي لها الإشهار.

حسب المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لم يورد المشرع الجزائري أي عبارة على اشتراط المشرع للنية في ارتكاب الجريمة، وسكوت المشرع الجزائري على القصد الخاص يعتبر دليل على نيته في اعتبارها جريمة مادية. ومنه الإشهار إذا كان ينطوي على تضليل أو كذب فقط حالف به نص المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مما يشكل جريمة قائمة، يستوجب تطبيق الجزاء الجنائي حتى ولو لم تذكر النية"⁽³⁾

(1) المادة (3/28) جاءت هذه المادة تبين لنا كيف نحكم على أن هذا الإشهار مضخم أي وضعت شروط لكي نحكم بأن هذه الإشهار مضخماً.

(2) المادة (6) الأمر 03/03 التي جاءت تتكلم عن الانعاقبات المنافية للمنافسة والتي تقوم بتنفيذ المنافسة وعرقلة قواعد السوق.

(3) علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، ص 89.

كما اشترط المشرع الجزائري وقوع النتيجة، فالاحتمال وقوع النتيجة يؤدي على قيام الجريمة في ذمة الجاني، ومنه فتعتبر جريمة الإشهار غير المشروع من الجرائم الشكلية، فهي جرائم السلوك المجرد وتتميز بخلوها من النتيجة الإجرامية، ويتكون الركن المادي فيها من السلوك الإجرامي فقط ويطلق عليها جرائم الخطر، لأن السلوك الإجرامي يعرض المصلحة المحمية للخطر دون أن يضر بها، وحسنا فعل المشرع بتكليف هذه الجريمة من الجرائم الشكلية، لكي يتمكن من وقاية المستهلك من الإشهار المضلل. (1)

الفرع الثاني

الركن المادي

إنّ الركن المادي في هذه الجريمة كغيرها من الجرائم يتكون من ثلاثة عناصر وهي (2): النشاط الإجرامي، والعلاقة السببية والنتيجة الإجرامية، والنشاط الإجرامي بوجه عام، فهو السلوك الإيجابي أو السلبي الذي يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في التضليل أو الغلط. (3)

وهذا النشاط يصدر من الجاني عن طريق فعل إيجابي يظهر في الرسالة الإشهارية بالسلعة بوجه مغاير لما هي عليه في حقيقة؛ مما يؤدي إلى تضليل المستهلك، أو باتخاذ المعلن موقفاً سلبياً يمتنع فيه عن ذكر بيانات عن سلعة أو خدمة محل الإشهار. ولا يشترط أن يكون قد وقع فعلاً بل يجرم الإشهار حتى إذا كان يحمل بيانات من شأنها أن توقع المتلقي في الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معاً. (4)

وهذا هو الذي أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة (28) من القانون 04-02 المحدد لقواعد الممارسات التجارية حيث بين لنا في هذه المادة في فقرتها (2 و 1) تحريم الإشهار التجاري عندما يكون مضللاً سواء كان في الحاضر أو المستقبل.

(1) أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص 286.

(2) مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، ط2، مركز رجا، القاهرة، سنة 2001م، ص 183.

(3) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 314.

(4) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ص 60-61.

أولاً: وجود إشهار مسبق

يجب أن يكون هناك إشهار ويتصف بأنه رسالة موجهة إلى الجمهور ولا يهم إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو سلبي، كذلك فإنه لا يهم أيضًا إذا كان محل الإشهار منقول أو عقار، أو أداء خدمة ولكن لا بد أن تكون موجهة للجمهور من أجل البحث عن إبرام عقد في المستقبل، وهو المعيار الذي وُضع لتحديد ما إذا كنا بصدد إشهار أم لا؟

أمّا إن لم يُقدم الإشهار أية معلومات متعلقة بمحل الإشهار فإننا لا نكون بصدد إشهار تجاري، ومنه تنتفي الجريمة لانتفاء الركن المادي؛ أي أنه ينبغي أن يكون هناك إشهار مسبق، ويكون قد تم بثه لحساب شخص معين يدعي "المعلن" وهذا لجلب جمهور المستهلك، وحسب القانون الفرنسي الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 1979م الذي يُعرّف الإشهار بأنه: "كلُّ كتابة شكل أو صورة موجهة لإعلام الجمهور أو لجلب انتباهه".⁽¹⁾

فالإشهار: هو فعل له تأثير نفسي على الجمهور يهدف إلى تحقيق الربح وهذا ما حاول المشرع الجزائري إبرازه في المادة (7/02) من مرسوم 1990م بأنّ الإشهار هو: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية"⁽²⁾، أي أنّ الإشهار هو عمل تجاري يهدف إلى تحقيق الربح.

ثانياً: أن يكون الإشهار كاذباً أو بطبيعة يدفع إلى الغلط

إنّ الإشهار الكاذب هو ذلك الإشهار الذي يتضمن بيانات غير حقيقة بشكل ما، ويعرض المخاطبين به إلى الغلط، فالإشهار المضلل هو ما تمّ عرضه بطريقة ما؛ ليؤدي إلى تضليل المخاطبين به، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضرراً بمصالحهم الاقتصادية، أو هو ذلك الإشهار المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في غلط وخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج وقد يتم التضليل والخداع عن طريق استخدام شخصيات معروفة لعرض منتجاتهم وإثارة دوافع الرغبة في المستهلك لاقتناء هذه السلعة، وقد يكون التضليل في الإشهار لكي يقع المستهلك في غلط وذلك بالترويج لاسم أو علامة معينة تتشابه مع اسم أو علامة أخرى

(1) يمينة يليمان، المرجع السابق، ص298

(2) المادة (7/02) من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

بتغيير بعض الحروف أو النماذج المتشابهة والتي لا يُمكن للمستهلك معرفتها أو تمييزها بمجرد الاطلاع على المنتج المعروض للاستهلاك.⁽¹⁾

ومثال ذلك التغيير في بعض حروف هذه العلامة **ADIDAS – ADIBAS**... الخ وهذا نتيجة نقص المعلومات لدى المستهلك عن العلامات والأسماء.

ومنه أيضًا أي إعلان غير مطابق للحقيقة يخضع للمسؤولية الجنائية ويحظى في تقدير ذلك للقاضي⁽²⁾، الذي له الاستعانة بذوي الخبرة في تقدير الطبيعة المضللة للإشهار، مما يثبت عدم شرعية الإشهار، ويقع على عاتق المعلن أن يثبت صحة البيانات والتصريحات أو التشكيلات الواردة في رسائله الإشهارية، وعليه نجد أن قانون الاستهلاك الفرنسي تضمن نصوص تحارب الغش والمخادعة، وذلك من أجل حماية المستهلك حيث تضم النصوص طائفتين من الأفعال⁽³⁾، الأولى: تنظمها المادة (121) وما بعدها وهي تعاقب كل من يقوم بالدعاية الكاذبة أو تلك التي من شأنها الإيقاع في الغلط.⁽⁴⁾

ثالثًا: أن يكون الإشهار الكاذب أو المضلل واقعا على إحدى العناصر المحددة في القانون لقد حدد المشرع الجزائري في نص المادة (28) من القانون 04-02 المحدد للقواعد المنظمة للممارسات التجارية العناصر التي تجعل من الإشهار غير مشروع وذلك في فقراتها الثلاثة، حيث يتطلب لقيام المسؤولية الجنائية أن يقع الإشهار الكاذب أو المضلل على إحدى هذه العناصر التي من خلالها تمّ تحريم الإشهار الغير مشروع. ويثار السؤال هنا حول الوقت الذي من خلاله يُعدّ فيه الإشهار غير مشروع فهل يُعتدّ به وقت إصداره أم وقت وصوله إلى علم جمهور المتلقين؟ وهذا الذي لم يبيّنه لنا المشرع الجزائري في هذه المادة؛ حيث اكتفي فقط بتحديد العناصر التي يكون فيها الإشهار كاذبًا ومضللًا؛ فالكذب أو التضليل في الإشهار يقع على عنصر واحد أو أكثر من عناصر المنتج أو الخدمة محل الإشهار بحيث يكون من شأنه دفع الجمهور إلى الإقبال على منتجات أو خدمات لم يكن سيقبل عليها أصلًا، ومحل الكذب أو التضليل قد يتصل

(1) على بولحية بن يوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، سنة 2000م، ص4.

(2) حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص 27.

(3) قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993.

(4) حداد العيد مداخلة تحت عنوان الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت، ملقته دولي حول التنظيم القانوني للانترنت والجريمة المنظمة، كلية الحقوق بجامعة الجلفة، 27، 28، 29 إبريل، سنة 2009م.

بالمنتج ذاته أو الخدمة ذاتها، وقد يقع على عناصر خارجة أو مستقل عن المنتج أو الخدمة، وقد يكون الكذب أو التضليل متعلقاً بالمنتج نفسه إذا انصبَّ عن وجود المنتج أو الخدمة، أو طبيعته، أي حقيقتها، أو بعبارة أخرى ذاتيته أو مكوناته، أو نوعيته، أو خصائصه الجوهرية أو فائدته، أي النتائج الممكنة انتظارها، أو العدد أو المقدار أو الكمية أو المقياس أو الوزن أو الأصل أو المصدر⁽¹⁾، وقد يتعلق الكذب أو التضليل بعناصر خارجة أو مستقلة عن المنتج أو الخدمة، إذا انصب على الدافع للبيع، وشروطه، وأوضاع الوفاء وكذلك التزامات المعلن؛ وعليه فإنَّ الفقه الفرنسي صنف أحكام قرارات القضاء إلى صنفين:⁽²⁾

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

الصنف الثاني: يتعلق بالكذب الذي يقع على عناصر خارجه عن تكوين المنتج.

لا يشترط أن يكون قد وقع فعلاً بل يجرم الإشهار إذا كان ما ورد في شأنه أن يوقع المتلقي في الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معاً.⁽³⁾ وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 المذكور سابقاً حيث أورد المصطلح في الفقرتين 02-03 من نص المادة 28: "... يمكن أن يؤدي إلى التضليل"، "... يمكن إلى الالتباس..." وهو ما أخذ به المشرع المصري كذلك ولقيام الركن المادي في جريمة الإشهار غير الشرعي يجب توافر شروط أساسية وهي:

- أن يكون هناك إشهار

يلزم أن يكون هناك إشهار بوصفه رسالة موجهة إلى الجمهور ولا يهم إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو السلبي. كما لا يهم محل الإشهار إذا كان منقولاً أو عقاراً، أو أداء خدمة ولكن لا بد أن تكون موجهة للجمهور من أجل البحث عن إبرام عقود في المستقبل وهو المعيار الذي وضع لتحديد ما إن كنا بصدد إشهار أو لا ؟

(1) المادة (10/9) من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي يؤكد فيها المشرع ضرورة أمن المنتج والموضوع

للاستهلاك الذي يجب أن يكون موسوم وموزون.

(2) يمنية بليمان، المرجع السابق، ص 299، 298.

(3) أحمد السعيد الزرقد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 60-

أما إذا كان الإشهار لا يقدم أي معلومات متعلقة بمحل الإشهار فإننا لا نكون بصدد إشهار تجاري، ومنه تنتفي الجريمة لانتفاء ركن المادي. (1)

- أن يكون الإشهار كاذبا أو مضللا

فوصف الإشهار بالكذب والتضليل، يعد أهم عنصر في الجريمة ويسهل الكشف عنه في مجال الإشهار المكتوب، ويعتبر الإشهار كاذبا ومضللا إذا كان يؤدي بطبيعة الحال إلى الغلط. ومنه أي إعلان غير مطابق للحقيقة يخضع للمسؤولية الجنائية ويحضى في تقدير ذلك للقاضي، الذي يكون له الاستعانة بذوي الخبرة في تقدير الطبيعة المضللة للإشهار، مما يثبت عدم شرعية الإشهار، ويقع على عاتق المعلن إثبات صحة البيانات والتصريحات أو التشكيلات الواردة في رسائله الإشهارية.

- أن ينصب على إحدى العناصر الواردة بنصوص القانون

أخذ المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 10-06 العناصر التي ينصب عليها غير المشروع في الفقرات الثلاث الأخيرة ومنه يتطلب لقيام المسؤولية الجنائية يجب أن يقع على إحدى العناصر الواردة في المادة المذكور أعلاه بتجريم الإشهار. (2)

أما ما يمكن ملاحظته أن المشرع الجزائري لم يبين الوقت الذي يعتد فيه الإشهار غير المشروع فهل يعتد به في وقت صدوره أم وقت وصوله إلى علم جمهور المتلقين؟.

الفرع الثالث

الركن المعنوي

يُقصد بالركن المعنوي لجريمة الاشهار المضلل: "سوء نية معلن الإشهار الكاذب والمضلل، والذي يتطلب قصدًا جنائيًا عامًا أو خاصًا، والمقصود بالقصد الجنائي العام: انصراف إدارة الجاني إلى تحقيق الجريمة بأركانها الكاملة، كما حددها القانون، وهو عالم بذلك⁽³⁾. أمّا المقصود

(1) حماد مصطفى عزب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 27.

(2) حماد مصطفى عزب، المرجع السابق، ص ص 28-29.

(3) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص بالجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، دار هومة، ط7، الجزائر،

سنة 2007م، ص327.

بالقصد الجنائي الخاص؛ فهو نية الجاني في الاستيلاء على مال الغير من خلال قيامه بنشر إعلان كاذب ومضلل لسلعة ما بغرض الحصول على مال.

أولاً: القصد الجنائي لجريمة الإعلان الكاذب والمضلل

بالرجوع إلى المادة (28) من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 10-06 المنصوص عليه سابقاً وبالتحديد في فقرتها الأولى والتي تنص على أنه: يعتبر إشهاراً غير مشروع وممنوع كل إشهار يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته. إذن فمن خلال هذه الفقرة لا يُشترط أن يقع التضليل فعلاً؛ إنَّما يكفي أن يكون الإشهار من شأنه أن يؤدي مستقبلاً إلى تضليل المستهلك لاعتبار غير مشروع، ومن ثمة فإنَّ تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه، بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار، وفي ذلك تكريس لحماية المستهلك (1).

ويرى الباحث أنَّ المشرِّع لم يشترط في هذه الفقرة القصد في التضليل؛ أي أنَّه لم يطلب توفر الركن المعنوي وهذا في قصده الخاص أي لم يبين لنا القصد الجنائي الخاص والذي يتمثل في نية الجنائي، أي انصراف إرادة الجاني لتحقيق نتيجة من خلال الفعل الذي ارتكبه وهو التضليل للحصول على مال الغير مثلاً، وأيضاً لم يبين القصد الجنائي العام والذي يتطلب في الجنائي العلم والإرادة؛ حيث نستنتج من هذه الفقرة أنَّ المشرع اكتفى فيها بالركن المادي فقط، والمتمثل في كون الإشهار متضمناً بيانات أو تشكيلات يمكن أن نقضي إلى التضليل؛ وعليه فإنَّ الجريمة التي تجسدها هذه الصورة للإشهار التضليل هي "جريمة مادية" ولا تحتاج إلى ركن معنوي، أي المشرع يقصد في هذه المادة وبالتحديد في فقرتها الأولى: أنه حتى ولو لم يكن هناك قصد عام أي العلم والإرادة وكان هناك قصد خاص وهذا من خلال انصراف إرادة الجاني باتخاذ سلوك إيجابي أو سلوك سلبي، فنقوم المسؤولية الجنائية عن هذه الجريمة ولقد ظهرت عدة اختلافات بين الفقهاء بشأن الركن المعنوي للجريمة (الإعلان التجاري الكاذب والمضلل).

(1) عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص126.

ثانيًا: الخطأ غير العمدى

إنَّ الجرائم العمدية، وكقاعدة عامة ينبغي أن يتوفر فيها الركن المعنوي، أمَّا بالنسبة للإشهار الكاذب والمضلل وتطبيقًا لما أخذ به الفقه والقضاء في فرنسا نجده مرَّ بمراحل، حيث إنَّه كان يشترط توفر الركن المعنوي أي سوء النية حتى تتم المعاقبة على الإشهار الكاذب، وبعد ذلك، ونظرًا للمشاكل التي اعترضت القضاء في التطبيق باتت لا تشترط توافر سوء النية، فمن أركان الجريمة وتطبيقًا لقانون (2) يوليو 1963م الفرنسي، كان يُعتبر سوء النية، ركنًا أساسيًا لقيام جريمة الإشهار الكاذب باعتبارها جريمة عمدية، أي ضرورة توافر القصد العام أي انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق وقائع الجريمة بأركانها، غير أنَّه بعد صدور قانون 27 ديسمبر 1973م، تغير الوضع ولم يُشترط في هذا الأخير سوء النية في أركان الجريمة، حيث نص في المادة (44) منه وهي نفسها التي نص عليها بعد ذلك في المادة (1/121) من قانون الاستهلاك الفرنسي على إلغاء اشتراط سوء النية، وبهذا أصبحت جريمة الإشهار الكاذب جريمة غير عمدية.⁽¹⁾

يرى الفقه الفرنسي أنَّ القضاء وإن لم يتخذ موقفًا واضحًا، إلَّا أنَّه لم يُركز كثيرًا على أثر الإشهار على المتلقي، وهذا لصعوبة إثبات الركن المعنوي أو سوء النية، أو القصد الجنائي وفقًا للقواعد العامة، إلَّا أنَّه يجب أن نفرق بين الإشهار الكاذب والإشهار المضلل، إذ إنَّ الأول يشترط لقيامه توافر فعل الكذب، وأن ينصب على عناصر معينة وهذا يعني أنَّ جريمة الإشهار الكاذب لا يقوم إلَّا بتوفر الركن المعنوي، أي سوء النية فهو إذن جريمة عمدية وقد تتحول إلى جريمة النصب أو الخداع أمَّا الإشهار المضلل فقد يكون نتيجة كذب أو دونه، سواء كان بإهمال أو لعدم الاحتياط، لكن الشرط الأساسي يؤدي إلى التضليل أي تضليل المتلقي ولا يُشترط هنا توافر الركن المعنوي ومن خلال هذا كله يمكن التطرق إلى بعض الاتجاهات الفقهية التي قدمت آراءها لهذا الشأن ومن بين هذه الاتجاهات ما يلي:

يري أنصار الاتجاه الأول: أنَّ الجريمة تكون عمدية ولا مجال لافتراض سوء نية المعلن، هذا ويلاحظ أنَّ قانون 2 تموز لعام 1963م قد أشار صراحة إلى سوء نية المعلن وقصد من ذلك بيان الطبيعة المادية للجريمة وإن لم يشر قانون 27 كانون الأول لعام 1973م، لذلك بصراحة فإنَّ ذلك لا يُغير من طبيعة الجريمة في نظر المشرع حيث تعتبر وفقًا للأصل العام عمدية.⁽²⁾

(1) يمينه بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، المرجع السابق، ص 299.

(2) بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري، ط 1، منشورات حلبي الحقوقية، بيروت - لبنان، 2011م، ص 219.

أما الاتجاه الثاني: يرى أن الجريمة تبقي عمدية يجب لقيامها ركن معنوي، حيث لا بد أن يكون المعلن سيء النية يعلم بالكذب ويريده، وله التخلص من المسؤولية بإثبات العكس، حيث ذهبت محكمة باريس في حكم لها يقضي بإلزام تاجر التجزئة بالتحقيق لدى تاجر الجملة، الذي كان قد أعلن عن مسابقة عما إذا كانت قد انقضت مدة الاشتراك فيها أم لا؛ حماية لمشتري المنتج الذي يرغب في الاشتراك في المسابقة، وعليه يرى الباحث الاتفاق مع الرأي القائل بأن المحكمة قد مكنت المعلن من التخلص من المسؤولية متى أثبت أنه قد تحقق من مدة المسابقة.⁽¹⁾ ويرى الباحث أيضاً أن هذا الاتجاه ينطوي على خطورة كبيرة، ذلك أنه يسير في اتجاه معاكس للقواعد العامة في الإثبات في المسائل الجنائية، والتي تقضي أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته، أما بالنسبة إلى الاتجاه الثالث فإنه يرى أن جريمة الإعلان الكاذب أو المضلل لم تُعد عمدية، بل إنها صارت غير عمدية، فتقوم متى ما انصرفت إرادة المعلن إلى إثبات النشاط المادي المعاقب عليه ولم تنصرف إرادياً إلى النتيجة المحظورة، وعليه فالقصد الجنائي يندم وتحل محله فكرة الخطأ غير العمدي، فتقوم الجريمة إذا صدر من المعلن إهمال أو عدم تبصر. ونرى أن هذا الاتجاه يؤدي إلى تحميل المعلن مسؤولية خطيرة بمجرد خطأ مطبعي أو عدم دقة غير مقصودة أو عدم توقيف في اختيار عبارات الإعلان.

أما بالنسبة للاتجاه الرابع فإنه يرى أن الجريمة فقدت عنصرها المعنوي، وصارت جريمة مادية، فالقانون يجرم الفعل المادي؛ لأن المستهلك يضار من الإعلان الكاذب والمضلل ويستوي بعد ذلك أن يكون المعلن حسب حسن النية أو سيئها.

المطلب الثالث

تطبيق جريمة النصب والاحتيال على الإشهار المضلل

لا يختلف النصب من خلال الإعلانات التجارية عن جريمة النصب الكلاسيكية المعروفة، حيث أنه ينتمي إلى طائفة الجرائم التقليدية التي تُرتكب بواسطة الإعلانات الكاذبة ولمعرفة مدى انسجام النصب من خلال الإعلان مع مفهومه التقليدي، لا بد من التطرق إلى المفهوم القانوني للنصب وتوضيح الركن المادي لجريمة النصب، فيقصد بالركن المادي للجريمة ما يدخل في بناءه القانوني من عناصر مادية ملموسة يمكن إدراكها بالحواس، وهو ذلك السلوك الإجرامي

⁽¹⁾ lean Calais – auLOY et frank steimments، op. cit، P141

الذي يتولد عنه أثر يعتد به القانون⁽¹⁾ فحتى يقوم الركن المادي في جريمة النصب التي تقع في نطاق الإعلانات لابد من استخدام المعن لوسيلة من وسائل التدليس والاحتيال كما تتطلبها جريمة النصب التقليدية. والتي حددها المشرع على سبيل الحصر، كما يجب أن يتعلق الأمر بعملية وهمية.

وإذا كان الأمر كذلك فقد رأينا تقسيم المطلب إلى المفهوم القانوني للنصب في (الفرع الأول) وعلاقة الإعلان الكاذب بجريمة النصب في (الفرع الثاني) أما الفرع الثالث تناولنا فيه العلاقة السببية والإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان.

الفرع الأول

المفهوم القانوني للنصب

لم يعرف المشرع الجزائري النصب واكتفي فقط بالنص عليه من خلال المادة (372) من قانون العقوبات الجزائري، وهو بهذا قد سلك مسلك المشرع الفرنسي من خلال المادة (313) من قانون العقوبات الفرنسي.⁽²⁾

ولم يضع المشرع المصري تعريفاً لجريمة النصب إذ اكتفى عند نصه على جريمة النصب في المادة 336 من قانون العقوبات بأنه أورد صور وطرق التدليس التي يستخدمها الجاني في جريمة النصب وبيان العقوبة المقررة لها.⁽³⁾

كما أن الفقه حاول إعطاء تعريف له فعرفه البعض على أنه "الاستيلاء على الحيازة الكاملة لمال الغير بوسيلة يشوبها الخداع تسفر عن تسليم ذلك المال"⁽⁴⁾، والبعض الآخر عرفه على أنه: "استعمال الجاني وسيلة من وسائل التدليس المحددة على سبيل الحصر، وحمل المجني عليه

(1) مصطفى العوجي، القانون الجنائي، منشورات الحلبي الحقوقية 2006م، ص569.

(2) Art.313-1 c. pénal : "l'escroquerie est le fait, soit par l'usage d'un faux nom ou d'une fausse - qualité, soit par l'abus d'une qualité vraie, soit par l'emploi de manoeuvres frauduleuses, de tromper une personne physique, ou morale et de la déterminer ainsi, à son préjudice ou au préjudice d'un tiers, à remettre des fonds, des valeurs ou un bien quelconque, à fournir un service ou à consentir un acte opérant obligation ou décharge "L'escroquerie est punie de cinq ans d'emprisonnement et de 375000 euros"

(3) المادة 336، قانون العقوبات المصري رقم 58 لسنة 1937.

(4) المرصفاوي حسن صادق، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1991م، ص395.

بذلك على تسليم الجاني مالاً منقولاً مملوكاً للغير"، وأنته: "الاستيلاء على مال الغير بطريقة الحيلة بنية تملكه".⁽¹⁾

الفرع الثاني

علاقة الإعلان الكاذب بجريمة النصب

النصب كما سبق بيانه ما هو إلا: استيلاء على منقول مملوك للغير عن طريق خداع المجني عليه وحمله على تسليم شيء للجاني، فهو يمثل اعتداء على حقوق الآخرين ومصالحهم، فالإعلان الكاذب يؤدي إلى ما يؤدي إليه النصب، ويُمكن القول أنه يُمثل وسيلة من وسائله أو أسلوب من أساليبه، حيث يعمل الإعلان الكاذب على الاستيلاء على مال الغير بطريقة خادعة مضللة ويقع التسليم من المجني عليه بإرادته الحرة، بعد أن يؤدي به الكذب الذي ينطوي عليه الإعلان إلى الاعتقاد خلاف الحقيقة، والحقيقة أنّ هناك تشابه بين النصب والإعلانات الكاذبة، فكلاهما جوهره الكذب وهدفهم المشترك هو الإيقاع بالمجني عليه المستهلك بإيهامه بغير الحقيقة بغرض الاستيلاء على ماله⁽²⁾، وثمة سؤال قد يُطرح؛ هل الإعلان الكاذب في حد ذاته يُشكل نصباً؟ أي يُشكل نفس الطرق الاحتمالية التي تدعم الكذب؟ أثير هذا التساؤل في الفقه الفرنسي.

La publicité mensongère est constitutive des manoeuvres de l'escroquerie

والاتجاه الغالب في الفقه الفرنسي ذهب إلى أنّ الإعلان الكاذب في حد ذاته لا يشكل جريمة نصب وكذلك يؤيده القضاء الفرنسي، فالإعلان الكاذب من وجهة نظر هذا الفقه لا يُشكل إلا مجرد كذب غير مدعّم بطرق احتمالية، والتي تؤكد وجود النصب، ولكن لكي يُكَيّف الإعلان الكاذب على أنه نصب؛ يجب أن يتوافر عنصر أو أكثر يؤكد وجود هذه الطرق الاحتمالية سواء بتدخل الآخرين لتأكيد وجود هذا الكذب أو إخراج هذا الكذب في صورة مدعمة له، كأن يظهر الإعلان عن طريق عرض له من شخصية مشهورة، كنجم سينمائي أو لاعب كرة.⁽³⁾

أولاً: استعمال المعين وسيلة من وسائل التدليس والاحتيال:

باستقراء نص المادة (372) من قانون العقوبات الجزائري التي تقابلها في قانون العقوبات الفرنسي المادة (405) والمعدلة بموجب المادة (L313-1) والتي تنص على أنه: "كل من توصل

(1) محمد الشناوي، المرجع السالف الذكر، ص5.

(2) محمد الشناوي، المرجع السابق، الصفحات 157 و158.

(3) PIERRE Bouzat، carte de crédit magnétique، Escroquerie et vol chranique de jurisprudence-1.Paris R.S.C.1977، P.341

إلى استلام أو تلقي أموالاً....إمّا باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز...."، نجدها قد حصرت وسائل التدليس والاحتيال في وسيلتين هما استعمال أسماء أو صفات كاذبة وكذا استعمال مناورات احتيالية، ويترتب على حصر وسائل التدليس الجنائي أنّ جريمة النصب لا تقع إذا استعمل الجاني وسيلة تدليس أخرى، ولو ترتب عليها تسليم المالك ماله إلى المتهم⁽¹⁾، ولذلك تلتزم المحكمة أن تبين في حكم الإدانة بجريمة النصب وسيلة التدليس التي استعملها الجاني حتى تتمكن من التحقق من دخول هذه الوسيلة في نطاق الوسائل التي يملئها القانون، فإذا أغفلت المحكمة هذا التبيان كان حكمها مشوباً بالقصور.⁽²⁾

كما لا يُشترط لقيام الجريمة اجتماع وسيلتي تدليس، فيكفي استعمال الجاني لوسيلة واحدة.⁽³⁾

ثانياً: صور التدليس والاحتيال في النصب الإعلاني

1- استعمال المعن لأسماء أو صفات كاذبة:

إنّ جريمة النصب تتمُّ باتّخاذ المتهم اسماً كاذباً أو صفة غير صحيحة، ولو لم يصحب ذلك استعمال مناورات احتيالية⁽⁴⁾، حيث تُعدُّ هذه الوسيلة مستقلة من وسائل الاحتيال⁽⁵⁾، تعني عن ضرورة الاستعانة بطرق احتيالية من أفعال أو مظاهر خارجية أخرى تؤيد الجاني في ادّعائه، وعليه فهذه الوسيلة تكفي بذاتها لقيام جريمة النصب دون أن تستلزم استعانة الجاني بمظاهر خارجية لتدعيم كذبه.

ويلزم ألا يكون الكذب مفضوحاً بحيث يبين حقيقة الشخص العادي فيشترط أن يكون الكذب المنمق من شأنه أن يخدع الرجل العادي دون أن يترك للقاضي أي سلطة تقديرية بشأن تقدير الكذب في هذه الحالة.

ويجب كذلك أن ينسب الجاني الاسم المستعار أو الصفة الكاذبة إلى نفسه لا إلى غيره، وكذلك أن يصدر عن الجاني نشاطاً إيجابياً ينتحل به الاسم المستعار أو الصفة الكاذبة.

(1) LOUIS Lambert, Traité de droit pénal spécial, édition police, Revue Paris, 1968, p. 342

(2) فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية، ط3، 1990م، ص823.

(3) RENE Gareaut et PIERE Garreaut, Pratique de droit pénal français, Traité théorique 1935, n-2537, p.317.

(4) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، دار هومة، ط1، 2002، ص316.

(5) نمور محمد سعيد، شرح قانون العقوبات القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال، دار الثقافة، ط1، 2007م، ص265.

2- استعمال المعن لمناورات احتيالية *usage des manoeuvres frauduleuses*

إنَّ المشرع الجزائري لم يعرف الوسائل الاحتياطية ولم يكن في استطاعته ذلك الاستحالة وصعوبة تحديد الوسائل التي قد يذهب إليها الخيال الواسع للنصابين إلاَّ أنَّ بعض الفقه⁽¹⁾، قد وضع تعريفاً عاماً للطرق الاحتياطية على أنَّها: "كلُّ كذب مصحوب بوقائع خارجية *faits extérieurs* أو أفعال مادية *Actes matériels* يكون من شأنها توليد الاعتقاد لدى المجني عليه بصدق هذا، بما يدفعه إلى تسليم ما يُراد منه تسليمه طواعية واختياراً"، والمستفاد من هذا التعريف أنَّه يجب صدور كذب من الجاني أيَّاً كان ميدانه وصورته. والكذب هو تغيير الحقيقة أي جعل واقعة كاذبة في صورة واقعة صحيحة، ويكون بالقول أو بالكتابة أو بالإشارة.⁽²⁾

ذلك أنَّ الطرق الاحتياطية ضرب من ضروب الاحتيال يتوصل فيها الجاني بأكذوبة أو مجموعة من الأكاذيب تدعمها مظاهر خارجية إلى إيقاع المجني عليه في الغلط، وحمله بذلك على تسليم ماله، ويتضح من ذلك أنَّها صورة من صور الاحتيال بل إنَّها الصورة المثلى للاحتيال.⁽³⁾

ويذكر الباحث من هذه الأعمال أكثرها آثاراً وهو ما يتعلق بالنشر في الصحف، حيث اعتبر القضاء الفرنسي أنَّ النشر في الصحف والجرائد يُشكل مظهراً خارجياً في ذاته، كونه يدعم أقوال الجاني كأن يقوم هذا الأخير بالنشر في الصحف على مناصب عمل في شركة ويدعي أنَّه مدير تلك الشركة فيوزع على المهتمين بذلك جدول يبين فيه طبيعة عمل الشركة الوهمية وينشر ذلك باستخدام الإعلانات في التلفزيون والإنترنت، فإن حصل بهذه الطريقة على مال الغير يُعد مرتكباً لجريمة النصب، ذلك أنَّ نشر تلك الأكاذيب وإذاعتها بين الناس تجعل الكثير منهم يصدقونها لأن الناس تصدق ما يُنشر علناً.⁽⁴⁾

والفرض القائم في هذه الصورة من صور الطرق الاحتياطية وجود ظروف معينة لم تكن للجاني يدٌ في وجودها وإنَّما يستغل هذه الظروف لتدعيم أكاذيبه وخداع المجني عليه، ومن أمثلة

(1) MARCHEL Rousselet et Maurice Patin. Précis de droit pénal spécial, éd. 1950, Paris, n° 644, p332.

(2) رعوف عبيد، جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال، دار الفكر العربي، ط6، 1974م، ص462.

(3) ثروت جلال، المرجع السابق الذكر، ص155.

(4) بهنام رمسيس، قانون العقوبات، القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العمومية، القاهرة، ط1، 1999م، ص2350.

استغلال الجاني لظرف مادي قائم، تصوير المعلن المحتال الإعلان بجوار المبنى أو دار للأيتام أو مكان نزلت به كارثة، حيث يستغل الجاني هذا الظرف لتدعيم أكاذيبه وخداع المجني عليه.⁽¹⁾

ثالثاً: النتيجة الإجرامية في جريمة النصب الإعلاني:

في الواقع ذهب الكثير من الفقهاء الفرنسيين إلى أنّ الركن المادي للجريمة يكتمل بالاحتيال والاستيلاء، وأنّ الضرر لا حاجة إليه لأنّه شرط لا يلتزمه القانون، على هذا تجري أحكام القضاء الفرنسي، حيث حكم بأنّ جريمة النصب تقع إذا حمل البائع المشتري بطرق احتيالية على الشراء ولو كان ما اشتراه يساوي قيمة ما دفعه تقريباً، إلا أنّ جانب آخر من الفقه يلتزم الضرر لوقوع جريمة النصب وحجتهم في ذلك أنّ القانون لا يشترط في هذه الجريمة أن يؤدي بالاحتيال إلى سلب جزء من ثروة المجني عليه، وذلك يعني أنّه لا بدّ من ضرر ماديّ ينقص من ثروته، فالذي يجب أن يكون موجوداً مهما كانت الوسيلة المستعملة وجود الضرر وإمكانية الضرر المسبب لمن استعمل اتّجاهه الاسم الكاذب أو الصفة الكاذبة أو استعملت اتّجاهه المناورات الاحتيالية.⁽²⁾

أمّا في الفقه المصري فقد ذهب الرأي الراجح إلى القول بأنّه يشترط أن يلحق بالمجني عليه في النصب ضرر مادي محقق أو محتمل، فإذا انتفى هذا الضرر فلا تقوم الجريمة، فإذا لم يحصل انتقاص للثروة فلا نصب، كما أنّ أحكام محكمة النقض تشترط الضرر وتكتفي بالضرر المحتمل، بقولها أنّه يكفي لتحقيق جريمة النصب أن يكون الضرر مُحتمل الوقوع⁽³⁾ وطبقت هذا المبدأ في حكم قررت فيه أنّه إذا كان الثابت أن المتهمين احتالوا على المجني عليه وحصلوا على ماله مقابل بيع كتب له؛ فلا محل للقول بعدم توافر ركن الضرر بحجة أنّ الكتب تساوي الثمن الذي طلبه منهما، لأنّه يكفي لتكوين الجريمة احتمال وقوع الضرر، والضرر محتمل وقوعه هنا من محاولة تضليل المجني عليه وحمله على شراء كتب ما كان ليشتريها لولا التأثير الذي وقع عليه، بنفس الشيء ما يحصل المتلقي للإعلانات وما لهذه الأخيرة من تأثير على حرية الاختيار.⁽⁴⁾

(1) خالد موسي توني، المرجع السابق، ص 204

(2) عوض محمد، المرجع السابق، ص 396.

(3) أحمد أبو الروس، المرجع السابق، الصفحة 424.

(4) أحمد أبو الروس، نفس المرجع، ص 424.

أمّا عن المشرع الجزائري فإنه قد تطلب الضرر لقيام جريمة النصب، وجعله من عناصر الجريمة عندما تطلب في الاستيلاء على المال أن يكون قد استعملت فيه "الاحتتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها"، ويعد سلب ثروة الغير هو الضرر المادي الذي يلحق بالمجني عليه بناءً على طرق احتيالية أو تمّ الاستيلاء على المال بناءً على اتّخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة⁽¹⁾. فإذا لم يحصل انتقاص للثروة أي ضرر للمجني عليه فلا جريمة نصب.⁽²⁾

وفي الواقع يرى الباحث أنّه كان واجباً على المشرع الجزائري العدول عن اشتراط الضرر لقيام جريمة النصب، إذ أثبت أنّ الاعتداء على حرية الإرادة والتصرف يُعدُّ ضرراً محضاً يصيب المجني عليه، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالإعلان وماله من تأثير نفسي على متلقيه حينما يدفعه إلى عالم الشعور ويستشير الطلب الكامن لديه ويدفعه إلى شراء سلعة لم يكن في الأصل متجهاً لشرائها، فسلوك المعلن في هذه الحالة يُعتبر اعتداءً على حرية الإرادة والتصرف كما يشكل ضرراً للمجني عليه كافياً في حدّ ذاته لقيام جريمة النصب، إضافة إلى ذلك أنّ عدم اشتراط الضرر في الجريمة من شأنه أن يُعفي القضاء من إثبات الضرر المادي المتمثل في الانتقاص من الثروة، وبعدمه تنعدم الجريمة وهذا ما يفتح باباً واسعاً للمحتالين للإفلات من العقاب.⁽³⁾

الفرع الثالث

العلاقة السببية والإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان

في الواقع لا يكفي لاكتمال الركن المادي أن يصدر عن الشخص سلوك يمنعه القانون وأن ينجم عن هذا السلوك واقعة لا يرتضيها وإنما يجب فضلاً عن ذلك أن يقوم بين السلوك والنتيجة علاقة خاصة تجعل الأول سبباً والثاني نتيجة، وهي ما تعرف بالعلاقة السببية وهي في المواد الجنائية علاقة مادية تبدأ بالفعل الذي اقترفه الجاني ويرتبط من الناحية المعنوية بما يوجب عليه أن يتوقعه من النتائج المألوفة لفعله إذا ما أتاه عمداً وهذه العلاقة مسألة موضوعية ينفرد قاضي الموضوع بتقديرها.⁽⁴⁾

(1) فريجة حسين، المرجع السابق، ص 275.

(2) عبد الله سليمان، القسم الخاص، المرجع السابق، ص 241.

(3) DIVIER Pet DIVIERF، op. cit ; P02

(4) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية، ط1، 2008م،

أولاً: شروط قيام العلاقة السببية:

1- أن يدفع الاحتيال إلى وقوع المجني عليه في غلط:

والغلط هو حالة نفسية إذا تمكنت من شخص فإنها تُبدي له الأمور على غير حقيقتها، فإذا كان الشخص مدرّكاً حقيقة الحيلة التي يحاول الغير بها خداعه فإنه لا يكون واقعاً في غلط⁽¹⁾، فيتوجب لقيام جريمة النصب أن توجد صلة سببية ما بين فعل الاحتيال والغلط بأن يترتب الثاني على الأول، أي أن يكون وقوع المجني عليه في غلط ناشئاً عن الوسيلة الاحتيالية التي استخدمها الجاني في تدعيم كذبه، وبناءً على ذلك لا تتحقق جريمة النصب إذا كان ما صدر عن المتهم كذب مجرد دون أن يكون متخذاً إحدى وسائل الاحتيال التي حددها المشرع، وسلم المجني عليه ماله إلى الجاني رغم ذلك؛ لأن فعل الاحتيال لا يتوافر في هذا الفرض ولا يكون هناك مبرر تبعاً لذلك للبحث عن وجود رابطة سببية بين فعل الاحتيال وتسليم المال.

وقد يتوافر فعل الاحتيال إلا أنه لا يؤدي إلى وقوع المجني عليه في غلط، كما إذا صدر عن الجاني كذباً مدعماً بإحدى الوسائل الاحتيالية ولكن المجني عليه لم يقع في غلط لعدم انطواء حيلة الجاني عليه، وبناءً عليه قضى بأن جريمة النصب باتخاذ صفة كاذبة لا تتحقق إلا إذا كانت هذه الصفة هي التي خدعت المجني عليه وحملته على تسليم المال للمتهم.⁽²⁾

2- أن يدفع الغلط إلى تسليم المال:

إنه لا يكفي لقيام جريمة النصب مجرد وقوع المجني عليه في غلط ثم حصول التسليم، بل يجب أن يكون الغلط هو الذي أفضى إلى هذا التسليم، بمعنى أن المجني عليه كان تحت تأثير الغلط حينما سلم ماله ويقضي ذلك أن يثبت أن الغلط كان أحد الاعتبارات التي حملت المجني عليه على تسليم ماله.⁽³⁾

ثانياً: الإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان:

إن المشرع الجزائري لم يعرف الركن المعنوي للجريمة، إلا أنه وفي الحقيقة لا يكفي لقيام الجريمة قانوناً ومسائلة فاعلها جنائياً مجرد ارتكاب ماديات الجريمة المتمثلة في عناصر الركن المادي، بل يجب أن يتوافر لدى الجاني قدرًا من الخطأ أو الإثم وهو ما اصطلح على تسميته

(1) عوض محمد، نفس المرجع، ص 400.

(2) أحمد أبو الروس، المرجع السابق، ص 408.

(3) عوض محمد، المرجع السابق، ص 402.

بالركن المعنوي، فلا جريمة إذن دون خطأ مهما كانت النتائج التي تمخضت عنها، ومن هنا يُمكن القول أنّ المسؤولية الجنائية للفاعل تتركز على إتيان سلوك ما، يعتبر سبباً في تحقيق النتيجة المحظورة قانوناً، وتكمن أهمية الركن المعنوي في اعتباره أحد مكونات البناء القانوني للجريمة، فبتوافره تكتمل الجريمة قانوناً ويحق مساءلة فاعلها وبانتفاؤه تتلف الجريمة ويتمتع مساءلة فاعلها⁽¹⁾. هذا وللقصد الجنائي عنصران وهما:

1- الإرادة

ومعنى هذا العنصر أنّ النشاط المكون للركن المادي للجريمة يجب أن يكون إرادياً، أي صادراً عن إرادة إنسانية قائمة. وبالتالي فكلّ نشاط أو سلوك لا يُعدُّ ثمرة أو تعبيراً عن مثل هذه الإرادة لا يعتد به قانوناً بما يؤدي إلى نفي الركن المعنوي، وانتفاء الجريمة كلية. ويكون النشاط غير إرادي بفعل عوامل عديدة، فقد يكون مبعث عدم إرادية النشاط متمثلاً في الإكراه المادي الذي تعرض له الشخص فأعدم إرادته مثلاً؛ فالإرادة هي جوهر القصد وأبرز عناصره لأنّ القصد أو العمد بمفهومه لدى عامة الناس هو توجيه الإرادة لتحقيق أمر معين، وإذا كان هذا الأمر إجرامياً كان القصد جنائياً. ولا ينقص من دور الإرادة أن تكون مشتركة بين العمد والخطأ؛ لأنّ العمد والخطأ كليهما من مظاهر الإثم، والإثم محله الإرادة فلا يمكن أن يقوم عمد ولا خطأ بلا إرادة، ومجال الإرادة في القصد الجنائي هو السلوك دائماً وكذلك النتيجة حين يشترط القانون لقيام الجريمة حدوث نتيجة معينة⁽²⁾.

2- العلم:

والعلم هو الحالة النفسية التي تقوم في ذهن الجاني والتي يكون جوهرها الوعي بحقيقة الأشياء والوقائع المعتبرة عناصر واقعية جوهرية لازمة قانوناً لقيام الجريمة، وبمدى صلاحية النشاط الذي ارتكبه لأن يفضي إلى النتيجة المحظورة قانوناً. ويتوافر العلم إذا تطابق ما في ذهن الجاني مع حقيقة الواقع⁽³⁾.

(1) سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، الدار الجامعية الجديدة، 2000م، من ص 513 إلى 516.

(2) سليمان عبد المنعم، المرجع نفسه، ص 519.

(3) عوض محمد، المرجع السابق، ص 215 و 216.

يري الباحث أنه تتطلب جريمة النصب بالإضافة الى القصد الجنائي العام والمتمثل في انصراف ارادة الجاني الى تحقيق الجريمة بأركانها كاملة كما حددها القانون، لابد من توافر القصد الجنائي الخاص والمتمثل في سلب مال الغير .

لذلك يجب للعقاب على الاشهار المضلل أو الخادع بجريمة النصب والاحتيال، ان تتصرف ارادة المعلن الى الاحتيال وسلب مال الغير¹،

و هكذا فاذا ما توافرت أركان جريمة النصب و الاحتيال في اشهار مضلل فانه يمكن ادانة الجاني على هذا الاساس، اذ استقر اجتهاد القضاء الفرنسي و لمدة طويلة - خاصة قبل تجريم الاشهار التجاري الكاذب او المضلل بنص عقابي خاص (بل وحتى بعده)- على اعتبار الاشهار المضلل بمثابة مناورات احتيالية تنطبق بشأنها جريمة النصب و الاحتيال².

نستنتج ان جريمة النصب لا تكفي لوحدها لتجريم صور الخداع الاشهاري وحماية المستهلك.

في ظل عدم وجود نص عقابي بجريمة الاشهار المضلل تطبق احكام جريمة النصب والاحتيال متى توافرت الشروط السابقة الذكر، بل يكون الاجدر تطبيق قواعد النصب والاحتيال بالنظر الى الحماية التي يوفرها النص العقابي للمستهلك.

الفرع الرابع

المسؤولية الجنائية في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام

المسؤولية الجنائية، هي نتائج الجريمة ذاتها والجريمة والعقاب صنفان لا يفترقان، ولأن المسؤولية الجنائية هي التي تُشكل ردّ الفعل الاجتماعي ضدّ الجريمة فإنّها ضرورة موضوعية لضمان الاستقرار، وطبقاً للمادة الأولى من قانون العقوبات التي تنص على أنّه: "لا جريمة ولا عقوبة ولا تدابير أمن إلا بقانون"؛ فمن هذا المنطلق تقوم المحاكمة الجنائية سواء من حيث التجريم أو من حيث العقاب لخضوعها لمبدأ المشروعية، فضلاً عن ذلك فهناك ضمانات وإجراءات معينة

(1) محمد الامين ابوا الهجار، الاعلانات الصحفية والمسؤولية الجنائية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2011، ص ص 64-63.

(2) Claude Ducouloux- favard et cloude Carcin, numero 148, page738.

أثناء المحاكمة أوجبتها التشريعات المقارنة محل الدراسة سواء في سير المحاكمة أو خصوم المحاكمة أو سير قواعد الإثبات.⁽¹⁾

ولدراسة تحديد المسؤولية الجنائية رأى الباحث أن أقسم هذا المطلب على ثلاثة فروع ففي (الفرع الأول) تناولنا المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي (المتدخل)، أما (الفرع الثاني) المسؤولية الجنائية في الشخص المعنوي، و(الفرع الثالث) للمسؤولية الجنائية عن فعل الغير.

أولاً: المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي

إنَّ المشرع الجزائري منح المستهلك حقَّ اللجوء للقضاء في حالة تعرضه لضرر ناتج عن عملية استهلاكية؛ وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات حيث نصَّت المادة (85) على أنه: "يمكن للمستهلك.... أن يتابع المحترف المتعاقد معه، وكل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك⁽²⁾ والشخص الطبيعي قد يكون المنتج وقد يكون المحترف، وقد يكون كذلك الناقل، أو المستورد.

أمَّا المشرع المصري فإنَّه قد نصَّ في قانون حماية المستهلك لسنة 2018م على أن: "يكون الموزع أو البائع مسؤولاً عن كلِّ ضرر يلحقه أو يحدثه المنتج إذا ثبت أنَّ الضرر نشأ بسبب عيب يرجع إلى طريقة إعداده للاستهلاك أو حفظه أو تعبئته أو تداوله أو عرضه، وفي جميع الأحوال تكون مسؤولية الموردين تضامنية.⁽³⁾

ومن هذا النص يُمكن استنتاج أن المشرع قد أقرَّ بقيام المسؤولية الجنائية في حالة أن الضرر الذي وقع على المستهلك بسبب عيب في التداول أو العرض أو الإشهار المخالف لحقيقة المنتج.

1- المسؤولية الجنائية للمعلن

إنَّ المعلن يكون مسؤولاً بصفة شخصية عن الإشهار الذي أعدَّ لصالحه في حالة موافقته على النص قبل النشره أو البث، ويُعدُّ معلناً كل شخص طبيعي أو معنوي يدرج إعلاناً إشهارياً

(1) قادة شهيدة، الحماية الإجرائية للمستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد العلوم القانونية والإدارية المركز الجامعي تلمسان، 2009م، ص 67.

(2) عمار زغبى، حماية المستهلك من الاضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013م، ص 212.

(3) الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، قانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر في 2018/09/13م.

أو يوكل الغير بإدراجه، وهو كل محترف يستخدم الإشهار في سبيل التعريف بمنتج العملاء أو خدمة بهدف جلب العملاء، وإذا بث الإشهار لحسابه فإنَّ المسؤولية تقع على مسيريه وأنَّ الاشتراك في الجريمة يعاقب عليه وفقاً لشروط القانون، وعليه لا يمكن للمعلن التنصل من مسؤوليته إذا ما وكل أو أناب أحداً من عماله للتكفل بالعمل الإشهاري، فالوكيل يُبرم العقد باسم ولحساب الموكل المعلن.⁽¹⁾

- المعلن الشخص الطبيعي:

المعلن هو الشخص المسؤول كفاعل أصلي عن الجريمة المرتكبة، هو الذي تمَّ الإشهار لحسابه وعليه هو المسؤول بصفة أصلية، كما قد تقع المسؤولية على عاتق الشخص الذي بادر بنشر أو ببث أي إشهار إذا لم يكن المعلن قد أبدى موافقته المسبقة حول محتوى الإشهار، ورغم ذلك لا يمكن للمعلن التهرب من مسؤوليته؛ حيث إنَّه يكون ملزماً بمراقبة محتوى الرسالة الاشهارية قبل بثها، وكثيراً ما يقوم بمساعدة المعلن عدة أشخاص آخرين يتدخلون في العمل الإشهاري فتثار مسؤوليتهم بحسب ما إذا قاموا بعملهم بعد إعلام المعلن أو دون ذلك.⁽²⁾

هذا وتقوم مسؤولية المكلف بإدارة الوسيلة الإشهارية إلى جانب مسؤولية المعلن إما بصفته فاعلاً أصلياً أو شريكاً، وأيضاً وكالة الإعلان التي هي عبارة عن منشأة أعمال متخصصة في تخطيط، أو إدارة، أو تنظيم، أو رقابة، أو تنسيق النشاطات والعمليات الإعلانية للمعلنين.⁽³⁾

- المعلن الشخص المعنوي:

لقد أقرَّ المشرع الجزائري المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بموجب القانون رقم 04-15 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الجزائري وذلك في المادة (51 مكرراً)، ولكن نظراً لغياب نص قانوني ينظم الجرائم المتعلقة بالإشهار فلا يمكن القول بإمكانية مساءلة الشخص المعنوي عنها، وإذا بُحث في التكييفات الأخرى التي يمكن أن يوصف بها الإشهار المضلل فإنَّه وحسب نفس

(1) بوفحص نعناعة، المرجع السابق، ص 247.

(2) فضيل العيش، شرح قانون الإجراءات الجزائية، دار البدر، الجزائر، 2008م، ص 19.

(3) " L'annonceur, l'agence, le support sont souvent des personnes morales en pareil cas la responsabilité pénale incombe aux dirigeants. L'agence et le support ne sont pas a l'abri de toute responsabilité pénale :ils peuvent être poursuivis comme complice, " Jean calaisAuloy Frank steinmetz, Droit de la consommation 6ed DALLOZ, paris, 2003, p 14.

التعديل أصبح يسأل الشخص المعنوي وصف هاتين الجريمتين فإن المعلن يتابع ويعاقب حسب هذين النصين.⁽¹⁾

هذا ويقرر القضاء الفرنسي أن: "الشخص المعنوي الذي يسير مرفقاً عمومياً، ويعرض خدمات ذات طبيعة تجارية أو صناعية، يُعدُّ في نظر القانون بمثابة شخص مهني".⁽²⁾

2- المسؤولية الجنائية للمنتج

إنَّه عملاً بنص المادة (140) من القانون المدني والتي تنص على أنه: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه بالمتضرر عالقة تعاقدية"؛ وعلى ذلك يكون من خصائص هذه المسؤولية أن المنتجين الذين ألحقوا العيب بالمستهلكين، بغض النظر على ما يربطهم من عقد، لذلك نستطيع القول أن هذه المسؤولية ذات طبيعة قانونية خاصة⁽³⁾. ومن جهة أخرى قد يكون المستهلك المتضرر عاجزاً عن إثبات الخطأ المسبب للضرر من طرف المنتج، وعليه أبقى المشرع المضرور من هذه المسؤولية، وهكذا نستطيع القول أن هذه المسؤولية هي موضوعية كذلك.

وتقوم المسؤولية الجنائية في حالة صناعة منتجات معينة، أو طرحها في السوق رغم أنها لا تتوفر على الشروط القانونية حسب قانون 09:03 ك شروط التعليق والترتيب، والاحتواء على الوسم المطلوب كما قد تقوم المسؤولية نتيجة الإخطارات الملازمة لطبيعتها. كما قد تنشأ هذه المسؤولية نتيجة عرض المنتج مباشرة في السوق أو عند عرضه للبيع، ويكون المنتج مسؤولاً شأنه شأن أي محترف آخر مسئول في مواجهة المستهلك والتزامه بالضمان الذي لم يتوفر في المنتج وقت الاقتناء.⁽⁴⁾

هذا ولقد نُصَّ في قانون حماية المستهلك المصري لسنة 2018م على أن: "يكون الموزع أو البائع مسؤولاً عن كلِّ ضرر يلحقه أو يحدثه المنتج إذا ثبت أن الضرر نشأ بسبب عيب يرجع

(1) بوفحص نعاة، المرجع السابق، ص248.

(2) Cour de cassation 2octobre 1985 Bulletin d'information de la cour de cassation 1986. Page 40.

(3) عبد القادر أقصاصي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2010م، ص206.

(4) علي بولحية خميس القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دون طبعة، دار الهدى، الجزائر، 2000 ص120.

إلى طريقة إعداده للاستهلاك أو حفظه أو تعبئته أو تداوله أو عرضه، وفي جميع الأحوال تكون مسئولية الموردین تضامنية⁽¹⁾.

أمّا بالنسبة للتضامن في قانون العقوبات المصري فإنه يُحمل بعض الأشخاص عبء العقوبة المفروضة على الآخرين، ويُعطي للقضاء الحقّ في حالة الحكم على عدة متهمين لجريمة واحدة فاعلين كانوا أو شركاء، وكذا إلزامهم متضامنين بالغرامات النسبية، ويعني التضامن هنا أنّه إذا قُضي على عدة أشخاص في جريمة واحدة بالغرامة، فيمكن استيفاء هذه الغرامة من أحد المحكوم عليهم، ولقد نصت المادة (44) من قانون العقوبات المصري على مبدأ التضامن الجنائي حيث نصت على أنّه: "إذا حكم على جملة متهمين بحكم واحد لجريمة واحدة فاعلين كانوا أو شركاء، فالغرامات يُحكم بها على كلٍّ منهم على انفراد، خلافاً للغرامات النسبية فإنّهم يكونون متضامنين في الإلزام بها ما لم يقض في الحكم على خلاف ذلك"⁽²⁾.

هذا وتوجد في المسئولية التضامنية عدة روابط قانونية والتزامات متعددة للمسئولية في مواجهة مصلحة المضرور، وبعبارة أخرى فإنّ الالتزام التضامني يتحلل من ناحية أعضاء الفريق إلى عدة التزامات متميزة قد تكون من طبائع متباينة، بحيث تكون مسئولية أحد المسئولين عقدية وتكون مسئولية الشخص الآخر تقصيرية؛ أمّا في التضامن يكون مصدر التجريم لجميع المسئولين هو المسئولية القانونية⁽³⁾.

ولم تغفل محكمة النقض المصرية عن تحديد الطبيعة القانونية للتضامن في المجال الجنائي في قضائها بأنّه: "كلّ إنسان أتى فعلاً يجعله مسؤولاً عن نتائج هذا الفعل يكون ملزماً بالتضامن مع بقية المتهمين بدفع كامل مبلغ الغرامة الذي كان يحقّ للحكومة أن تُحصله"⁽⁴⁾.

3- المسئولية الجنائية للمحترف

المحترف أو العارض هو ذلك الشخص الذي يعرض السلع للبيع والاستهلاك، وعليه يكون مسؤولاً عن ما يقوم بعرضه إذا خالف الالتزامات المقررة لسلامة وأمن المنتج الذي هو بصدده عرضه، حتى ولو لم يحدث ضرراً لأي شخص، أو حتى لم يتم شراؤه بعد، فبمجرد عرضه

(1) أنظر: نص المادة (27) من قانون حماية المستهلك المصري لسنة 2018م.

(2) عصام أحمد غريب، التضامن في المجال الجنائي وفاءً للغرامات النسبية المحكوم بها، القاهرة، دون سنة النشر، ص1.

(3) جاير، أشرف، التأمين من المسئولية المدنية للأطباء، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة 2008م، ص108.

(4) أنظر: البوابة القانونية لمحكمة النقض، نقض جنائي، جلسة 14/5/1972م، مجموعة أحكام النقض، س23، ص696، رقم

للاستهلاك تقوم المسؤولية الجنائية، وذلك عملاً بالفقرة (2 و3 المادة 70) من القانون الجزائري 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. وكذلك الفقرة (2 و3 المادة 431) من قانون العقوبات.⁽¹⁾

هذا وتضمن قانون العقوبات المصري في المادة (195) منه "أنه مع عدم الإخلال بالمسؤولية الجنائية لمؤلف الكتابة أو واضع الرسم أو غير ذلك من طرق التمثيل يعاقب رئيس التحرير للجريدة أو المحرر المسئول عن قسمها الذي حصل فيه النشر إذا لم يكن ثمة رئيس تحرير بصفته فاعلاً أصلياً للجرائم التي ترتكب بواسطة صحيفته"، وقد تضمنت المادة (200 مكرراً) من قانون العقوبات المصري "مسؤولية الشخص الاعتباري بالتضامن مع المحكوم عليه من العاملين لديه عن الوفاء بما يحكم به من التعويضات التي تُرتكب بواسطة الشخص الاعتباري من الصحف أو غيرها من طرق النشر (منتديات الإنترنت) ويكون مسؤولاً بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية إذا وقعت الجريمة من رئيس التحرير أو المحرر المسئول.⁽²⁾

ثانياً: المسؤولية الجنائية المقررة للشخص المعنوي

يمكن توضيح المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي من خلال ثلاث نقاط رئيسية:

1- طبيعة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

- المسؤولية الجزائية المباشرة:

إنّ المسؤولية الجزائية المباشرة على الجريمة الاقتصادية وكما تقع على الشخص الطبيعي فإنها تقع أيضاً على الشخص المعنوي، فترفع عليه الدعوى القضائية ويحكم عليه بالجزاء المنصوص عليها قانوناً، في هذا النوع من المسؤولية الجزائية يتحمل الشخص المعنوي وحده كامل المسؤولية الجزائية الناتجة عن التصرفات الصادرة باسمه ولحسابه، وهذا بغض النظر عن مسؤولية الشخص الطبيعي الذي يقوم بإدارتها وتمثيلها.⁽³⁾

(1) مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير في العلوم القانونية، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011م، ص 89.

(2) مبروك ساسي، المرجع السابق، ص 89.

(3) أنور محمد صدقي، المساعدة المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، الطبعة الخامسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م، ص 38.

وفي التشريع الجزائري وبالرجوع إلى نص المادة (61) من الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 والمتعلق بالمنافسة والتي نصت على أنه: "يعاقب على عمليات التجميع المنصوص عليها في أحكام المادة (57) والتي أنجزت بدون ترخيص من مجلس المنافسة، بغرامة مالية فيمكن أن تصل إلى (7) من رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو ضد المؤسسة التي تكونت من عملية التجميع" فإنّ الباحث يجد أن المشرع قد أخذ بالمسؤولية الجزائرية المباشرة للشخص المعنوي. أمّا القانون الجنائي الفرنسي فوفقاً لمقتضياته أصبح كل شخص معنوي مسؤولاً جنائياً في الحالات المنصوص عليها قانوناً، غير أنّه بالرجوع إلى نصوص مدونة قانون الاستهلاك، لا توجد هذا النوع من المسؤولية؛ ذلك أن النيابة العامة لا يمكنها متابعة الشخص المعنوي للمطالبة بتطبيق العقوبة عليه عند مخالفته لمقتضيات قانون الاستهلاك، فأى نزاع استهلاكي تكون الشركة طرفاً فيه، فإن المسؤولية القانونية قد تقع على المسير القانوني أو الرئيس، أو المدير العام، أو على أعضاء مجلس الإدارة، وإذا كان بالشركة عدة مديرين، ففي هذه الحالة يكون من الصعب تقرير مسؤولية الجميع، وعليه تتم مساءلة المسير أو المسيرين الذين اتخذوا القرار، الذي ارتكبت بموجبه المخالفة، وعلى هذا الأساس يُمكن القول بأنّه على الرغم من عدم النص صراحة على مسؤولية الشخص المعنوي، عن الأفعال المعاقب عليها قانوناً، في قضايا الاستهلاك، إلاّ أنّه بشكل أو بآخر تتحمل الشركة أو المقاوله ثقل العقوبات التي تصدر بشأن المخالفات التي ارتكبت، بما في ذلك على سبيل المثال وقف أو حجز المنتجات ومنعها من التداول في الأسواق، أو إشهار قرار الحجز أو المنع الصادر في حقها، وهو الأمر الذي سوف يؤثر بصورة سلبية على سمعة الشخص المعنوي، بل وقد يهدد وجوده في السوق الاقتصادية بالاندثار.⁽¹⁾

- المسؤولية الجزائرية الغير مباشرة:

تقرر المسؤولية الجزائرية غير المباشرة عندما ينص القانون أن الشخص المعنوي يكون مسؤولاً بالتضامن مع الشخص المعنوي عند تنفيذ الجزاءات المحكوم بها من غرامة ومصاريف ومصادرة، كما تعتبر المسؤولية الجزائرية الغير مباشرة أقرب إلى أحكام العامة في قانون العقوبات.

- **الجرائم المرتكبة من طرف الممثل القانوني للشخص المعنوي:** في هذه الحالة يقوم أحد الأشخاص الطبيعيين من أجهزة الشخص المعنوي أو أحد الممثلين القانونيين له بجريمة

(1) أنظر: Article (L121) du code pénal français

كجريمة الغش والخداع، ضد المستهلك فتقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي باعتبار أنّ الشخص المعنوي لا يمكنه القيام بهذا الفعل الإجرامي إلا من خلال الأشخاص الطبيعيين، وهذا على أساس ما نصّت عليه المادة (65 مكرر2) من قانون الإجراءات الجزائية في ما يتعلق بالمثل القانوني للشخص المعنوي بأنّه "الممثل القانوني للشخص المعنوي وتفويضاً لتمثيله"⁽¹⁾.

- **الجرائم التي قد ترتكب لمصلحة وحساب الشخص المعنوي:** تقوم المسؤولية الجزائية على الشخص المعنوي إذا كانت الجريمة المرتكبة ترمي إلى صالحه أي أنها تسعى إلى تخفيف زيادة في رأس المال، أو التخلص من منتجات انتهى أجل صلاحيتها وكانت المداخل تكب في حساب الشخص المعنوي وقد نصّ المشرع الجزائري عليه في المادة (435 مكرراً) من القانون.

3- شروط قيام المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية

إذا انتهى الباحث إلى تقرير أنّ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تُعدّ مسؤولية غير مباشرة؛ لأنّه لا يمكن تصورها إلا بتدخل الشخص الطبيعي، باعتباره كائناً غير مجسم لا يمكنه أن يباشر النشاط إلا من خلال الأعضاء الطبيعيين المكونين له، لذلك نصّ تعديل قانون العقوبات في المادة (51) مكرر على الشروط التي من خلالها تنسب المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي رغم ارتكابها من طرف شخص طبيعي، وإذا كانت مسؤولية الشخص الطبيعي لا تثير إشكالاً حيث يمكن تحديدها بدقة فإنّ هذا المعيار لا يصلح عندما يتعلق الأمر بالشخص المعنوي.⁽²⁾

- **ارتكاب الفعل المكون للجريمة من الممثل القانوني للشخص المعنوي:**

حيث إنّه لا يمكن أن يباشر الشخص المعنوي نشاطاً إلا عن طريق أشخاص طبيعية مكونة له، والأشخاص الممثلون للشخص المعنوي هم عادة الذين لهم السلطة القانونية أو الاتفاقية في التصرف باسمه، كالمدير العام أو رئيس مجلس الإدارة أو الممثل القضائي؛ فإذا ارتكب هذا المدير أو الرئيس جريمة فإنّ الشخص المعنوي يسأل عنها ولذا حصر المشرع الجزائري في المادة (51 مكرراً) من قانون عقوبات الأشخاص الذين يترتب على جرائمهم قيام مسؤولية الشخص

(1) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص855.

(2) زير جمال الدين، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد خيضر،

2016م، ص59.

المعنوي وهم عادة الأشخاص المؤهلين قانوناً كي يتحدثوا ويتصرفوا باسم الشركة ويدخل في هذا المفهوم كلٌّ من: (مجلس الإدارة، المسير، الرئيس المدير العام، مجلس المديرين، مجلس المراقبة، الجمعية العامة للشركاء، أو الأعضاء بالنسبة للشركات)، ويقصد بتمثلي الشخص المعنوي في نص المادة (51 مكرراً) من قانون عقوبات، الأشخاص الطبيعيين الذين يتمتعون بسلطة التصرف باسمه سواء كانت هذه السلطة قانونية، أو بحكم قانون المؤسسة، كالرئيس المدير العام المسير، رئيس مجلس الإدارة، المدير العام إضافة إلى الممثلين القضائيين الذين يوكل إليهم القضاء مهمة مباشرة إجراءات التصفية عند حلّ الأشخاص المعنوية⁽¹⁾؛ وعليه لا يمكن للقاضي إسناد المسؤولية الجزائية بالشخص المعنوي إذا ارتكبت الجريمة من موظف عادي يعمل لديه حتى لو ارتكبها لحسابه.

وفي القانون الفرنسي في حالة ارتكاب مندوب الشركة لمخالفة تضرُّ بمصالح المستهلك، في هذه الحالة يُعدُّ المندوب مسؤولاً شخصياً عن فعله دون شك، ذلك أن وضعية التبعية التي يُوجد فيها، لا تمحي أثر المخالفة أو الجنحة ولا تنفي مسؤوليته؛ لكن هل يمكن مساءلة صاحب الشركة أيضاً بصفة شخصية؟

إنَّ القانون الجنائي الفرنسي لا يتعامل بمبدأ المسؤولية عن فعل الغير، كما تقضي بذلك المادة (1- L121) من القانون الجنائي، وعلى هذا فإنه لا يمكن تقرير مسؤولية صاحب الشركة، إلا إذا كانت له يد في حدوث المخالفة، سواء بإصدار الأوامر التي أدت إلى ارتكاب الفعل، أو بمجرد السماح به وتنفيذه من قبل أحد أتباعه، وفي المقابل يعفى من المسؤولية صاحب الشركة الذي أثبت بأنه قام بتفويض سلطاته إلى شخص آخر، شريطة أن يكون لهذا الأخير سلطة في اتخاذ القرارات، كما تقضي بذلك محكمة النقض الفرنسية.⁽²⁾

- وقوع الجريمة لحساب الشخص المعنوي

ولقد عبر المشرع الجزائري عن هذا الشرط في المادة (51 مكرراً 1) من قانون العقوبات: "... يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه"؛ وهو ما يقابله حكم المادة (121) في التشريع الفرنسي ومن خلال المعنى العام للنص السابق وبمفهوم المخالفة يمكن

(1) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 224.

(2) DelmasMarty «le droit pénal، l'individu et l'entreprise» juriscasseur périodique، éditeur entreprise paris، 1985:45

القول إن الشخص المعنوي لا يُسأل عن الجريمة التي تقع من ممثله إذا ارتكبها لحسابه الشخصي، أو لحساب شخص آخر، أي يكفي أن يكون الغش أو الخداع أو عدم احترام المواصفات قد ارتكبت لتنظيم سير أعمال الشخص المعنوي ولتحقيق غرضه.⁽¹⁾

(1) أحمد محمد محمود علي، المرجع السابق، ص 90.

المبحث الثالث

جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل

تتنوع أشكال الإعلانات عن السلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت، ويتسم كل نوع بطبيعته الخاصة التي تميزه عن غيره، والتي تؤثر في مسؤولية أشخاص الإعلان عن المحتوى غير المشروع له⁽¹⁾. وقد قسمنا هذا المبحث إلى المطلب الأول الذي خصصناه إلى تحديد أساليب الإعلان الإلكتروني المضلل أما بالنسبة المطلب الثاني تناولنا فيه المسؤولية الجنائية عن الإعلان الإلكتروني المضلل.

المطلب الأول

مفهوم واساليب الاعلان الكتروني المضلل

نتعرض بالشرح لمفهوم الاعلان الكتروني المضلل ثم نذكر أساليب الإعلان الإلكتروني المضلل وهي ما يمكن ذكر أهمها على سبيل المثال من خلال خمسة فروع فتناولنا بالدراسة في (الفرع الأول) مفهوم الإعلان الإلكتروني المضلل، أما (الفرع الثاني) مواقع الإنترنت والشرائط الإعلامية وفي (الفرع الثالث) الرسائل البينية ومحركات البحث والأدلة، وأما (الفرع الرابع) الارتباط التشعبي والبريد الإلكتروني وفيما يخص (الفرع الخامس) منتديات المناقشة والمحادثة

الفرع الأول

مفهوم الاعلان الكتروني المضلل

يذهب جانب من الفقه إلى تعريف الإعلان الإلكتروني المضلل على أنه: (الإعلان الذي لا يتضمن بيانات كاذبه إلا أنه مصاغ بعبارات من شأنها أن تؤدي إلى خداع المتلقي⁽²⁾). ويتبين من هذا التعريف أنه قد أخذ فيه بالمفهوم الضيق فهو يميز بين الإعلان المضلل والإعلان الكاذب ومن ثم يستبعد الكذب من نطاق التضليل الإلكتروني، ويؤخذ على هذا التعريف أيضاً أنه خالف ما ذهب إليه بعض التشريعات (التشريع الفرنسي) من عدم التمييز بين الإعلان المضلل والإعلان الكاذب وذلك في المادة (1/121) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993 تلك التي منعت كل إعلان يتضمن بأي شكل من الأشكال ادعاءات، أو إشارات مضلله أو كاذبه

(1) في أنواع الإعلانات التي تتم عبر شبكة الإنترنت بوجه عام، يُنظر:

GOBERT D., La publicité sur internet: Le droit de révolution, Revue Biquite, n, dec.2000, pp. 71.90

(2) أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلان في القانون المدني، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص384.

أو تقديم خاطئ أو ذات طبيعة تؤدي إلى الوقوع في الخطأ عندما يتعلق الأمر بواحد أو أكثر من العناصر الآتية: الوجود، الطبيعة، الصفات، التكوين، النوعية، العناصر الجوهرية، المصدر، الكمية، الطريقة وتاريخ الصنع، الثمن، شروط البيع للسلع أو الخدمات، موضوع الإعلان.

إلا إنَّ الحسَن في هذا التعريف إنَّه لم يقصر فكرة التضليل الإعلاني على المستهلك؛ ولكن جعلها تمتد للمتلقى أي التاجر في غير مهنته، وهذا موقف يحمى عليه لأنَّ التاجر يكون متخصصاً في مجال معين ومن ثم فهو غير ملم بالمجالات الأخرى ممَّا يتطلب أن توفر له الحماية في كلِّ ما هو خارج عن نشاط مهنته. كما يذهب جانب آخر من الفقه إلى تعريف الإعلان الإلكتروني المضلل بأنه (كلُّ إعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي إلى التضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به أو المنافسين على نحو يلحق ضرراً بمصالحهم الاقتصادية).⁽¹⁾

ويلاحظ أن هذا التعريف قد أخذَ بالمفهوم الواسع للتضليل الإلكتروني فاستخدام مصطلح (المنافسين) يؤدي إلى الخلط ما بين الإعلان المضلل والإعلان المقارن والذي قد يلحق الضرر بالمنافسين الآخرين كأن يقوم المعلن بمقارنة منتجاته بمنتجات المحل المنافس وذكر مواصفات جيدة عن ما ينتجه من السلع والخدمات وهي خلاف الحقيقة وهو ما يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة المشروعة، وهذا موقف غير حسن لأنَّ الإعلان المقارن لديه إطار خاص به، ويمثل صورةً مستقلةً من صور الإعلانات غير المشروعة، وعليه فهو مستقل عن الإعلان المضلل لأنَّ نطاق كلِّ منهما يختلف عن الآخر. وعرّف أيضاً على أنه: (كل وسيلة يمكن من خلالها توجيه معلومات معينه إلى العميل ليكوّن فكرةً عن السلع والخدمات التي سيتعاقد من أجل الحصول عليها).⁽²⁾

ويلاحظ على هذا التعريف أنه لم يحصر الإعلان بوسيلةٍ محددةٍ وهذا موقف يحمى عليه من أجل مواكبة التطور الحاصل، إلا أنَّ ما يؤخذ عليه إنَّه لم يبين الهدف من الإعلان الإلكتروني المضلل والذي يتمثل بجذب المستهلكين للتعاقد مع المعلن . وقد عرّفه البعض على أنه: (إخبار أو إعلام يتخذه المنتج لتعريف المستهلك ما لديه من سلع وخدمات، عن طريق إبراز المزايا والمحاسن للسلع لخلق انطباع جيّد يساهم في إقبال الجمهور على التعاقد).⁽³⁾

(1) أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص170.

(2) كوثر سعيد عدنان خالد، حمايه المستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بنما، 2010، ص107 .

(3) موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط1، مكتبة زين الحقوقية، بغداد، 2011، ص58

ويبدو من هذا التعريف خلطه البين بين الإعلان الإلكتروني المضلل والإعلام لأنَّ استخدام مصطلح (إخبار أو إعلام) لا ينسجم مع تعريف الإعلان، كما إنَّ الإعلان المضلل لا يقتصر على إبراز محاسن ومزايا السلع المعلن عنها إذ يتضمن إضافة إلى ذلك أساليب تضليلية لتزييف حقيقة السلع وإظهارها بمظهر يشد من رغبة المستهلك في الحصول عليها.

ولقد ذهب الآخرون كذلك إلى تعريف التضليل الإلكتروني على أنه: (كلَّ محاولة لتقديم معلومات غير صحيحة أو ينطوي على إغفال للحقيقة أو أية ممارسة يمكن أن تقود إلى تضليل المستهلك الذي حاول أن يتصرف بعقلانية وبطريقة تحقق مصلحته)¹، ولكن يلاحظ على هذا التعريف أنه قد اختطَّ موقفاً وسطاً ما بين التعاريف السابقة محاولاً تلافي النقص الوارد في كل منهما، فهو وسع من التضليل الإلكتروني ليشمل الكذب والتضليل من ناحية، ومن ناحية أخرى استبعد فكرة الإعلان المقارن من نطاق التضليل الإلكتروني، إلا أنَّ ما يؤخذ على هذا التعريف أنه جعل من نطاق الحماية مقتصره على المستهلك فقط مما جعل نطاق الحماية ضيق جداً.

مما تقدم يمكننا تعريف الإعلان الإلكتروني المضلل على أنه: "كلَّ نشاط من شأنه أن يستخدم لترويج السلع والخدمات بأي وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة وبطريقة من شأنها تحفيز المستهلك ودفعه إلى التعاقد لتحقيق مكسب مادي".

هذا ولقد أولت التشريعات القانونية اهتمامها في وضع تعريف للإعلان الإلكتروني المضلل ولعل التشريع الفرنسي يعد في طليعة تلك التشريعات، حيث عرفت المادة (121) من مدونه الاستهلاك الفرنسي رقم 939 لسنة 1993م الإعلان المضلل على أنه: (كل إعلان يتضمن بأي شكل من الأشكال ادعاءات، أو إشارات أو تقديم خاطئ أو ذات طبيعة تؤدي إلى الوقوع في الخطأ عندما يتعلق الأمر بواحد أو أكثر من العناصر الآتية، الوجود، الطبيعة، الصفات، التكوين، النوعية، العناصر الجوهرية، المصدر، الكمية، الطريقة وتاريخ الصنع، الثمن، شروط البيع للسلع أو الخدمات، موضوع الإعلان، شروط الاستعمال النتائج المترتبة نتيجة الاستعمال، ودافع أو طرق البيع أو تقديم الخدمات ومضمون التعهد الذي يقوم به المعلن أو صفات أو قدرات المصنع، البائع، المعلن أو مقدم الخدمات).

أما بالنسبة للمشرع المصري فقد نصت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2004 على أنه: (يعد سلوكاً خادعاً كل فعل أو الامتناع عن فعل من جانب المورد أو

(1) موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 59.

المعلن الذي يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في غلط⁽¹⁾، وكذلك المادة (17) من اللائحة التنفيذية من ذات القانون قد عرّفت الإعلان المضلل على أنه (هو الذي يحصل بأية وسيلة كانت، أي الإعلانات بالوسائل التقليدية كالجرائد والمجلات والصحف أو بالوسائل الإلكترونية كالإعلان الذي يتم على شبكة الإنترنت).

أما بالنسبة للمشرع الجزائري وطبقا للقانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية عرف الإشهار الإلكتروني ولم يتعرض لتعريف الإعلان المضلل.

الفرع الثاني

مواقع الإنترنت: Web Sites والشرائط الإعلامية Banners

حاولنا في هذا الفرع التعرف على مواقع الإنترنت (أولا) والشرائط الإعلامية (ثانيا)

أولاً: مواقع الإنترنت (Web Sites)

تتعدد وتتنوع مواقع أو صفحات الإنترنت Web Pages بحيث يُمكن القول بأنه من المستحيل حصر المواقع المستخدمة في الإعلان عن السلع والخدمات. فكلُّ جهة أو شركة أو مؤسسة أو حتى شخص طبيعي يُمكنه أن يملك موقعًا له على شبكة الإنترنت يمكن لكلِّ مستخدم أن يصل إليه ويتصفحه، ويعلم كلُّ محتويات الموقع عن طريق عنوانه الإلكتروني (Domain Name). وعليه يُشبه البعض صفحات الإنترنت بالكتالوج الافتراضي؛ لأنَّه يظهر كل ما يتعلق بالسلع والخدمات كالنوع والخصائص والسعر وغيرها من العناصر⁽²⁾. وإذا لم يعلم المستخدم العنوان الإلكتروني للموقع، يمكنه الوصول إليه من خلال وضع بعض الكلمات الدالة عليه في أحد مواتير البحث، ويجده ضمن النتائج التي يكون محرك البحث قد توصل إليها⁽³⁾.

(1) أحمد السعيد الزقر د، المصدر سابق، ص 275 .

(2) MONTERO E. DEMOULIN M et LAZARO Ch.، La loi du 11 mars 2003 sur les services de la sociétés de l'information، Journal des tribunaux، no.6125، 31 janvier 2004

(3) BLAISE Cy.، Le commerce électronique entre professionnels en réseau ouvert Internet. Memoire، Faculté de droit، Université de Paris V، 1996 - 1997، p. 18.

هذا ويعبر أصحاب المواقع في صفحاتهم عن هويتهم وأنشطتهم والخدمات التي يقدمونها. وتسمح لهم هذه المواقع بتكوين اتصال مباشر بين المنتج والمستهلك، حيث لا يقتصر دورها على عمل الدعاية والإعلان، ولكن تسمح بتنفيذ أوامر الشراء وإبرام الصفقات عبر الشبكة.⁽¹⁾ وعادة ما يتم تصميم هذه المواقع بطريقة جذابة للجمهور بحيث تتضمن أصواتاً وصوراً ملونة ومتحركة وبعض ملفات الفيديو، وتكون هذه المواقع منظمة بطريقة سهلة تضمن رؤية المستخدم لها كاملة وانتقاله من صفحة إلى أخرى على ذات الموقع دون مجهود كبير. وقد تتضمن هذه المواقع أيضاً إشارة إلى مواقع أخرى يمكن الانتقال إليها مباشرة من خلال الموقع الأصلي عن طريق ما يسمى الارتباط التشعبي (Hyperlink).⁽²⁾

ثانياً: الشرائط الإعلامية (Banners)

إنَّ الشرائط الإعلانية⁽³⁾ تُعتبر الشكل الغالب في الإعلانات عبر شبكة الإنترنت⁽⁴⁾. والشريط الإعلامي مستطيل صغير الحجم بالمقارنة بصفحة الموقع، ويتواجد بصفة عامة أعلى الصفحة، ويظهر بشكل تلقائي دون أن يطلبه مستخدم الموقع⁽⁵⁾، ولا يستطيع المستخدم، في أغلب الأحيان، التخلص منه لعدم وجود أيقونة بإلغائه على الموقع، وقد يختفي ليعاود الظهور مرة أخرى بذات الإعلانات السابقة أو إعلانات جديدة.

هذا ويتفنن المعلنون في استخدام الطرق الحديثة والتقنيات العالية لمضاعفة أثر الشريط الإعلاني على المستهلك. ومن أمثلة هذه التقنيات: تقنية GIF وهي الأكثر استخداماً على شبكة الإنترنت، وفيها يظهر الشريط الإعلاني على الشاشة بصفة مستمرة ومنتظمة، وهي من اختراع شركة AOL. وتوجد أيضاً تقنية GIF anime وتسمح بإدراج رسومات وأشكال تتحرك في سرعات متنوعة، وتأتي من جوانب مختلفة للشريط لجذب نظر المستخدم بمجرد ظهور الشريط الإعلاني.

(1) DELOS SANTOS C.، La publicité sur internet en droit Espagnol، in "publicité."، op. cit.، p. 1517.

(2) MASS M.-Cb.، La publicté trompeuse dans le commerc électronique.، op. p. 11.

(3) تسمى باللغة الفرنسية: Bandeaux Publicitaires

(4) تشير بعض الإحصائيات إلى أن الشرائط الإعلانية كانت تمثل نسبة 91% من إجمالي عوائد الإعلانات والدعاية في فرنسا عبر شبكة الإنترنت، بينما تراجعَت هذه النسبة إلى 75,5% في أوائل عام 2001م، يراجع في هذه الإحصائيات:

HUSSHERR X.، La publicité sur internet، Paris، Dunod، 1999، p. 94.

(5) VERBIEST Th.، La protection juridique du cyper-consommateur، Litec، 2002، p. 12.

فهي ذات التقنية السابقة مضافاً إليها حرية أكبر في عناصر الحركة والصوت في الشريط الإعلاني. ومن هذه التقنيات أيضاً شرائط الـ **Multimedia** وهي شرائط تتضمن ملفات فيديو تجمع عناصر الصوت والصورة والحركة، وقد تعمل هذه العناصر مباشرة بمجرد ظهور الشريط الإعلاني، أو تعمل بعد الضغط على مفتاح تشغيلها. وكذلك توجد تقنية أخرى تسمى (**JAVA**) أو (**Flash**) وهي عبارة عن نافذة تظهر على الشريط مدون عليها صيغة تدعو المستخدم للوصول إلى مزيد من المعلومات عن موضوع الإعلان، وتقله من صفحة على أخرى حتى يستقر به الأمر إلى صيغة البيع النهائية⁽¹⁾. ومن هذه الشرائط كذلك الشريط الدوري (**Rotative**) وهو شريط يظهر على الشاشة بصفة دورية ثم يختفي ويتضمن بيانات معينة مما يثير انتباه المستخدم.⁽²⁾

وفي الواقع فإن أكثر هذه الشرائط فاعلية في جذب العملاء وهي تلك التي تحثهم على الفضول، وهي من نوع (**Teasing**). في هذا النوع من الشرائط لا يعلن المعلن عن نفسه ولا عن مضمون الموقع في الشريط الإعلاني، ولكنه يستخدم عبارات تثير فضول المستخدم تجعله يدخل الموقع ليكتشف بنفسه معنى العبارات المستخدمة. ومن أمثلة هذا: الشريط الإعلاني المكتوب عليه "ممنوع للرجال" في يوم عيد المرأة دون أن يحدد المعلن إذا ما كان يهتم بأمور النساء فقط أم لا؛ هذا الإعلان يثير فضول الرجال لرغبتهم في معرفة المادة الإعلانية التي تبث على الموقع. هذا وتوجد نوعين من الأنظمة لكي تظهر هذه الشرائط على مواقع الإنترنت:

النوع الأول: وهو: النظام التقليدي"، ويتمثل هذا النظام في تأجير مساحة إعلانية على موقع الاستقبال الأصلي، بحيث يظهر الشريط على الموقع في كل مرة يزور فيها أحد مستخدمي الإنترنت الموقع الأصلي؛ هذا النظام له نتائج السلبية؛ فهو مكلف مالياً، كما أنه من الناحية الفنية هناك حداً أقصى لتحميل أي موقع الشرائط الإعلانية، فإذا زاد عدد الشرائط الإعلانية عن هذا الحد، أثر ذلك في قدرة تشغيل الموقع الأصلي.

النوع الثاني: وهو النظام الحديث، ويتمثل هذا النظام في الانضمام لشبكات تبادل الشرائط الإعلانية، ووفقاً لهذا النظام ينضم مالكو المواقع إلى شبكة تبادل الشرائط الإعلانية. وفي كل مرة يزور فيها مستخدم الإنترنت موقعاً من المواقع المنضمة، تظهر عليه الشرائط الإعلانية

(1) VERBIEST Th. et WERY Et., La responsabilité de fournisseur d'outils de recherché et d'hyperliens du fait du contenu des sites references., op. cit., p. 11.

(2) DEPRES P. et FAUCHOUX V., Lois, contrats et usages., op. cit., p. 68.

الخاصة بباقي المواقع الأخرى. وكذلك يقدم هذا النظام مزية التبادل بين المواقع المختلفة، ومن ثمّ تزداد أهميته كلما زادت المواقع المنضمة حيث تزداد بذلك فرص رؤية الشرائط الإعلانية الخاصة بهذه المواقع. هذا بالإضافة إلى أنّ الانضمام للشبكة يُعدّ مجانيًا؛ لتبادل المصالح بين أصحاب المواقع المنضمة للشبكة.⁽¹⁾

ولا يخالطنا الشكّ في أنّ ما تحتويه الشرائط الإعلانية تعتبر إعلانات تجارية بالمعنى الصحيح مادامت تتعلق بسلعة أو منتج أو خدمة تُقدّم للجمهور بمقابل⁽²⁾. فالمعلن يستطيع أن يستخدم، عن طريق هذا الشريط، بعض المؤثرات الصوتية أو الحركية التي تحثّ المستخدم للضغط عليه، والدخول إلى الموقع الذي يشير إليه⁽³⁾. ويستخدم المعلن في الغالب على هذا الشريط عبارات تجنب انتباه المستخدم مثل "اربح سفرًا مجانيًا"، أو "شارك في مسابقة مجانية". هذا بالإضافة إلى أنّ وجود المساحة الإعلانية التي سيظهر الشريط من خلالها يتمّ اختياره وفقًا لسمعة وشهرة الموقع الأصلي الذي سيظهر عليه الإعلان⁽⁴⁾. حيثُ سيختار المعلن موقع الشركات الشهيرة؛ حتى يضمن وصول إعلانه إلى أكبر عدد ممكن.

ويخلص الباحث من ذلك إلى أنّ موضوع الرسالة الإعلانية التي تتضمنها الشرائط الإعلانية، بالإضافة إلى الهدف الذي تسعى إليه هذه الرسالة وهو جذب المستخدم، يجعلان منها إعلانًا تجاريًا.

(1) DEPRES P. et FACHOUX V.، Lois، contrats et usages.، op. cit.، p. 67.

(2) BILLON V.، La publicité sur Internet، in 8/7/2019

" http: www.publicité sur internet.html"، p. 5.

(3) VERBIEST Th.، Les Nouvelles obligations..، op. cit.، p. 12

(4) DEPRES P. et FAUCHOUX V.، Lois، contrats et usages.، op. cit.، p. 68; VERBIEST Th. et WERY E.، Commerce électronique pae téléphonie mobile.، op. cit.، p. 14.

الفرع الثالث

الرسائل البينية: ⁽¹⁾ Interstitial Messages محركات البحث والأدلة: Search Engines and Directories ⁽²⁾

تتاولنا في هذا الفرع (أولاً) الرسائل البينية، (ثانياً) محركات البحث والأدلة

أولاً: الرسائل البينية (Interstitial Messages)

ويُطلق هذا النوع من الرسائل على الرسائل التي تملأ الشاشة على اعتبار أنها تشغل الشاشة كلها عندما تظهر، ويُقصد بها تلك التي تظهر بين صفحتين أو أكثر من صفحات الإنترنت عندما ينتقل المستخدم بين هذه الصفحات، ولا تستمر هذه الصفحات مدة طويلة، وإنما تبقى لفترة وجيزة تتراوح بين خمس وعشر ثوانٍ⁽³⁾. ويستخدمها المعلنون في إشارة سريعة إلى مواقعهم أو إلى السلع أو الخدمات التي يقدمونها أو إلى البريد الإلكتروني الذي يمكن للمستخدم مخاطبتهم عليه. وإذا أراد المستخدم الدخول إلى الموقع أو الاستعلام عن تلك السلع والخدمات فما عليه إلا الضغط على هذه الرسالة. وتنطبق على الإعلانات التي تتم خلال هذه الرسائل وصف الإعلانات التجارية إذ تشير إلى مواقع بها سلع وخدمات تقدم للجُمهور.

ثانياً: محركات البحث والأدلة (Search Engines and Directories)

يستخدم المعلنون أيضاً محركات البحث والأدلة في الإعلان عن سلعهم وخدماتهم. ومحرك البحث هو عبارة عن برنامج استكشافي يسمى (Robot) يزور كل الصفحات المسجلة على الشبكة ويربط بينها بطريقة تلقائية بواسطة قاعدة بيانات⁽⁴⁾. ويتم البحث في هذا البرنامج عن طريق كلمات مفاتيح (Key Words) يزوده بها المستخدم. وعند كتابة بعض الكلمات المتعلقة بموضوع البحث، يبحث المحرك عن الصفحات التي يتضمن عنوانها الرئيسي أو الفرعي هذه الكلمات. ثم يقوم البرنامج بإظهار قائمة بها هذه العناوين المستخدمة في غضون لحظات، وتكون القائمة مرتبة بنظام معين مثل عنوان الصفحة، وعدد الكلمات الموجودة في العنوان الرئيسي أو

(1) تسمى باللغة الفرنسية Les messages interstitiels

(2) يطلق عليهم باللغة الفرنسية Les moteurs de recherche et les annuaires

(3) VERBIEST Th. et WERY E., Commerce électronique par téléphonie - Commerce : Un cadrement juridique mal défini, Recueil mobile M Dalloz, 2004, n° 41, chroniques - doctrine, p. 63

(4) أهم مواتير البحث المستخدمة هي : Yahoo- Altavista- Lyco- Infoseek- Excite

العنوان الفرعي، ومدى اتصال أو انفصال كلمات المفاتيح في هذه العناوين... الخ⁽¹⁾. حيث يكون هدف ماتور البحث، والحال كذلك هو تزويد المستخدم بقائمة بالمواقع التي بها كلمات المفاتيح المزودة بها.

فإذا كان محرك البحث وسيلة قليلة الفاعلية عن الشروط الإعلانية، فإنه يتميز بأنه أكثر اتساعاً في بحثه عن المواقع الأمر الذي يُعطي فرصة أكبر لظهور الإعلان، كما أنه غير مكلف بالمقارنة للشروط الإعلانية؛ إذ إنه لا يستلزم أن يؤجر المعلن مساحة إعلانية على موقع شركة أو جهة أخرى.⁽²⁾

أمّا الأدلة فهي تشبه أدلة التليفون؛ إذ تظهر قائمة بعناوين المواقع التي يطلبها المستخدم عن طريق كلمات المفاتيح التي يزودها بها المستخدم، وما يميز الأدلة عن مواتير البحث أنّ عناوين المواقع في مواتير البحث تظهر مرتبة حسب وجود عدد كلمات المفاتيح الموجودة بها، وبالترتيب الأبجدي، وتظهر مجردة؛ أي دون تعليق عليها. أمّا عناوين المواقع التي تظهر نتيجة البحث بالأدلة فهي تظهر مرتبة حسب موضوع المواقع، وحينما تظهر على الشاشة، فهي لا تظهر مجردة، إنّما يظهر اسم الموقع، وعنوانه الإلكتروني، وتعليق مختصر على مضمون أو محتوى الموقع.⁽³⁾

وفي كثير من الأحيان يستخدم المعلنون الذين يختارون هذه الطريقة تقنية أو أسلوب الـ (Meta tags) وهي تقنية تسمح لمشغل صفحة الإنترنت أن يدرج العديد من المصطلحات أو الكلمات المخفية في نظام التشغيل الصفحات⁽⁴⁾. فإذا كتب مستخدم الإنترنت عددًا من المصطلحات أو كلمات المفاتيح يصادف أنّها قريبة من الكلمات والمصطلحات المدرجة في المواقع، ويبحث عن المواقع والصفحات التي تتضمن هذه الكلمات، يظهر أمامه الكثير من

(1) DEPRES P. et FACHOUX V., Lois, contrats et usages du multimedia, op. cit., p. 64.

(2) PIROLOT DE CORBION S., La responsabilité des fournisseurs d'outils de recherche sur internet, 2004, in "http://www.droit-technologie.oeg dossiers:pirilot_responsabilité moteur recherche_pdf.

(3) DEPRES P. et FACHOUX V., Op. cit., p. 64

(4) FOURRGOUX F., Internet et la concurrence déloyale, in "http://www.uni-muenster.de:juria.it:lidc:93 fran-doc, p. 7 et s.

وفي تفصيل النواحي الفنية لهذا الأسلوب:

Metatag, 12 April 2005, in "http://www.netlingo.com:right.cfi?term=metatag.html

الصفحات التي لا تتعلق بموضوع البحث⁽¹⁾؛ إذ إنَّها مجرد إعلانات عن سلع أو خدمات أخرى بخلاف التي يبحث عنها⁽²⁾. ويعود سبب ظهور هذه المواقع التي لم يطلبها المستخدم ضمن نتائج البحث إلى وضع بعض الكلمات المخفية في نظام تشغيل الصفحات الرئيسية للاستفادة منها⁽³⁾. ونرى أنَّه على الرغم من أهمية الأدلة ومحركات البحث في الوصول إلى المواقع التي تمتلكها المشروعات وتعرض فيها ما تقدمه من سلع وخدمات، فإنَّ مهمة هذه الأدلة وكذلك المحركات، كما قدمنا، تنحصر فقط في الوصول إلى المواقع التي بها هذه السلع والخدمات. فهي والحال كذلك تتضمن إعلانًا عن المواقع لا عن السلع والخدمات ذاتها، كذلك فإنَّها لا تتضمن وسائل جذب للمستهلك تحثه على الشراء، ومن هنا نرى أنَّها لا تشكل إعلانًا تجاريًا.

أمَّا في الحالة التي يستخدم فيها المعلنون تقنية أو أسلوب الـ (Meta) Tages وتشير إلى سلع وخدمات يروج لها المعلنون، وتحث مستخدمي الإنترنت على شرائها، فإنَّ المعلومات التي تتضمنها تعتبر وبلا أدنى شك إعلانات تجارية⁽⁴⁾.

الفرع الرابع

الارتباط التشعبي: (Hyperlinks) والبريد الإلكتروني (E-mail)

أولاً: الارتباط التشعبي (Hyperlinks)

الارتباط التشعبي هو برنامج يسمح بالانتقال من صفحة إلى أخرى من صفحات الإنترنت بسهولة ويسر، بحيث إذا أراد المستخدم الانتقال من موقع إلى آخر، فإنَّ الارتباط التشعبي يسمح له بهذا الانتقال والعودة مرة أخرى إلى الموقع الأصلي دون ضرورة الخروج كلية من هذا الموقع أو ذلك⁽⁵⁾. وتبدو هذه الإمكانية من خلال أيقونة تظهر على شاشة الجهاز يضغط عليها المستخدم

(1) اعتبر القضاء الفرنسي أن وضع المشروع كلمات ومصطلحات تتعلق بالسلع والخدمات التي يقدمها ضمن الـ Meta Tages لموقع مشروع آخر يشكل اعتداء على العلامة التجارية لهذا المشروع الأخير، فظهر الموقع الذي يملكه المشروع الأول في كل مرة يتم البحث عن الموقع الذي يملكه المشروع الثاني دون رضاء أو موافقة صاحب الموقع يعد تقليدًا للعلامة التجارية. (2) VERBIEST Th. et WERY E.، Combierce électronique..، op. cit.، p. 13.

(3) الأصل أن الـ Meta Tages تسهل عمل مواتير البحث والأدلة وتجعل عملها أكثر دقة. ومع ذلك تستخدمها بعض المشروعات والمؤسسات الإعلان عن سلعهم لو منتجاتهم أو مواقعهم... إلخ.

(4) Cour d'appel d'Anvers، 9 octobre 2000، Ann.Prat.comm&conc.، 2000، p.445.

(5) BKEBAN Y.، Internet et publication de sondages d'opinions en période électronique: vers un droit des hyperliens، Dossier Internet، 20 Avril 1999، Gaz.Pall.، Avril 1999، p. 501.

تنقله من موقع إلى آخر، ويظلُّ الموقع الأصلي متاحًا، فالأمر يتعلق إذًا بتوجيه مستخدم الإنترنت ناحية موقع معين بطريقة ميسرة مع البقاء على الموقع الأصلي.⁽¹⁾

وتستخدم في هذه الأيقونات تكنولوجيا متطورة من شأنها أن تجذب انتباه المستخدم، وتقدم له معلومات قريبة أو مرتبطة بالمعلومات التي تتضمنها الصفحة الرئيسية الموقع المرتبط بالأصلي⁽²⁾. وقد تظهر العبارة التي تدل على الارتباط التشعبي بأشكال عديدة. فقد تبدو في صورة عبارة مكتوبة بخط غليظ، أو بخط مائل، أو بلون مخالف، وقد يوضع خط تحت هذه العبارة. وباستخدام تلك الطريقة يتمكن المعلن من أن يدرج في الصفحة الرئيسية المشروع آخر أية أيقونات تدل على موقعه الذي يعرض فيه منتجاته وخدماته. وتربط بين المعلنين في هذه الحالة مصالح مشتركة، بحيث يضع كلاً منهم على الصفحة الرئيسية له أيقونات تخدم مواقع تخص معلنين آخرين⁽³⁾، فينتقل المستخدم من موقع إلى آخر دون عراقيل. إلا أنه قد يكون إدخال أيقونة الارتباط التشعبي على موقع معين بمقابل عن طريق عقود الانضمام أو الاستضافة (Affiliation). وبمقتضى هذا العقد، يلتزم الموقع المضيف أو الموقع الرئيسي بعرض أيقونة الارتباط التي تشير إلى موقع آخر في مقابل عمولة تتمثل في نسبة يتقاضاها عن البيوع التي تتم بفضل استخدام هذا الارتباط. ويتوقف نجاح هذه الطريقة على شهرة وسمعة الموقع المضيف.⁽⁴⁾

ثانياً: البريد الإلكتروني (E-mail)

يعمل البريد الإلكتروني بنفس الكيفية التي يعمل بها البريد العادي، لكنه يتميز عنه بكونه فورياً، فشبكات الإنترنت تُستخدم عن طريق صناديق البريد الإلكترونية في نقل النصوص المكتوبة (Texts)، والأصوات، والصور وملفات الفيديو من مستخدم إلى مستخدم آخر. ويقدم مزود

(1) يراجع في ذلك التوصية الصادرة من منتدى القانون والإنترنت في 3 مارس 2003 بعنوان " : Hyperlines Statut juridique وهي متاحة على العنوان التالي:

<http://www.foruminternet.org>

(2) DEPRez P. et FAUCHOUX V.، Op.cit.، p. 66.

(3) VERBIEST Th. et WERY E.، Commerce électronique..، op. cit.، p.14.

(4) DEPRez P. et FAUCHOUX V.، Lois، contrats et usages.، op. cit.، p. 66.

وسوف يكون هذا الواقع العملي محل معالجة تفصيلية لاحقاً.

الخدمات (Internet Service Provider) الآن وظيفة البريد الإلكتروني مجاناً وهو ما شجع المستخدمين أن يمتلكوا أكثر من بريد إلكتروني.

وتغيرت وظيفة البريد الإلكتروني من كونها مجرد وسيلة اتصال بين المستخدمين تُستخدم في نقل البريد إلى وسيلة إعلانية وتسويقية افتراضية عبر شبكة الإنترنت.⁽¹⁾

هذا وترسل بعض المواقع التي تعرض سلعاً ومنتجات بريدًا إلى مستخدمي الإنترنت يقترحون فيه عليهم أن يتصلوا بهم أو يرسلوا إليهم بريدًا يطلبون فيه موافقتهم على إرسال عروضهم التجارية. بيد أن العديد من المواقع ترسل مباشرة إعلانات عن السلع والخدمات التي تقدمها دون أخذ رأي المستخدم، وهنا يجد المستخدم بريده الإلكتروني ممتلئ بهذه الإعلانات دون رغبة منه، ويسمى هذا الواقع (Spamming).⁽²⁾

وفي الأصل وحتى توصف الرسالة الإعلانية بأنها إعلانًا تجاريًا، ينبغي أن تكون موجهة إلى أشخاص غير محددين؛ أي توجه إلى الجمهور بصفة عامة. فإذا كانت موجهة إلى شخص بعينه أو أشخاص بذواتهم، فلا تكتسب هذا الوصف.⁽³⁾

وما يحدث عملياً في الإعلانات التي تتم بالبريد الإلكتروني أن يقوم المرسل بإرسال الملايين من نفس البريد مرة واحدة إلى ملايين صناديق الخطابات بغير أن يتوقف محتوى الرسالة على شخص المرسل إليه، فالرسالة لا يتغير محتواها من مرسل إليه إلى آخر. ومن هنا يمكننا وصف الإعلان عبر البريد الإلكتروني بأنه إعلان أو نشر جماعي Diffusion massive لا مراسلة خاصة.⁽⁴⁾

هذا المفهوم يتمشى مع موقف محكمة النقض التي اعتبرت فيه أن الخطاب الدوري الذي يصدر من المشروع إلى مختلف عملائه، يُعدُّ إعلانًا تجاريًا يخضع لما تخضع له هذه الإعلانات

(1) VERBIEST Th.، Les nouvelles obligations en matière de publicités et de marketing réalisés par le biais des nouvelles technologies، op. cit.، p. 7.

(2) VERBIEST Th. et WERY E.، Commerce électronique..، op. cit.، p. 15.

(3) BILLON V.، La publicité sur Internet، in “ <http://www.publicité sur nternet.html>”، p5

(4) J. - L. FOURRGOUX F.، Internet et la concurrence déloyale.، op. cit.، p.1

من تنظيم، وبصفة خاصة التنظيم الخاص بالدعاية المضللة⁽¹⁾، وأن إرسال ثلاثمائة دعوة من المشروع لعملائه عن طريق البريد، يُعدُّ إعلانًا تجاريًا.⁽²⁾

ولقد تبني المجلس الأعلى هذا المفهوم للسمعيات والبصريات الفرنسي في تعريفه لواقع ال (Spamming) إذ عرفه بأنه: "إرسال جماعي للرسائل الإعلانية في شكل إلكتروني عن طريق البريد الإلكتروني (mail -e) موجه إلى مستخدمي الإنترنت دون رضائهم". وقد فسر المجلس قوله بأن المقصود بالإرسال الجماعي هو أن محتوى الرسالة التي تصل إلى كلِّ المستخدمين يكون واحدًا دون تخصيص محتوى معين لنوع من المستخدمين، فعمومية نص الرسالة يسمح باستبعاد وصف المراسلة الخاص على هذا النوع من الرسائل.⁽³⁾

وينتهي الباحث من ذلك إلى أن المراسلات التي تصل عبر البريد الإلكتروني لمستخدمي الإنترنت هي مراسلات تتصف بصفة العمومية، وينطبق عليها وصف الإعلان التجاري إذا كانت تحت المرسل إليهم على شراء سلع وخدمات.

الفرع الخامس

منتديات المناقشة والمحادثة: News Group and Chat

ومنتدى المناقشة⁽⁴⁾ عبارة عن مكان افتراضي لتبادل المعلومات والأفكار بخصوص مسألة معينة بين أكثر من شخص، ويمكن لكلِّ شخص أثناء المنتدى أن يبدي رأيه، ويتم الحوار بين الجميع بشكل مكتوب أو شفهي من خلال برنامج معين يربط بينهم⁽⁵⁾. ويكون الدخول في هذه المنتديات مجانًا دون اشتراكات أو أية مصاريف⁽⁶⁾. وقد تتمَّ منتديات المناقشة من خلال موقع ثابت يخصص لها، وموضوع المناقشة فقط هو الذي يتغير، أو تتم من خلال أي موقع، ويعلن المنظمون للمنتدى عن فترة وجوده لتأجير المساحات الإعلانية عليه.

⁽¹⁾ Cass.crim، 5 mai 1981، Bull.crim. 1981، p. 410.

وأيضًا جميل عبد الباقي الصغر، الإنترنت والقانون الجنائي، الأحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالإنترنت، دار النهضة العربية، 2002م، ص 57.

⁽²⁾ Cass. Com.، 12 Novembre 1991، Contrats، Concurrence، Consumation، 1992، p. 12.

⁽³⁾ BILLON V.، La publicité sur internet.، op. cit.، p. 5; DEPRESZ P. et FAUCHOUX V.، Lois، Contrats et usges.، op. cit.، p. 102.

⁽⁴⁾ تسمى منتديات المناقشة باللغة الفرنسية forums de discussion

⁽⁵⁾ مهندس هيثم نبوي فهمي، رحلة عبر شبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، بدون ناشر، 1996، ص 103.

⁽⁶⁾ MONTERO E.، DEMOULIN M. et LAZARO Cb.، La loi du mars 2003.، op. cit.، p. 104.

أمّا المحادثة عبر الإنترنت (1) (Chat) فهي تشبه المحادثة التي تتم عبر التليفون باستثناء أنّه من المتصور فيها أن تتمّ في شكلٍ مكتوب عبر الشبكة ولا تتم بهذا الشكل عن طريق التليفون، ومن الممكن أن تضمّ المحادثة أكثر من شخصين ويتكون ما يسمى "مؤتمر" (conference)، وفي هذه الحالة تتشابه بمنديات المناقشة.

وفي الغالب من الأحوال ينظم المعلنون هذه المنديات أو المحادثات ويديرونها بأنفسهم، ثم يستخدمونها كمساحة إعلانية لترويج منتجاتهم وخدماتهم للجمهور بشكل دائم، أو يؤجرون مساحة إعلانية خلال المنتدى أو المحادثة للغير. إذ وجود موقع ثابت لهذه المنديات، يضمن استمرار الإعلانات المقدمة للجمهور عبر هذا الموقع، أمّا في حالة منديات المناقشة أو المحادثات المؤقتة فإنّ المعلنين يستفيدون من مجانية الدخول إلى هذه المواقع، ويبثون إعلاناتهم عن طريقها. ويتبين من خلال عرض طريقة عمل منديات المناقشة والمحادثة من خلال شبكة الإنترنت أنّ الرسالة الإعلانية التي تظهر عليهما تُعدّ تجارية متى كانت تتضمن عرضاً أو ترويجاً لسلع وخدمات تُقدم للجمهور بمقابل. ويستوي في هذه الحالة أن يكون المعلن عن تلك السلع والخدمات صاحب المنتدى أو شخصاً من الغير، ولا يقدح في هذا الوصف نوعية الجمهور الذي يتمّ حثه أو جنبه عن طريق المنديات والمحادثات، حيث إنّ من غير المقبول القول بأنّ الرسالة لا تُعدّ إعلاناً تجارياً إذا كانت موجهة إلى طائفة معينة من الجمهور. (2)

المطلب الثاني

أركان الإعلان الإلكتروني المضلل والمسئولية الجنائية عنه

تشترط القوانين الجنائية للمساءلة الجنائية (3) أن يكون الإنسان مميزاً، ومدركاً للأفعال، وأن يكون كذلك كامل الإرادة أي مختاراً لها غير مكره أو مجبر على إتيانها، أمّا إذا فقد الإنسان إدراكه أو كان غير مميز، أو انتفت إرادته؛ امتنعت مساءلته الجنائية كلية أما إذا نقص عنده الإدراك أو التمييز أو الإرادة، فإن مسؤوليته الجنائية لا تنتفي كلية، وإنما تخفف بنسبة النقص الحاصل له في إدراكه أو تمييزه أو إرادته.

(1) تسمى المحادثة عبر الإنترنت باللغة الفرنسية أيضاً Chat

(2) VERBIEST Th. et WERY E., Commerce électronique.., op. cit, p. 15.

(3) أحمد الأشهب، المسؤولية الجنائية في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، ط 1994م، ص 71.

هذا ويؤسس القانون الجزائري والمقارن المسؤولية الجزائية على أساس القدرة على الإدراك والتمييز، فمن لم يكن مدرّكاً ولا مميزاً كالمجنون وصغير السن من لم يبلغ ثلاثة عشر سنة كاملة أو تنقص لديه هذه القدرة كالصغير الذي لم يبلغ سن الرشد الجنائي فلا يُسأل أيُّ منهما مسؤولية جنائية، واشترط أيضاً الحرية في المادة (48) لقيام المسؤولية الجنائية فإذا ثبت عدم توافر عنصر الحرية كما في حالة الاضطرار امتنع قيامها.⁽¹⁾

إذاً فكلُّ شخص سليم العقل قادر على التمييز ارتكب أحد الجرائم المنصوص عليها في قانون زجر الغش، يُسأل مسؤولية كاملة ويُعاقب بالعقوبات التي قررها قانون العقوبات لهذه الجرائم.⁽²⁾

هذا ويمكن دراسة المسؤولية الجنائية عن الإعلان الإلكتروني المضلل في تعريف المسؤولية الجنائية (الفرع الأول)، وطبيعة المسؤولية الجنائية لجريمة الإشهار الكاذب في (الفرع الثاني) أما (الفرع الثالث) إثبات المسؤولية الجنائية، أما فيما يخص (الفرع الرابع) أثر المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني المضلل، وفي (الفرع الخامس) المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي.

الفرع الأول

الحماية الجنائية للبيانات الشخصية في التشريعات المقارنة

أولاً: موقف التشريع الفرنسي

نصَّ قانون العقوبات الفرنسي على الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للأفراد بصفة عامة، والتي من شأنها أن تشتمل على الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، حيث جرّم وعاقب الاعتداء على البيانات الشخصية في المواد (16/226) إلى غاية (24/226) من قانون العقوبات.⁽³⁾

ومن بين الجرائم التي من شأنها أن تقع على المستهلك الإلكتروني، ونص عليها التشريع الفرنسي، جريمة عدم مراعاة الحيطة في حماية البيانات الشخصية المعالجة؛ حيث نصَّ التشريع

(1) عبد الله أوهابية، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، موضع النشر، الجزائر، 2009م، ص326.

(2) جميلة جلام، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، جامعة القاضي عياض، 2011م، ص80.

(3) ولقد تم إلغاء القانون 17/78 الصادر بتاريخ 1978/1/6 م، بقانون العقوبات لسنة 1994م، من المواد (16/226) إلى غاية (24/226)، إلا إنه أبقى على أحكام القانون السابق مع بعض التغييرات تماشيًا مع التطورات التكنولوجية التي حدثت، انظر:

أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص260.

الفرنسي على هذه الجريمة في المادة (17/226) من قانون العقوبات حيث نصت على أن: "يُعاقب بالحسب لمدة 5 سنوات وبغرامة 300000 يورو، على كلِّ من يجري، أو يأمر بإجراء معالجة إلكترونية للبيانات الشخصية، دون اتِّخاذ الاحتياطات الملائمة لحماية هذه البيانات، على وجه الخصوص والحيلولة دون تشويهها أو إتلافها أو الوصول إليها من شخص غير مصرَّح له بذلك"، ومن هذا النص يتضح أنَّه يتعين لقيام هذه الجريمة توفر ركنين مادي ومعنوي.

1- الركن المادي:

ويتمثل في فعل المعالجة أو الأمر بفعل المعالجة الإلكترونية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وهذا دون اتِّخاذ الإجراءات الاحتياطية اللازمة حسب الأصول العلمية للحماية، وهذا ضد أيِّ فعل من شأنه تشويه أو إتلاف البيانات أو اطلّاع الغير عليها بغير تصريح.⁽¹⁾ ويتمثل فعل الاعتداء على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية بقيام الشركات التجارية التي تمتلك مواقع إلكترونية تجارية بمعالجة بيانات المستهلك لما يقوم باقتناء سلعة أو طلب خدمة أو الأمر بفعل المعالجة، دون اتِّخاذ الإجراءات الفنية والتقنية الواجبة والتي تحول دون تشويه هذه البيانات، أو إتلافها أو منع الغير من الإطلاع عليها، وهذا مثل عدم توفر حماية تقنية للموقع الإلكتروني التجاري التي من شأنها أن تسهل اختراق هذا الموقع من طرف المتسللين والقراصنة.

2- الركن المعنوي:

ويتحقق في حالة القصد الجنائي وفي حالة الخطأ غير العمدى؛ ففي حالة القصد الجنائي تقوم مسؤولية الجاني، من انصرفت إرادته إلى أي فعل من الأفعال المكونة للسلوك الإجرامي في الركن المادي، وهو معالجة البيانات أو أمر بذلك دون اتِّخاذ الإجراءات الاحتياطية الواجبة وفقاً للأصول العلمية.

ويجب كذلك توافر علمه بأنَّ هذه الأفعال مُعاقب عليها، ومع ذلك تتصرف إرادته إلى إتيانها، كما يمكن أن تقوم في حالة الخطأ غير العمدى من طرف الجاني، فعقوبة هذا الفعل بصورتيه متماثلة، مع إعطاء السلطة التقديرية للقاضي في تقدير العقوبة اللازمة.⁽²⁾

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، المرجع السابق، ص74، شول بن شهرة وماجدة مدوخ، مرجع سابق، ص219.

(2) شنين صالح، الحماية الجنائية لبرامج الحاسوب في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الأول، 2010م، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ص188.

ثانياً: موقف التشريع الجزائري من الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

لم ينصّ المشرع الجزائري على حماية البيانات الشخصية للأفراد في قانون خاص، لكنه أشار إلى ذلك بطريق غير مباشر من خلال نصوص قانون العقوبات في المواد (394 مكرراً 2) والمتعلقة بتجريم التلاعب بالمعطيات والتعامل بها بطريق غير مشروع، وأيضاً بموجب المواد (303 مكرراً) و(303 مكرراً 3)، ولذلك يجب تناول أوجه هذه الحماية بالنصوص المتعلقة بالمعالجة الآلية للبيانات والتي تتمثل في جريمة تجميع أو الاتجار أو نشر معطيات مخزنة أو معالجة بواسطة منظومة معلوماتية.

ومن شأن هذه الجريمة أن تقع على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وحتى تقوم هذه الجريمة لا بدّ أن يتوفر لها كلّ من الركن المادي والمعنوي.

1- الركن المادي:

يتمثل هذا الركن بقيام الجاني بفعل أو أكثر (التجميع أو النشر أو الاتجار) من الأفعال المذكورة في نص المادة (394 مكرر 2)، وتقع على المعطيات المخزية أو المعالجة عن طريق منظومة معلوماتية، مما يستغرق أن تكون هذه المعطيات في شكل البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، ومثال ذلك: أن يقوم الجاني بتجميع البيانات الشخصية للمجموعة من المستهلكين أو الاتجار بها، والتي تحصل عليها عن طريق اختراق منظومة معلوماتية لموقع إلكتروني تجاري شهير، أو قيامه بنشر تلك البيانات عن طريق مواقع الدردشة وغرف المحادثة الإلكترونية.

2- الركن المعنوي:

إنّ هذه الجريمة من الجرائم العمدية، أي أنّ الركن المعنوي لها يتخذ صورة القصد الجنائي بعنصرية العلم والإدارة، ولذلك فعلى الجاني أن يعلم أنّ نشاطه الإجرامي يؤدي إلى الاعتداء على المعطيات المعالجة آلياً، وأن تتجه إرادته إلى القيام بهذا الفعل وهو التجميع أو النشر أو الاتجار.⁽¹⁾

(1) شنين صالح، مرجع السابق، ص 69.

الفرع الثاني

تعريف المسؤولية الجنائية

تُعرف المسؤولية الجنائية على أنها: "الالتزام أو تحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدابير احترازية حددها المشرع في حالة قيام مسؤولية أيّ شخص سواء كانت مسؤولية الشخص المعنوي أو الشخص الطبيعي.⁽¹⁾

هذا ولقد اختلف الفقهاء في تحديد أساس المسؤولية الجنائية بحسب المدارس العقابية المتبعة حيث تقوم المسؤولية الجنائية في المدرسة التقليدية على وجود الإرادة المعتبرة قانوناً، والتي لا تكون كذلك إلا إذا صدرت عن إنسان يتمتع بالإدراك والتمييز، وغير مكره على إتيان الفعل أو الترك، ويترتب على ذلك أنّ أساس المسؤولية الجنائية عندهم هو "الخطأ" والمسؤولية حينئذ تكون أخلاقية أو أدبية، على اعتبار أنّ الإنسان ما دام قادراً على الاختيار بين الخير والشر، فإذا اختار الطريق الأخير (طريق الجريمة) وهو حرٌّ، مُميز، مُدرك، فقد أخطأ وقامت بالتالي مسؤوليته الأخلاقية، وبالتبعية الجنائية، أمّا إن كان مرتكب الفعل أو فاقد التمييز "صغير السن"، أو مكرهاً فإنّه لا يمكن مساءلته من الناحية الجنائية؛ لأنّه غير مخطئ وبالتالي غير مسؤول أخلاقياً.

ولقد نظم المشرع الفرنسي كيفية زجر الغش الكاذب في المواد من (2-121) إلى (7-121) من تقنين الاستهلاك، وأوكل مهمة الكشف والتحري عن الإعلانات التي تشكل إشهاراً كاذباً إلى مأموري المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وزجر المخالفات، حيث يمكن التثبت من المخالفات بطلب كلّ المعلومات والعناصر التي تفيد هذا الموضوع ويحرر هؤلاء المأمورين بشأن المخالفات التي يكتشفونها محاضر يوجهونها إلى وكيل الجمهورية، وبإمكان المحكمة هنا أن تأمر بوقف الإشهار محل المتابعة وفي حالة الإدانة تأمر المحكمة بنشر الحكم على حساب المحكوم عليه الذي يتحمل مصاريف النشر،

ويتضح لنا من خلال الفصل السابق من قانون (31/08) أنه يتوجب لتجريم الإعلان الكاذب توافر الشروط الآتية:

(1) دناكير إيمان، الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2013م،

الشرط الأول: أن يشمل الإعلان على ادّعاء أو بيان أو عرض كاذب أو من شأنه أن يوقع في الغلط.

ويتضح من هذا الشرط أنّ المشرع يعاقب على مجرد الكذب ولو لم يؤثر على رضا المستهلك، حيث إنّ الأساس في التعامل: الثقة والصدق، وكلها صفات تتنافى مع الكذب الذي هو ادّعاء وزعم مخالف للحقيقة، ولقضاء الموضوع السلطة التقديرية في تقدير الكذب إلى جانب أنّ المشرّع عاقب على الإعلان الذي يوقع في الغلط أي ما يطلق عليه الفقه مصطلح الإعلان المضلل. وباعتبار الإشهار كل عملية اتصال تهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى تنمية بيع منتجات أو إسداء خدمات فإنّه يخضع للحرية، وذلك بعدم تحديد وحصر الوسائل التي يحصل بها فقد يتم عن طريق الصحافة أو السينما أو المجلات المطبوعة أو الضوئية القارة أو المتحركة، وقد يتمّ بجميع أدوات النهوض بالبيوعات كرسائل الإشهار وقوائم البضائع وبصورة عامة كلّ وسائل الاتصال والترويج والأخبار المعتبرة كفيّلة بنشر⁽¹⁾ الإعلان الإشهاري.

الشرط الثاني: أن يرد الإشهار الكاذب على أحد العناصر الواردة في المادة 23 من قانون

:31/08

بمعني ان يكون الاشهار الكاذب واقعا علي جوهر السلعة أو أحد بياناتها حيث قد حددت هذه المادة العناصر التي يلزم أن يرد عليها الإعلان المضلل في وجود السلع والخدمات وطبيعتها وتاريخ صنعها، وخصائصها وسعرها وشروط أو نتائج استعمالها وأسباب أو أساليب البيع، أو التسليم أو تقديم الخدمة ومدى الإلتزامات وهوية أو صفة أو أهلية الصناع والباعة، والمشهرين والمعلنين ومنجزي الخدمات.

الفرع الثالث

طبيعة المسؤولية الجنائية لجريمة الإشهار الإلكتروني الكاذب

إنّ الطبيعة الخاصة لهذه الجرائم تكمن في قدرة شبكة المعلومات على نقل وتبادل معلومات ذات طابع شخصي وعام في وقت واحد مما يؤدي إلى ارتكاب الفعل، والسبب في ذلك توسع بنوك المعلومات بأنواعها علاوة على رغبة الأفراد وسعيهم إلى ربط حواسيبهم بالشبكة. على أساس أنّ هذه الجرائم يرتكب ضمن نطاق المعالجة الإلكترونية للبيانات سواء أكان في تجميعها

(1) سمير العكروت، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مجلة القضاء والتشريع، العدد8، أكتوبر، 2005م، ص153.

أو تجهيزها أم في إدخالها إلى الحاسب المرتبط بشبكة المعلومات ولغرض الحصول على معلومات معينة.

كما تكمن صعوبة التكييف القانوني لهذه الجرائم في طبيعتها الخاصة. بحيث إنّ القواعد التقليدية لم تكن مخصصة لهذه الظواهر الإجرامية المستحدثة، وبالتالي تطبيقها على هذا النوع من الجرائم يثير مشاكل عديدة في مقدمتها مسألة الإثبات، ومتابعة مرتكبيها وعلى ضوء الاعتبارات السابقة يمكن القول بأنّ هذه الجرائم تتمتع بطبيعة قانونية خاصة.⁽¹⁾

هذا وقد أقرّ المشرع المصري صراحة بقيام المسؤولية عن الإعلان الإلكتروني المضلل وهذا ما يمكن استخلاصه من نص في المادة (134) من المشروع التمهيدي على أنّه: "تُعتبر الإعلانات ووثائق الدعاية المرسلة أو المبتوثة عن طريق وسائط إلكترونية ووثائق تعاقدية مكملّة للعقود التي يتم إبرامها للحصول على السلع والخدمات المعلن عنها ويلتزم أطراف التعاقد بكل ما ورد فيها"⁽²⁾

هذا ويتكون المحرر الإلكتروني بوصفه الوسيلة المباشرة للاعتداء أو وسيلة الاعتداء من دائرة جرائم المعلوماتية لترتد إلى موقعها الطبيعي وهو موقع الجرائم التقليدية، على أساس أنّ هذه من كيانات تقنية مادية (يتعدد وصفها ومهامها من الوجهة التقنية) والاعتداءات على هذه الكيانات تخرج الماديات مجسدة لمال منقول تنهض به قواعد ومبادئ ونصوص القانون الجنائي.⁽³⁾

الفرع الرابع

أثر المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني المضلل

لقد تطرق المشرع الجزائري إلى تجريم الأفعال الماسة بأنظمة الحاسب الآلي وذلك بسبب تأثره بما أفرزته الثورة المعلوماتية من أنماط جديدة للإجرام وهو ما دفع المشرع الجزائري إلى تعديل قانون بموجب قانون العقوبات رقم 04-15 المؤرخ - في 10 نوفمبر 2004م المتمم لأمر رقم - 66-156 المتضمن قانون العقوبات تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، ويتضمن هذا القسم ثمانية مواد من المادة (394) مكرر إلى المادة (394) مكرر 7.

(1) محمد زكي أبو عامر وعلي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية القاهرة، 1993م، ص 9.
(2) المادة (16) من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري، المعدّ من جانب مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع إلى مجلس الوزراء. مشار إليه لدى كوثر سعيد عدنان خالد، حمايه المستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بنها، 2010م، ص 133.

(3) محمد حماد مرهج، "التكنولوجيا الحديثة والقانون الجنائي"، دار الثقافة، عمان، 2004م، ص 163.

ولقد أدخل المشرع الجزائري في عام 2006م تعديلاً آخر على قانون العقوبات بموجب قانون- رقم 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006م حيثُ مسَّ هذا التعديل القسم السابع مكرر والخاص بالجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، وقد تمَّ تشديد العقوبة المقررة لهذه الأفعال فقط دون المساس بالنصوص، الواردة في هذا القسم من القانون 15/04 وقد يرجع سبب هذا التعديل إلى ازدياد الوعي بخطورة هذا النوع المستحدث من الإجرام باعتباره يؤثر على الاقتصاد الوطني بالدرجة الأولى وشيوع ارتكابه، ليس فقط من الطبقة المثقفة بل من قبل الجميع بمختلف الأعمار ومستويات التعليم نتيجة تبسيط وسائل التكنولوجيا والمعلومات وانتشار الإنترنت كوسيلة لنقل المعلومات.

وطبقاً لقانون العقوبات وبناءً على المواد (12، 11 و 13) من الاتفاقية الدولية للإجرام المعلوماتي فإنَّ العقوبات المقررة للإجرام المعلوماتي ينبغي أن تكون رادعة وتتضمن عقوبات سالبة للحرية والتي تتمثل في عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية تطبق على الشخص الطبيعي، والشخص المعنوي.

أولاً: العقوبات المطبقة على الشخص الطبيعي

1-العقوبات الأصلية:

عقوبة الحبس، وتتراوح مدتها من شهرين إلى ثلاثة سنوات، حسب الفعل المرتكب والغرامة تتراوح قيمتها من خمسين ألف دينار جزائري إلي خمس مائة ألف دينار جزائري، حسب الفعل المرتكب، وتضاعف العقوبة إذا ترتب عن هذه الأفعال حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة، والاعتداء العمدي على المعطيات.⁽¹⁾

2-العقوبات التكميلية:

المصادرة، وتشمل مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة في ارتكاب الجريمة من الجرائم الماسة بالأنظمة المعلوماتية، مع مراعاة حقوق غير الحسن النية. وإغلاق المواقع والأمر يتعلق بالمواقع (les sites) التي تكون محلاً لجريمة من الجرائم الماسة بالأنظمة المعلوماتية، وإغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكيها ومثال

(1) المادة (394 مكرر 1، مكرر 2) حيث نصت على: "كل من شارك في مجموعة أو في اتفاق تألف بغرض الإعداد لجريمة أو أكثر من الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم وكان هذا التحضير مجسد أو عدة أفعال مادية يعاقب بالعقوبات المقررة للجريمة ذاتها."

ذلك: إغلاق المقهى الإلكتروني الذي ترتكب منه مثل هذه الجرائم شرط توافر عناصر العلم لدى مالكيها.⁽¹⁾

وبالنسبة لمتابعة الجريمة الإلكترونية فإنها تتم بنفس الإجراءات التي تُتَّبع بها الجريمة التقليدية، مثل التفتيش والمعاينة واستجواب المتهم والضبط والتسرب والشهادة والخبرة. غير أنَّ المشرع الجزائري نصَّ على تمديد الاختصاص المحلي لوكيل الجمهورية في الجرائم الإلكترونية في المادة (37) من قانون الإجراءات الجزائية.⁽²⁾

أما المشرع المصري فقد نص في المادة (57) على أن: "للجهاز أن يطلب من المورد والمعلن تصحيح أو تعديل الإعلان الخادع أو المضلل، فإذا امتنع عن إجراء التصحيح خلال ثلاثة أيام من تاريخ الطلب، أو كان محل الإعلان منتجًا يشكل ضررًا على صحة المستهلك وسلامته، أو كان الإعلان مخالفًا لأحكام المادة (13) من هذا القانون، فإنه يكون للجهاز أن يتخذ الإجراءات الكفيلة بوقف الإعلان مؤقتًا لمدة لا تتجاوز سبعة أيام، وعليه في هذه الحالة أن يحرر محضرًا يثبت فيه ما تم من إجراءات ومبرراتها ويعرضه على النيابة العامة المختصة، وذلك خلال ثمانٍ وأربعين ساعة من تاريخ وقف الإعلان.

وعلى النيابة عرض المحضر على محكمة الجناح المستأنفة المختصة منعقدة في غرفة المشورة وذلك خلال أربع وعشرين ساعة مشفوعًا بمذكرة برأيها، وتصدر المحكمة قرارًا وقتيا في شأن المحضر، في مدة لا تتجاوز اثنتين وسبعين ساعة من تاريخ عرضه عليها، إما بتأييد ما تم من إجراءات لوقف الإعلان، أو بإلغائها، وتفصل المحكمة في مدى استمرار العمل بالإجراءات الصادرة من الجهاز بوقف الإعلان كلما رأت وجها لتأجيل نظر المحضر، فإذا لم يعرض الجهاز المحضر المشار إليه في الفقرة السابقة في الموعد المحدد بعد قراره بوقف الإعلان كأن لم يكن. ويسقط الأمر الوقت الصادر من المحكمة في المحضر بصدور أمر من النيابة العامة بالألا وجه لإقامة الدعوى الجنائية، أو بصدور حكم نهائي بالبراءة".

(1) نصت المادة (394 مكرر 6) (مع الاحتفاظ بحقوق الغير حسن النية يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع اغلاق المواقع التي تكون محلاً لجريمة من الجرائم المعاقب عليها وفقاً لهذا القسم على إغلاق المحل أو مكان استغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكيها"

(2) يُنظر: المادة (37) من قانون الإجراءات الجنائية المعدل والمتمم بأمر رقم 15-02 مؤرخ في 23 يوليو سنة 2015م، يعدل ويتم الأمر رقم 155/66 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966م، والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، عدد 40.

ونص أيضًا في المادة (68) على أن: "يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مليون جنيه، أو مثلى القيمة المتفق عليها مع الوسيلة الإعلانية نظير الإعلان المخالف أيهما أكبر، كل من امتنع عن تنفيذ القرار الصادر بوقف الإعلان وفقا لأحكام المادة (57) من هذا القانون"⁽¹⁾.

ثانياً: المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي

لقد نصّ قانون العقوبات الجزائري على المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية؛ إذ تعتبر الأشخاص المعنوية مسؤولة جنائياً عن الجرائم التي يرتكبها ممثلوها أثناء القيام بأعمالهم لمصلحة الشخص المعنوي ولحسابه في المواد (18 مكرر، 18 مكرر 1، 18 مكرر 2، 18 مكرر 3).

وساوى المشرع المصري في المادة (6) من قانون قمع الغش والتدليس، في مسؤولية الأشخاص المعنوية الجنائية بين أعمال مديريها وأعضاء إدارتها وممثليها وعمّالها.⁽²⁾

وبالنسبة للمشرع الفرنسي فإنه نص في المادة (121-2) من قانون العقوبات الفرنسي الجديد على أنّ: "الأشخاص المعنوية - ما عدا الدولة - يكونون مسؤولين جزائياً، وفقاً للمواد (121-4) إلى (121-7) - وهي المواد التي تُعرف فاعل الجريمة، سواء التامة أم الشروع بها، ومن ثمّ المساهم في ارتكابها - عن الجرائم المرتكبة، لحسابهم، بواسطة أعضائهم أو ممثليهم وفي الحالات المنصوص عليها في القانون أو النظام."⁽³⁾

ويضيف الأستاذ براديل⁽⁴⁾ نصّاً يتعلق بالأشخاص المعنوية الأصلية ما لم يكن لها منشأ داخل فرنسا متفق عليه دولياً لغرض تنفيذ أحكام الإدانة، ولا تؤدي المسؤولية الجنائية للأشخاص

(1) الجريدة الرسمية - العدد 37 (تابع) في 13 سبتمبر سنة 2018.

(2) راشد الشاشاني، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وفقاً لخطة المشرع الأردني، 2013م، ص 194.

(3) وتطبيقاً لذلك فقد ذهبت محكمة النقض الفرنسية إلى الحكم بأن مسؤولية الشخص المعنوي لا تقوم إلا إذا نصت القوانين الخاصة على ذلك صراحة. ولم يكن المشرع الفرنسي ينص قبل صدور القانون الفرنسي الجديد إلا على بعض الجرائم المادية التي لم تكن تتطلب لقيامها القصد الجرمي يُنظر:

n 231 ، Bull.Crim.، mars 1958؛ 6 : ، S.1921.I.89؛ Cass. Crim.، 7 mars 1918، Cass. Crim.

(4) شريف سيد كامل، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، دراسة مقارنة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م.

المعنوية إلى استبعاد مسؤولية الأشخاص الطبيعيين، وذلك سواء كانوا فاعلين أو شركاء لنفس الأفعال.⁽¹⁾

ويُقصد بالأشخاص المعنوية: "مجموعة من الأشخاص أو الأموال ترمي إلى تحقيق غرض معين، يمنحها القانون الشخصية القانونية بالقدر اللازم لتحقيق هذا الغرض."⁽²⁾

ويتضمن أحكام هذه المسؤولية المواد الواردة بالبواب الأول مكرر الذي تضمن المواد: (18 مكرر، 18 مكرر 1، 18 مكرر 2، 18 مكرر 3) وكذلك ماورد في المادة (51 مكرر) في البواب الثاني من قانون العقوبات والتي نصّت على أنه يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي تُرتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثله الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك.

إنّ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع من مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفس الأفعال. ولذلك يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي تُرتكب لحسابه سواء كان يهدف الي تحقيق الربح أو كان غرضه خيرياً.⁽³⁾

1- شروط قيام المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي:

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

لا يمكن أن يرتكب الشخص المعنوي السلوك الإجرامي إلاّ عن طريق أحد الأشخاص الطبيعيين، إذ يُعطى لأحدهم صفة الممثل القانوني للشخص المعنوي، والذي يكون له سلطة التصرف باسم ولحساب الشخص المعنوي؛ مثلاً المدير العام والمستشار القانوني.... وقد عُرفت المادة (55 مكرر 2) من قانون الإجراءات الممثل القانوني للشخص المعنوي على أنه: "الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضاً لتمثيله".⁽⁴⁾

2- ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي:

لقد استلزمت المادة (51 مكرر) من قانون العقوبات الجزائري أن ترتكب الجريمة لحساب الشخص المعنوي؛ لكي تقوم المسؤولية الجنائية عنها، وفي مجال جريمة الإعلان الإلكتروني المضلل نجد أنّ المشرع قد أقرّ بقيام المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، طبقاً للشروط

(1) شمسان ناجي صالح الخيلي، الجرائم المستخدمة بطرق غير مشروعة لشبكة الإنترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009م.

(2) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، دالر هومة، ط8، الجزائر، 2008م، ص208.

(3) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص209.

(4) Gaston Stefani، levasseur georges.opt.cit p 254

المنصوص عليها في المادة (51)، وبما أنّ نص المادة (7/3) من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش قد عرف المتدخل على أنّه: "كلّ شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عرض المنتجات للاستهلاك، وكذلك ما قرره مواده من عقوبات على المتدخل في هذا المجال إذا أخلّ بمبدأ مطابقة المنتجات وسلامتها من الغش والتدليس والتي تعتبر عقوبة أصلية تطبق على الشخص المعنوي، فإنّ المشرع بذلك قد أقرّ بمبدأ المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في هذا القانون؛ لإمكانية أن يكون هذا المتدخل شخصاً معنوياً.⁽¹⁾

3-العقوبات المقررة للشخص المعنوي:

نصّ قانون العقوبات الجزائري في المواد المتضمنة بالباب الأول مكرر منه على العقوبات المطبقة على الأشخاص المعنوية، والتي تتفق مع طبيعة هذه الأخيرة وذلك بالمادة (12 مكرر) من قانون العقوبات التي نصت على أنّ: "العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في مواد الجنائيات والجنح هي:

1. الغرامة التي تكون من (1) إلى (5) مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة.
2. واحدة أو أكثر من العقوبات الآتية:
 - حلّ الشخص المعنوي.
 - غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر، نهائياً أو لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها.
 - نشر وتعليق حكم الإدانة.
 - الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، وتتصب الحراسة على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه.

(1) يُنظر: المادة (18 مكرر) من قانون العقوبات الجزائري.

الفرع الخامس

إثبات المسؤولية الجنائية في الإشهار الإلكتروني المضلل

يختلف الدليل الجنائي لإثبات الجريمة المعلوماتية تمامًا عن الدليل الجنائي في الجريمة التقليدية، وذلك من حيث البيانات والمعلومات المدونة في جهاز الحاسب وكيفية إثباتها، سواء من حيث وسيلة الإثبات أو القائم به، وما إذا كانت تتوافر لديه الخبرة الكافية أم لا، لاسيما وأن أجهزة العدالة الجنائية خصوصًا العربية غير مؤهلة لذلك الدور، وهي بحق ثغرة يعتمد عليها المجرم المعلوماتي الذي يتسم بأنه مجرم ذكي في ذاته يعكس أعلى درجات المهارة في فنون التعامل مع الحاسب الآلي.

فالجرائم الإلكترونية يصعب متابعتها واكتشافها بحيث لا تترك أثرًا فهي مجرد أرقام تتغير في السجلات، ومعظمها تم اكتشافه بالصدفة وبعد وقت طويل من ارتكابها، ويلاحظ أن الجرائم التي لم تكتشف هي أكثر بكثير من تلك التي كشف عنها على أساس أنها تفنن إلى الدليل المادي التقليدي كالبصمات. كما يصعب الاحتفاظ الفني بآثارها أن وجدت، تحتاج لخبرة فنية خاصة يتعذر على المحقق التقليدي منالها أو التعامل معها، لأنها تعتمد غالبًا على قمة الذكاء المصحوب بالخداع والتضليل بدس برامج أو وضع كلمات سرية ورموز تعوق الوصول إلى الدليل وقد يلجا مرتكبيها لتشفير التعليمات لمنع إيجاد أي دليل يدينه.⁽¹⁾

ويرى الباحث أن أسباب صعوبة الإثبات للمسؤولية الجنائية تتلخص في:

1. عدم ترك الجاني آثار تدل على إجرامه، فالجرائم التي تتم بواسطة إدخال الرموز والأرقام، هي رموز دقيقة ويصعب اكتشافها وإثباتها لهذا عادة ما يتم اكتشافها بالصدفة.
2. لا تترك الجريمة المعلوماتية آثارًا ملموسة وعليه فلا تترك شهودًا يمكن الاستدلال بأقوالهم ولا أدلة مادية يمكن فحصها؛ لأنها تقع في بيئة افتراضية، يتم فيها نقل المعلومات وتداولها بواسطة نبضات إلكترونية غير مرئية.
3. تتسم وسيلة التنفيذ فيها في أغلب الحالات بالطابع التقني الذي يُضفي عليها الكثير من التعقيد ومن ثم فإنها تحتاج إلى خبرة فنية يصعب على المحقق التقليدي التعامل معها؛ لأنها تتطلب إلمامًا خاصًا بتقنيات الكمبيوتر ونظم المعلومات.

(1) هشام محمد رستم، الجرائم المعلوماتية، أصول التحقيق الجنائي الفني مجلة الأمن والقانون، دبي، العدد 02، 1999، ص، 24.

4. صعوبة العثور على دليل مادي للجريمة ويرجع ذلك إلى استخدام الجاني وسائل فنية وتقنية معقدة لا يستغرق إلا ثواني معدودة يتم فيها محو الدليل والتلاعب به.
5. أنها تتطلب خبرة وتحكمًا في التكنولوجيا المعلوماتية عند متابعتها، ولذلك لا يستطيع رجال الضبطية القضائية التعامل باحترافية ومهارة أثناء البحث والتحري، وهو ما يعني أنه لا بدّ وأن يكون المحقق متخصص حتى لا يتسبب في إتلاف الدليل الإلكتروني.
6. عدم وجود تعاون دولي، فكما سبق بيانه قد يتم السلوك الإجرامي في بلد معين ولكن النتيجة تحدث في بلد آخر ليس بالضرورة أن ينتج هذا السلوك آثاره في بلد المجرمين.
7. اختلاف النظم القانونية، وبالتالي عدم الاتّفاق على الفعل المجرّم ذاته بين الدول، فما هو محظور في الجزائر من الناحية الأخلاقية مباح في غيرها من الدول.
8. التطور السريع للجريمة والمعالجة البطيئة لقضاياها، ويستفيد المجرم من هذه العقبات للعبث والتخريب والاستمرار في الجريمة.
- ويرى الباحث أنّ هذه الأسباب وكذا الطبيعة الخاصة التي تتسم بها الجريمة دفعت ببعض التشريعات إلى تبني الخبرة والمعايينة كأسلوبين للإثبات والتحقيق وكشف الجريمة.
- هذا ويكفي للتدليل على خطورة هذه الأمور أنّ بعض الجناة يتعامل مع هذا النوع من الجرائم بوصفه يمارس هواية لا حرفة.
- وعلى ذلك يمكن التقرير بأنّ الصعوبات التي تعترض تحصيل الدليل الجنائي في هذه الجرائم كثيرة ومتنوعة منها ما يتعلق بالدليل الجنائي ذاته، ومنها ما يتعلق بموضوع الجريمة، والآخر يتعلق بجهات الضبط القضائي أو التحقيق الجنائي في هذه الجرائم، على أنّه يمكن القول بأنّ استحصال الدليل الجنائي في هذه الجرائم محكوم بضابطين: الأول: ضرورة وجود قاعدة قانونية تقرر الإجراء القانوني الواجب اتّباعه في مثل هذه الجرائم مع مراعاة طبيعتها الخاصة.
- الثاني: ضرورة المعرفة الفنية والتأهيل المهني والتقني لرجال الضبط والتحقيق الجنائي.⁽¹⁾

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي والتزوير في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2001م.

الفصل الثاني
جريمة الوسم
لحق المستهلك في الإعلام

الفصل الثاني جريمة الوسم

يُعدُّ الالتزام بالوسم التزامًا حديثًا؛ حيثُ ظهر بعد ظهور حركة حماية المستهلك، سواء على الصعيد الدولي أو على الصعيد الداخلي للدول، كما أنَّ لهذا الالتزام بعدًا اقتصاديًا هامًا إلى جانب البعد القانوني، فهو مصطلح مركب، يستدعي التعرف عليه من خلال حصر تطور التشريعات المنظمة له، والتطرق إلى تعريفه حتى يكتمل مفهومه كما أنَّ الالتزام بوسم السلع هو التزام مصدره القانون، كباقي الالتزامات التي فرضها المشرع في مجال حماية المستهلك.

ويُعدُّ القانون الفرنسي الصادر في 1 أغسطس 1905م الخاص بقمع الغش والتدليس القاعدة التشريعية الأولى للالتزام بالوسم؛ وذلك بالرغم من عدم نصِّه صراحة على هذا الالتزام؛ حيثُ إنَّه نصَّ على وجوب الالتزام بالنزاهة والصراحة أثناء التعاقد، حول البيانات المتعلقة بمحل التعاقد المقدمة للمتعاقد معه، وتطبيقًا للقانون المذكور في السابق قد أصدر المشرع الفرنسي القرار رقم 55-241 بتاريخ 10 فبراير 1955⁽¹⁾، وفي سنة 1964م أصدر تشريعًا يفرض على البائع ذكر بعض البيانات والإشارات على صناديق التعبئة⁽²⁾، وهذه الحماية مقررة لجميع المتعاقدين بغض النظر كونه مستهلكًا أو مهنيًا، حيث نجده لم يستعمل مصطلح المستهلك، كما أصدر القانون المؤرخ في 1963/07/02 لذي يعاقب على الدعاية المضللة وغير الواقعية، ويمنع وسائل ترويج السلع والأدوات غير المشروعة⁽³⁾.

وبعد ذلك تدخل المشرع الفرنسي وجعل من الوسم التزامًا على عاتق المهنيين، عن طريق إصدار القانون رقم 10 لسنة 1966م المتعلق بمراقبة المواد الغذائية، يجبرهم على وضع بيانات خاصة على السلع ومن بينها تاريخ صلاحية الاستهلاك⁽⁴⁾، وفي 12 أكتوبر 1972م صدر المرسوم التنفيذي رقم 72-937 المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 78-975 الصادر في

(1) منى أبوبكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013م، ص123.

(2) عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة) بدون دار نشر، 2005م، ص73.

(3) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة) بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004م، ص74.

(4) Ahmed el-said el-zukred، l'obligation de dater des produits alimentaires، Revue de recherche juridique et économique، n° 10، octobre 1991، faculté de droit، université Mansoura، égypt، p 147.

1978/09/26 م المتعلق بشروط بيع المواد والمنتجات والمشروبات الموجهة لتغذية الإنسان والحيوان وبيّن قواعد وسم وعرض هذه الأخيرة، خاصة السلع المعبأة والمعروضة للبيع بالتجزئة.⁽¹⁾ أيضًا نظم المشرع المصري الوسم في القانون رقم 181 من قانون حماية المستهلك لسنة 2018م، وهو ما سيأتي بيانه تفصيليًا في الصفحات القادمة... ولقد كان من الضروري للمشرع الجزائري في مجال الاستهلاك سنّ نص خاص يحمي المستهلك⁽²⁾، ولقد تمّ ذلك بصدور القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك تضمن بين نصوصه حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة وبموجبه فرض على المتدخل وسم السلع بنص المادة 03 الفقرة 03 من القانون السابق ذكره، وتطبيقًا له أصدر المشرع الجزائري عدة نصوص قانونية، ومن بينها:

المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990م المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش.⁽³⁾

المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990م المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.⁽⁴⁾ الملغى

كذلك أصدر القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991م المتضمن استعمال اللغة العربية⁽⁵⁾، وبموجبه إلزامية وسم السلع باللغة العربية، وكذا القانون 4-2 المؤرخ في 23 يونيو 2004م يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽⁶⁾، والذي نظم الدعاية التجارية عن طريق تجريم الدعاية التجارية غير المشروعة.

(1) منى أبوبكر الصديق، المرجع السابق، ص 183

(2) القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 08 فيفري 1989م، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989م.

(3) المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 30/01/1990م المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 31/01/1990م، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990م.

(4) المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10/11/1990م المتعلق بوسم المنتجات غير المنزلية وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 31/01/1990م، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990م.

(5) القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16/01/1991م المتضمن استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 16/01/1991م، الجزائر، سنة 1991م.

(6) القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004م، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخة في 27/06/2004م، الجزائر، سنة 2004.

وبعد ما يقارب من 20 عامًا من إصدار القانون 89-02 سابق الذكر فإنه تم إلغاؤه، وحلّ محله القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكان لهذا القانون أثرٌ على المنظومة القانونية المتعلقة بحقوق المستهلك بصفة عامة، وكذا على التنظيم القانوني للالتزام بوسم السلع الغذائية، الذي نصّ عليه المشرّع الجزائري من خلال نص المادة 17 من القانون 09-03 السالف الذكر.⁽¹⁾

وتّم تنظيم الالتزام بوسم السلع الغذائية بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013م المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁽²⁾، الذي صدر تطبيقًا للمادة 17 من القانون 09-03 السالف الذكر، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المذكور سابقًا ألغى المرسومين التنفيذيين، المرسوم التنفيذي 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990م المتعلق بوسم المنتجات المنزلية وعرضها، المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990م المتعلق بوسم السلع وعرضها.

وعليه يمكن دراسة هذا الفصل عبر مبحثين: الأول يتعرض لبيان مفهوم الالتزام بالوسم، والثاني: لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

(1) القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08/03/2009م، الجزائر، سنة 2009م.

(2) المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09/11/2013م، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 58 المؤرخة في 18/11/2013م، الجزائر، سنة 2013م.

المبحث الأول

مفهوم الالتزام الوسم

الالتزام بالوسم هو وسيلة من وسائل إعلام المستهلك حول الخصائص المميزة للسلع والخدمات، بهدف تنوير إرادة المستهلك، غير أنّ مجال الإعلام أوسع من الالتزام بالوسم، ولهذا فظهور الالتزام بالإعلام أسبق تشريعياً من الالتزام بالوسم. كما أنّ تعريف الإعلام يختلف عن تعريف الوسم، رغم وجود تقارب كبير بينهما، والالتزام بوسم السلع بصفة عامة يتضمن أساساً التزاماً بإدراج بيانات على السلعة، وكذا الامتناع عن إتيان كلّ فعل يكون مخالفاً للشروط القانونية المتعلقة بالالتزام بوسم السلع. مختلفاً بذلك عن الالتزامات الأخرى التي أوجبها المشرع حماية للمستهلك.

ولذا وجب التطرق إلى: التعريف بالالتزام بوسم السلع الغذائية (المطلب الأول)، والتنظيم القانوني للالتزام بالوسم (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التعريف بالالتزام بالوسم

لم يظهر الالتزام بوسم السلع كالتزام قانوني إلا في العصور المعاصرة، مع التطور الحاصل على مستوى الإنتاج، خاصة في ظلّ تنوع السلع مما يصعب التفرقة بينها، هذا المجال الذي أصبح فيه المستهلك الطرف الضعيف وضحية خداع المتدخلين، مما فرض على التشريعات تعزيز ضمانات لحماية للمستهلك، ولحدائته لا بدّ من البحث عن التشريعات التي تطرقت إليه، سواء على المستوى الدولي، أو في كلّ من فرنسا والجزائر ومصر، باعتبارهما مجال البحث. ومحاولة تحديد التعريف الذي يقوم عليه هذا الالتزام، وبصفة خاصة أنّه لم يسبق تناوله بالدراسة المعمقة، فهو جدير بالبحث عن التعريف الاصطلاحي لهذا الالتزام الذي يمتد جذوره في القانون الاقتصادي، وعلى هذا فسوف نتطرق إلى التطور التشريعي للالتزام بالوسم في (الفرع الأول) تعريف الوسم، أما (الفرع الثاني) أهمية الالتزام بالوسم، وفي (الفرع الثالث) عناصر الالتزام بالوسم.

الفرع الأول

تعريف الوسم

لقد عنى الفقه والتشريع بتعريف الوسم، على أنه مصطلح قانوني جديد على المستوى التشريعي، بعد أن كان التشريع يبتعد عن التعريف، وكان هذا الأخير من أولويات الفقه، ومنه لا بدّ من تناول تعريف الالتزام بوسم السلع الغذائية في الفقه أولاً، ثم نعرض على التعريف التشريعي ثانياً.

أولاً: التعريف الفقهي لوسم السلع

إنّ المصطلحات المتعلقة بحماية المستهلك في أغلبيتها تُعتبر ذات صلة بالمجال الاقتصادي، ولذا تكون محلّ دراسة اقتصادية، وعليه وجب التطرق إلى تعريفها في الفقه الاقتصادي، ثم في الفقه القانوني.

1- تعريف الوسم في الفقه الاقتصادي:

يعتبر مصطلح الوسم مصطلح اقتصادي أكثر منه قانوني، إذ يطلق عليه في الفقه الاقتصادي مصطلح التبيين، الذي يعرف على أنه: "مجموع المعلومات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والمثبتة على غلاف المنتج موضعاً له نوعية المنتج وشكله وجودته وكيفية استعماله وفترة الاستعمال."⁽¹⁾

أيضاً يعرف على أنه: "مجموعة البيانات والمعلومات الإلزامية والإجبارية أو الاختيارية التي تظهر على غلاف المنتج وتمكن المستهلك من التعرف على اسم المصنع أو المؤسسة، محتويات المنتج، الخصائص التقنية، أصل المنتج، تاريخ إنتاجه، ومدة صلاحيته، وشروط حفظه واستعماله"⁽²⁾. وكذلك عرّف على أنه: "تلك البيانات اللازم ذكرها على المنتج وتكون مصاحبة له، وعليه فهي قد تذكر أو توضع على المنتج نفسه أو على بطاقة ورقية أو معدنية تلصق على

(1) لسود راضية، سلوك المستهلك تجاه المنتجات المقلاة -دراسة حالة الجزائر-رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، السنة 2009م، ص99.

(2) مصباح ليلى، دور التغليف في النشاط الترويجي للمؤسسة -دراسة حالة شركة الأطلس للمشروبات بببسي كولا بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، 2010م، ص85.

المنتج أو تذكر على الغلاف وذلك بجانب ما يضاف من بيانات تفصيلية تُكتب في نشرة أو كتيب مصاحب للمنتج أو على نشرة ورقية مستقلة توضع مع المنتج داخل الغلاف".⁽¹⁾ وذهب البعض إلى تعريفه على أنه: "كتابة البيانات الخاصة بالمنتج، حيث توضع على بطاقة خاصة تُلصق وتثبت جيدًا بالمنتج أو تنقش على غلافه أو على ذات المنتج، كما يمكن أن تظهر هذه البيانات على ورقة توضع داخل غلاف المنتج، ويشترط فيها أن تكون مرئية وسهلة القراءة".⁽²⁾

ومن استقراء هذه التعريفات للفقهاء الاقتصادي يتضح للباحث أنّ جميع الفقهاء اتفقوا على أنّ التبيين هو جملة من البيانات، موضوعة على السلعة، الهدف منها تقديم إيضاحات، ومنهم من أعطاه الطابع الإلزامي، ومنهم من تطرق إلى طبيعتها الإلزامية، إلا أنّ جُلهم اتفقوا أنّ هذه البيانات تتعلق بتزويد المستهلك بالمعارف المتعلقة بالمنتج حتى يكون استهلاكه على النحو السليم.

2- تعريف الوسم في الفقه القانوني:

في الواقع لم يقتصر تعريف الوسم على الفقه الاقتصادي، فبمجرد ورود هذا المصطلح في النصوص القانونية قام الفقه القانوني بتعريف الوسم لكونه مصطلحًا جديدًا وغامضًا في المجال القانوني، فبعض الفقهاء عرفه على أنه: "تلك البيانات الموضوعية على الغلاف أو العبوات والتي تُعتبر ضرورية لإعلام المستهلك"⁽³⁾، ويرى الباحث أنّ هذا التعريف ركز على أهمية الوسم الإعلامي بالنسبة للمستهلك.

كذلك يُعرف البعض الآخر الوسم على أنه: "جملة من البيانات التي تحدد محتوى المنتج"⁽⁴⁾، ويرى الباحث أنّ في هذا التعريف اقتصر الفقيه على تعريف الوسم على البيانات التي من خلالها

(1) مصباح ليلي، المرجع السابق، ص 83.

(2) جيلالي قالون، المنتج ودوره في حماية المستهلك، مداخلة علمية، مداخلة لمقابلة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالواد، يومي 13 و14 أبريل 2008م، ص 313.

(3) زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011م، ص 127.

(4) شلبي نبيل، التزامات المهني اتجاه المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008م.

يحدد خصائص السلع الغذائية، وجاء هذا التعريف مبتوراً؛ لأنه لم يبين طبيعة هذه البيانات وحدودها.

ويعرف الوسم أيضاً على أنه: "مجموعة البيانات والتنبيهات الإلزامية الواجب إظهارها على المنتج المعروض للبيع واللصيقة به" كما عُرف على أنه: "تلك البيانات الموضوعية على الغلاف والتي تُعتبر ضرورية لإعلام المستهلك، وينبغي أن تكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك، وألاً يحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الظن أو الشك فيها⁽¹⁾، وهذا التعريف مقتبس من أحكام المرسوم التنفيذي 90-366 المذكور سابقاً، والرسوم التنفيذي رقم 90-367 المذكور سابقاً، الملغيان بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

ولقد أوردت الأستاذة سميحة القليوبي في كتابها الوجيز في التشريعات الصناعية المنشور سنة 1967م، مصطلح البيانات التجارية على الوسم، وعرفته على أنه: "كلّ إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالمنتجات والسلع بغرض بيان عددها أو كميتها أو وزنها أو مصدر إنتاجها، أو مواد تركيبها أو خصائصها"⁽²⁾.

ويرى الباحث أنه ورغم أنّ الأستاذة استطاعت أن تضع تعريفاً شاملاً لجميع البيانات المتعلقة بالمنتجات، إلا أنّ في تحديد العلة من هذه البيانات لم ترق إلى المستوى المطلوب؛ كونها ركزت على إدراك خصائص الشيء دون الإلمام بتسميته، كما أنّها أخلطت في المصطلحات، أولها بين المنتجات والسلع، رغم أنّ السلعة منتج، وكان من الأحسن الاكتفاء بمصطلح المنتجات، هذا من جهة، كما أنّ الأستاذة أخلطت في التفرقة بين البيانات والخصائص، مما يثار التساؤل الآتي: هل البيانات المتعلقة بالكمية والمصدر والمكونات هل هي من خصائصها السلعة أم لا؟ رغم أنّ أغلب التشريعات تعتبر البيانات المتعلقة بمميزات السلعة هي التي تحدد خصائص السلعة. ويحبذ الباحث لو أنّ الأستاذة عرفته على النحو التالي: كلّ إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتسمية المنتجات وبيان خصائصها، من حيث عددها أو كميتها أو وزنها، أو مصدر إنتاجها، أو مواد تركيبها".

(1) كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005م، ص20.

(2) سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، دون بلد النشر، 1967م، ص303.

كما عُرف الوسم أيضًا على أنه: "جملة من البيانات التي تكشف محتوى المنتج للمستهلك وتبين له طرق استعماله". وباستقراء هذا التعريف يبين الباحث صنفين من البيانات في الوسم، فالصنف الأول: يتعلق بالبيانات التي تهدف إلى إعلام المستهلك بكيفية استعمال المنتج، والصنف الثاني يتعلق بالبيانات التي تهدف إلى إعلام المستهلك بطبيعة المنتج ووصفه ومكوناته الأساسية.⁽¹⁾

ولقد عرف الوسم كذلك على أنه: "نص يطبع على بطاقة، يشير إلى بيانات ومعلومات، ومنه فإنَّ الوسم ليس إلا بطاقة محددة مطبقة على تعبئة المنتج أو مرفقة به"⁽²⁾ توضع على جسم السلع الغذائية الصلبة أو على الغلاف الذي يحويها.

وعرفته كذلك الأستاذة منى أبوبكر الصديق في كتابه الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات بأنه: "البطاقة الإعلامية للمنتج وبأنها كلُّ بيان أو إيضاح أو علامة أو مادة وصفية، سواء أكانت مكتوبة أم مصورة محفورة أم مطبوعة أم ملصقة، وتكون متصلة اتصالاً ثابتاً بالمنتج أو العبوة أو بالعبوة المحتوية عليه، ومهمتها: بيان كافة المعلومات المتعلقة بالمنتج والتي تعين المستهلك على حسن استخدامه وتلافي خطورته"⁽³⁾. ويرى الباحث أنَّ هذا التعريف خلط بين الوسم وهو جملة البيانات والبطاقة التي تحوي البيانات، فالبطاقة هي حامل البيانات وليست بالبيانات. ومن جملة هذه التعريفات يمكن للباحث أن يضع تعريفاً للوسم على أنه: "جملة من البيانات المحددة بالنصوص القانونية الموضوعة على بطاقة أو على غلاف المنتج، بشكل إلزامي لتتوير إرادة المقدم عليها".

ثانياً-التعريف التشريعي للوسم

1-تعريف الوسم في التشريع الفرنسي:

لقد عرّف المشرع الفرنسي الوسم من خلال المادة (02) من المرسوم رقم 84-1147 الصادر في 07 ديسمبر 1984م على أنه: "البيانات المحددة لعلامة المصنع أو التجارة، سواء

(1) جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2001-2002م، ص37.

(2) حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2008-2009م، ص274.

(3) منى أبوبكر الصديق، المرجع السابق، ص177.

عن طريق رسم، أو رمز، متعلقة بالسلع الغذائية والموضوعة على الغلاف، أو مستندات أو بطاقة، أو بطاقة موضوعة على جسم المادة الغذائية⁽¹⁾، أمّا المادة (R112-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي فإنّها عرفت الوسم على أنّه: "بيانات أو توضيحات أو علامة تجارية أو رموز أو صور تتعلق بالمنتج، وتتضمن تعريفاً به من خلال وضعها على غلافه أو على أية وثيقة أو بطاقة مصاحبة له.⁽²⁾"

2- تعريف الوسم في التشريع الجزائري:

أمّا المشرع الجزائري فقد عرّف الوسم بالمادة (02) من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، على أنّه: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة أو الصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما، والتي تُوجد في أيّ تعليق أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما"، كما عرفه المشرع الجزائري بالمادة (02) من المرسوم رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها على أنّه: "الوسم: كل نص مكتوب أو مطبوع أو كلّ عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"، وأخيراً عرفته المادة (03) من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنّه: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور المرتبطة بسلعة، تظهر على كلّ غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغضّ النظر عن طريقة وضعها". مما يفهم أن الوسم هو جملة البيانات المتعلقة بالسلعة، من أجل التعريف بها، المدرجة على المنتج عن طريقة بطاقة ملصقة بالمنتج أو على الغلاف.⁽³⁾

كذلك يلاحظ الباحث أنّ المشرع الجزائري قد تأثر بنص المادة (R112-1-3) من قانون الاستهلاك الفرنسي، المتأثر بدوره بالتوجيه الأوروبي رقم 2000-13 المتعلق بوسم المنتجات الغذائية وإشهارها.⁽⁴⁾

(1) Jean-François Renucci، Droit Pénal économique، édition Dalloz، 1996، p 139.

(2) Antoine de Brosses، L'étiquetage Des Denrées Alimentaires – règles nationales et internationales règles générales mentions obligatoires mentions interdites-، tome 1، Edition RIA، 2002، p121

(3) المادة (03) من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل.

(4) حامق ذهبية، المرجع السابق، ص273.

وكذلك فقد عرّف المشرّع الجزائري البطاقة بنص المادة (03) الفقرة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على أنّها: "كلّ استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو ملصوقة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تغليف المنتج أو مرفق بهذا الأخير".⁽¹⁾

ومن كلّ ما سبق يتضح للباحث أنّ بطاقة الوسم ليست بالوسم، فالبطاقة هي الشيء الذي توضع عليه بيانات الوسم، أما الوسم هو البيانات الواجب إدراجها على بطاقة الوسم حسب المشرع الجزائري وهو نفس الموقف بالنسبة للمشرع الفرنسي من خلال استقراء نص المادة (R112-1) الفقرة من قانون الاستهلاك الفرنسي.

3- تعريف الوسم في التشريع المصري:

في الواقع لم يعرف المشرع المصري الوسم صراحة إلاّ أنّه نصّ عليه في المادة (6) من قانون حماية المستهلك حيث نصّ على أنّ: "...البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو القانون أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون باللغة العربية بشكل واضح تسهل قراءته"⁽²⁾. ومن نص المادة يمكن تعريف الوسم على أنّه: كلّ بيان تضمنه المواصفات القياسية المصرية أو لوائح القانون ويكون مكتوبًا باللغة العربية، ونص قانون حماية المستهلك المصري أيضا على التزام المعلن والمورد على إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة السلعة وخصائصها، كما وضع المشرع عقوبة جنائية على المعلن في حالة قيامه بتضليل المستهلك، حيث ان المادة 6 من قانون حماية المستهلك تنص على أنّ "على كل مورد ومعلن امداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي الى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط" كما تنص المادة 9 من ذات القانون على "يلتزم كل مقدم خدمه بإعادة مقابلها أو مقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها للمستهلك وذلك في حالة وجود عيب أو نقص بها وفقا لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد عليها والعرف التجاري، ويحال أي خلاف حول الاخلال بالخدمة الى الجهاز ليصدر قرارا ملزما في شأنه"⁽³⁾.

(1) المادة (03) الفقرة 14 من المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام.

(2) الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، 13/9/2018م، ص7.

(3) أنظر المادة 6 من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006.

الفرع الثاني

أهمية الالتزام بالوسم

يمكن من خلال التشريعات المقارنة القول بأنَّ للالتزام بالوسم أهمية كبيرة سواء بالنسبة للمستهلك أو لغير المستهلك، وأصبح أمر واجب بفعل عوامل لا تتسجم والمبادلات التجارية المعاصرة التي لا تسمح بالتفاوض المباشر بين المحترفين والمستهلكين، أو في الالتزامات التعاقدية بين المتدخلين أنفسهم، ولهذا تمَّ وضع تنظيم قانوني خاص به.

أولاً: أهمية الالتزام بالنسبة للمستهلك

قد لا يدري غالب المستهلكين بالوسم الذي يعتمد لتكريس حقوق المستهلك؛ في حين يستغلها كثيرون من المصنعين والتجار والمستوردين ليتلاعبوا بإرادة المستهلكين، ممن يقتنون السلع والبضائع من دون معرفة أو من دون علم بأن لهم حقوقاً كبيرة تضمنها ورقة صغيرة تلصق على قنينة أو علبة وتسمح لأي مواطن مهما كان أن يطالب بحقه وأن يلجأ إلى المحاكم باعتماد هذه الورقة أو الوثيقة⁽¹⁾. ومنه يتضح أنَّ صياغة المعلومات في صورة مكتوبة تيسر من عبء الإثبات، هذا وللالتزام بوسم السلع أهمية للمستهلك تظهر في:

أنَّ الغرض الأول من فرض الالتزام بوسم السلع؛ هو إعلام وحماية المستهلك عبر ذكر البيانات الإيجابية الإعلامية، التي من خلالها تتمُّ عملية الاتصال بين المنتج والمستهلك⁽²⁾، فهو أحسن وسيلة لتقديم معلومات موضوعية عن السلعة الغذائية⁽³⁾.

لابدَّ وأن تكون بيانات الوسم مكتوبة، والكتابة تعد من بين الوسائل المهمة في الإثبات، فالبيانات المكتوبة تتميز بميزة الديمومة والثبات، وهذا ما يسهل للدائن بهذا الالتزام؛ الاستفادة منها لمدة أطول في إثبات مسؤولية المدين بالالتزام بالوسم، إضافة إلى خاصية الدقة في صياغة

⁽¹⁾ ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث (وسائل الحماية منها ومشكلات التعويض عنها)، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2007م، ص 5.

⁽²⁾ Géraldine Marie Gauthier، la liste des ingrédients des denrées préemballées: base réglementaires et recommandations professionnelles applications pratiques et positions d'un industriel، (thèse pour obtenir le grade docteur vétérinaires diplôme d'état)، école national vétérinaires، Toulouse، année 2003، p 17.

⁽³⁾ Robert SAVY، la protection du consommateur en France، revue internationale de droit comparé، vol 26 n° 3، juillet et septembre 1974، p 610.

بيانات الوسم؛ لأنَّ المدين بالالتزام بالوسم قد أَعدها مسبقًا، مما يفترض أنَّه صاغها بدقة وعناية وضمنها جميع البيانات الإلزامية.⁽¹⁾

ويُمكن هذا الالتزام من إزالة الفارق بين المستهلك والمنتج أو المعلن بإدراكه جميع البيانات المتعلقة بالمنتج، في حالة ما إذا كانت هذه البيانات صحيحة وصادقة، مما يمكنه من بناء رضا غير معيب.

يلعب الوسم دورًا كبيرًا وهامًا في التعريف بخصائص المنتجات⁽²⁾، فهي وسيلة اطلاع المستهلك على طبيعة المنتجات، ونوعها، ومكوناتها، والشروط الأخرى المرتبطة بها، كصلاحيتها، وشروط الحفظ، وطريقة الاستعمال أو التناول، مما لا يدع مجالًا للشك أو اللبس لدى المستهلك، مما يمكن هذا الأخير من توقي المخاطر التي قد تلحق ضررًا بسلامته⁽³⁾، إضافة إلى أنَّه يبين أصل السلعة، والمنتج والعلامة التجارية⁽⁴⁾، ولهذا يطلق على بطاقة الوسم تسمية البائع الصامت (le vendeur silencieux)⁽⁵⁾

كما ويُبرم المستهلك العديد من العقود غير المكتوبة، فالبيانات الإعلامية لا تُتاح له إلا من خلال بطاقة عليها البيانات تابعة للسلعة، مما تحقق إعلامًا كافيًا⁽⁶⁾. فالبطاقة تبقى ضرورة ملحة، حيث إنَّها تحتوي على البيانات التي تُمدُّ المستهلك بالحقائق التي يحتاجها لتمكينه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغب بشرائها في ظلِّ تعدد السلع وتنوعها.⁽⁷⁾

هذا وفرض الالتزام بوسم السلع يُعدُّ كضمانة لحماية المستهلك من الخطر، ومن ثمة إبعاد الضرر عنه، سواء في نفسه أو ماله، وهذا عن طريق نقل المعلومات المتعلقة بالسلع من المنتج الذي يملك الدراية الكافية إلى المستهلك الجاهل بها.⁽⁸⁾

(1) بوعبيد عباسي، الالتزام بالإعلام في العقود -دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك، ط1، المطبعة الورقية الوطنية، مراكش، المغرب، 2008م، ص275.

(2) Jean-François Renucci، Op.cit،p 138.

(3) على فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007م، ص194.

(4) Mémento Pratique Francis Lefebvre، droit des affaires -concurrence consommation-، édition Francis Lefebvre، Levallois، France، 2007-2008، p 706

(5) منى أبوبكر الصديق، المرجع السابق، ص178.

(6) jean Calais-Auloy، Droit de la Consommation، Dalloz، 1980، page 99.

(7) Op.cit، Robert SAVY، p 610.

(8) منى أبوبكر الصديق، المرجع السابق، ص106.

ثانياً: أهمية الالتزام بالوسم بالنسبة لصاحب المنتج والدولة

لا تقتصر أهمية الالتزام بوسم السلع على صالح المستهلك فقط، بل حتى لصاحب المنتج، وكذا الدولة، فكلاهما لهما مصلحة في هذا الالتزام، وجب التطرق إليها.

1- أهمية الالتزام بالوسم للمعلن أو المنتج بالوسم:

تمتد أهمية الوسم لشخص المعلن، فهي قد تُشكل، حماية لعلامته التجارية، أو علامة الجودة⁽¹⁾، أي بالمعنى الواسع حماية الملكية الصناعية من الاعتداءات التي قد تمسُّ بها، كالتقليد أو التزوير، وكذا وسيلة لحمايته من المنافسة غير المشروعة.

كما وتُعتبر وسيلة إعلانية هامة تساعد في الإعلان على نحو يمكن المنتج بواسطتها التعريف بمنتجاته⁽²⁾، فالوسم يؤثر على قرار المستهلك بالتعاقد من خلال البيانات التي ينطوي عليها المنتج⁽³⁾ وهذا بتوجيه اختيار المستهلك خاصة في العصر الحالي، إلا أن غياب التوجيه من طرف المتدخلين خاصة في المحلات التجارية الكبرى، التي يكثر عليها التردد من طرف الزبائن، والتي لا يكون له الوقت بنصح المستهلك باختيار سلعة معينة، فأصبح المستهلك يعتمد بصورة كلية على هذه البيانات في اتخاذ القرار.

كما وتُعدُّ وسيلة مبسطة للمعلن لتنفيذ التزامه الأصلي بالإعلام مرة واحدة، دون أن يكون ملزماً بإعلام كلِّ شخص على حدا مما يحقق له ربحاً في الوقت والمجهود والمال⁽⁴⁾. وفي ذات الوقت يعتبر دليل إثبات قوي على أنه وفَّى بالتزامه، وأنه ضمَّنه جميع البيانات الإلزامية المدين بها في مواجهة المستهلك، وكذا الهيئات المكلفة بالرقابة على تنفيذ التزامه⁽⁵⁾.

2- أهمية الالتزام بالوسم بالنسبة للدولة:

أمّا عن أهمية الوسم للدولة فإنه يعتبر وسيلة تنظيم الاقتصاد والتجارة والحفاظ على صحة وسلامة الأفراد، وتسهيل الرقابة على المنتجات فيما يخصُّ التنظيم القانوني للمواصفات القياسية، واتخاذ التدابير والعقوبات في حالة المخالفة؛ لأنَّه وسيلة إثبات ودليل واقعي على توفر الشروط الخاصة بتلك السلع وخصوصاً بالنسبة للجهاز المركزي للتقييس والمواصفات النوعية الواجب

(1) Mémento Pratique Francis Lefebvre, op.cit, p 698.

(2) منى أبوبكر الصديق، المرجع السابق، ص 178.

(3) Jean Calais-Auloy, Op.cit, p 100.

(4) بوعبيد عباسي، المرجع السابق، ص 275

(5) بوعبيد عباسي، المرجع السابق، ص 276.

توافرها في كلِّ سلعة، وافتقار أية سلعة لأحد هذه المواصفات هي غير مطابقة للنظام القانوني للقياس. وهو إحدى وسائل الكشف عن الغش الصناعي والتجاري الذي يمارسه البعض لأغراض مخالفة لقواعد الممارسة التجارية المشروعة، زد على ذلك فرض الالتزام بالوسم يسهل لها عملية الرقابة على تنفيذ الالتزام بالإعلام، وكذا توافر المنتج على المطابقة القانونية لشروط الإنتاج المفروضة بالنصوص القانونية مما يتيح لنا أن نكون أمام نظام قانوني لتوفير الحماية لكلِّ أطراف الدورة الاقتصادية داخل إقليم الدولة.

الفرع الثالث

عناصر الالتزام بالوسم

يتفرع الالتزام بالوسم إلى التزامين أساسيين، يتمثل الأول في قيام المعلن أو المنتج بإدراج بيانات على السلعة مما يمكن المستهلك من الإحاطة علمًا بالحالة التي عليها السلعة، وهذا ما يعرف بالعنصر الإيجابي للالتزام بوسم السلع، أمَّا الالتزام الثاني: فيتمثل في امتناع المتدخل عن إيقاع المستهلك في حالة من الغلط أو اللبس حول ماهية السلعة الغذائية.

أولاً: العنصر الإيجابي للالتزام بوسم

الالتزام بالوسم هو الالتزام بالقيام بعمل ما، بحيث يدرج المتدخل على السلعة البيانات الإيجابية المنصوص عليها في النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، التي فرضته ونظمت عملية الوسم، عند وضع السلع للاستهلاك.⁽¹⁾

فالتشريعات ألزمت المنتج بوضع بيانات محددة بنص القانون (كتسمية المبيع، الكمية، المكونات... إلخ) بهدف تزويد المستهلك بمعلومات كافية، إذ من خلال الوسم يتمكن المستهلك من معرفة الخصائص الجوهرية للسلعة والمهمة له، ومنه يلتزم المتدخل بكتابة جميع البيانات المتعلقة بالسلعة والملزمة بالنصوص القانونية.⁽²⁾

والحقيقة أنَّ الالتزام بوسم السلع له عناية خاصة عند المشرعين، لأنَّه يتعلق بأمن وسلامة المستهلك، مثالها البيان المتعلق بطريقة استعمال السلعة، مما يجنبه أضراراً قد تلحق به، أو أنَّه يتعلق بتتبع السلعة + محل العرض للاستهلاك، ويتعلق الأمر بجميع البيانات الواجب ظهورها

(1) Antoine de Brosses، Op.cit،p 35.

(2) حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك - دار النهضة العربية، القاهرة، 1996م، ص26.

على بطاقة الوسم أو على الغلاف، فغياب بيان من البيانات الإجبارية يشكل فعلاً إجرامياً يعاقب عليه القانون، وكل هذا الإلزام من أجل تزويد المستهلك بالبيانات الإعلامية الكافية من خلال تنفيذ الالتزام بالوسم، وتمكين المستهلك من الاختيار الحر والسليم، ويستمد الالتزام الإيجابي للالتزام بوسم السلع أساسه القانوني من النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك.

1- النصوص القانونية المتعلقة بالعنصر الإيجابي للالتزام بالوسم في التشريع الفرنسي:

لقد نصَّ المشرع الفرنسي على الالتزام بوسم الغذائية في قانون حماية المستهلك، على أنه التزام عام يشمل جميع المنتجات، وتتمثل النصوص المتعلقة بقانون الاستهلاك الفرنسي، في نص المادة (L111-1) من قانون الاستهلاك، المتعلقة بالالتزام العام بإعلام المستهلك، الذي يلزم كلَّ متدخل في عملية وضع السلعة للاستهلاك،

وقبل إبرام العقد أن يمد المستهلك بالبيانات اللازمة المتعلقة بالخصائص الجوهرية للسلعة محلَّ الاستهلاك⁽¹⁾، وكذا نص المادة (L111-3) التي تنص على أنَّ تنظيم عملية إعلام المستهلك تكون وفق نصوص تنظيمية خاصة، كما تمتد هذه النصوص إلى النصوص المتعلقة بعيوب الإرادة في القانون المدني، وكذلك النصوص المتعلقة بقانون العقوبات كالغش والخداع.

1) النصوص القانونية المتعلقة بالعنصر الإيجابي للالتزام بالوسم في التشريع الجزائري:

لقد ألزم المشرع الجزائري المتدخل أثناء عملية وضع السلعة للاستهلاك أن يعلم المستهلك بكلِّ المعلومات المتعلقة بالسلع التي يضعها للاستهلاك بواسطة الوسم بنص المادة (17) من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ونظم ذلك بنصوص المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المذكور سلفاً، والتي بينت للمتدخل كيفية وشروط وضع جملة البيانات الإلزامية المتعلقة بوسم السلع، أو باستعمالها من أجل ضمان أمن وسلامة المستهلك، من بينها نص المادة (09) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 التي توجب على كلِّ متدخل أن يمد المستهلك بجميع البيانات المنصوص عليها في هذا المرسوم. وكذا المادة (11) الفقرة الثانية التي نصت على وجوب ظهور هذه البيانات على البطاقة أو على الغلاف، والمادة (12) منه التي حددت البيانات الإجبارية التي يلتزم المتدخل بإدراجها على حامل البيانات سواء بطاقة الوسم أو الغلاف، أمَّا

(1) - Annie Laurence Nyama، le droit alimentaires européen dans les échanges commerciaux entre l'union européenne et les états subsahariens، (thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université Montpellier I)، discipline droit privé et sciences criminelles، école doctorale droit et science politique، université Montpellier I، le 30 octobre 2012، p 177.

المادة (35) من نفس المرسوم فإنها قد أوجبت على كلّ متدخل أن يدرج على البطاقة من أجل ضمان استعمال حسن وسلامة السلعة والبيان المتعلق بطريقة الاستعمال، بما فيها التعليمات المتعلقة بإعادة التشكيل؛ فجملة النصوص التي تفرض على المتدخل القيام بعمل إيجابي لتنفيذ التزامه، تعتبر من صور العناصر الإيجابية للالتزام بالوسم، ومنه كل من المشرع الفرنسي والمشرع الجزائري ألزم المتدخل بإدراج جملة من البيانات الإيجابية المتعلقة بوسم السلع، وحددها بالنصوص القانونية، سواء في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، أو النصوص التنظيمية الخاصة بهذه القوانين، مما يشكل العنصر الإيجابي للالتزام بوسم السلع.

2- النصوص القانونية المتعلقة بالعنصر الإيجابي للالتزام بالوسم في التشريع المصري:

أمّا عن المشرع المصري فإنه نصّ على الالتزامات التي تجب على المورد في نصوص قانون حماية المستهلك فقد نصّ أولاً في المادة (6) من قانون حماية المستهلك على أن: "يلتزم المورد بأن يضع على السلع البيانات التي توجبها المواصفات القياسية المصرية أو القانون أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون باللغة العربية بشكل واضح يُسهّل قراءته وذلك على النحو الذي تتحقق به تلك البيانات حسب طبيعة كلّ منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه، ويلتزم مقدم الخدمة بأن يُحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التي يقدمها، ومميزاتها وخصائصها، وأماكن تقديمها ومواعيده".⁽¹⁾

ويستنتج الباحث من نص المادة السابقة أنّ المشرع المصري قد استلزم ذكر البيانات التي توضح كافة المعلومات الأساسية عن السلعة المعروضة والتي تؤدي إلى منع المستهلك في الوقوع في غلط أو جهل في الغرض الذي يبتغيه من شرائه للسلعة.

وكذلك فقد نص المشرع المصري في المادة (4) من قانون حماية المستهلك على أن: "يلتزم المورد بإعلام المستهلك بجميع البيانات الجوهرية عن المنتجات...".⁽²⁾

ثانياً: العنصر السلبي للالتزام بالوسم

إنّ محلّ الالتزام السلبي هو امتناع الشخص عن القيام بعمل ينهى عنه بنص القانون، وفي مجال الالتزام بالوسم، فإنّ الامتناع يتعلق بامتناع المتدخل عن إدراج بيان على السلعة إذا كان من شأنه أن يُوقع المستهلك في غلط، أو بطريقة تُدخل لبساً في ذهن المستهلك، أو بيان من

(1) يُنظر: الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، 13/9/2018م، ص7.

(2) يُنظر: الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، 13/9/2018م، ص6.

شأنه تضليله، ولم يقتصر حظر البيانات، على تلك التي تخلق لدى المستهلك لبساً فقط، إنما تلك التي من شأنها أن توقع المستهلك في غلط، فالعنصر السلبي للالتزام بوسم السلع هو امتناع المتدخل عن إدراج بيان من شأنه تغليط، تضليل، خداع، أو تجاوز الحدود المرسومة من طرف القانون، وصور العنصر السلبي للالتزام بوسم السلع يمكن حصرها في:

○ البيانات التي من شأنها تضليل المستهلك.

○ البيانات التي تخلق لبساً مع منتجات دوائية.

○ البيانات الممنوع إدراجها على السلعة.

فهدف العنصر السلبي هو عدم تغليط المستهلك أو خداعه، أو عدم تكوين اعتقاد خاطئ لدى المستهلك بشأن البيانات المدرجة كفهم تسمية خيالية، أو علامات تجارية يمكن أن تخلق لبساً مع علامات تجارية أخرى.⁽¹⁾

ولا يقتصر الالتزام السلبي في إدراج بيان غير مطابق للتنظيم، فعدم إدراج بيان يوجب القانون وضعه، يشكل امتناعاً، مما يخلق لدى المستهلك الشكوك حول حقيقة السلعة، كما يعتبر السكوت تدليلاً، وهذا ما ذهب إليه غالب الفقه في الالتزام بالإفشاء⁽²⁾، وعلى القياس في الالتزام بالوسم.

هذا ويستمد الالتزام السلبي للالتزام بالوسم أساسه التشريعي من النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، سواء في التشريع الفرنسي، أو في التشريع الجزائري أو في التشريع المصري.

1- نصوص العنصر السلبي للالتزام بالوسم في التشريع الفرنسي:

توجد الكثير من النصوص التي تتعلق بالالتزام السلبي للالتزام بالوسم، وتتعلق بمنع المتدخل من بعض السلوكيات تحت طائلة العقوبات الجزائية، في مجال الالتزام بوسم السلع، والتي يمكن أن تصل إلى درجة جريمة الخداع، أو الدعاية التجارية غير المشروعة، كما لا يتعلق بالجانب الجزائي فقط، فيمكن أن تقوم المسؤولية فيما يتعلق بالالتزام بالوسم، طبقاً لقواعد الغلط، والتدليس، والعيوب الخفية، التسليم غير المطابق، أو المنافسة غير المشروعة. وذلك مثل نص المادة (L120-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي والتي حظرت كل ممارسة تجارية غير مشروعة، أو

(1) محمد العروصي، الالتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين العقد مع إدخال قانون الاستهلاك رقم 31-08 وقانون سلامة المنتجات والخدمات رقم 24-09، ط2، دون مكتبة النشر، دون بلد النشر، ص195، 2012م

(2) حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك-، المرجع السابق، ص25.

نص المادة (L121-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تحظر كل ممارسة تجارية مغلطة، أو التي تكون انطباعاً خاطئاً لدى المستهلك حول إحدى العناصر الأساسية للمنتج.⁽¹⁾ وكذلك يحمل التنظيم المتعلق بالالتزام بوسم السلع العديد من أسلوب الحظر، مما يجعل المتدخل مقيداً فيما يتعلق بالبيانات الواجب تدوينها على السلعة، أو من حيث مظهر بطاقة الوسم، ويقع على المتدخل احترام الممنوعات الثلاثة المنصوص عليها في المادة (R112-7) من قانون الاستهلاك الفرنسي وهي عدم التضليل، وكذا عدم التمييز بشكل تعسفي بين سلع و سلع أخرى، كعدم إحداث لبس بين سلعة غذائية ومادة دوائية.

2-نصوص العنصر السلبي للالتزام بالوسم في التشريع الجزائري:

في الواقع لم يكتف المشرع الجزائري بالنص على وجوب إمداد المستهلك بالبيانات الإلزامية المتعلقة بالسلع، وهو ما يعرف بالعنصر الإيجابي، بل الامتناع عن إدراج أي بيان قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في الغلط، أو يضلله، وهذا المنع نصّ عليه في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر، أو في النصوص التنظيمية المتعلقة به والتي من أمثلتها نص المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي حدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك بمنع استعمال كل بيان أو إشارة أو كل تسمية خيالية أو كل عرض أو كل طريقة تقديم أو وسم وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك، لا سيما حول الطبيعة والتركيبية والنوعية الأساسية ومقدار العناصر الأساسية وطريقة تناول وتاريخ الإنتاج وتاريخ الحد الأقصى للاستهلاك والكمية والمنشأ أو مصدر المنتج.⁽²⁾

كذلك فقد منع كلاً من المشرع الفرنسي والمشرع الجزائري إدراج أي بيان على السلع الغذائية يرمي إلى التمييز المفرط لسلعة ما على حساب سلعة أخرى مماثلة، مما يدخل المستهلك في دائرة الشك بين السلعتين ولا يتعلق المنع بما تمّ التطرق إليه سابقاً فقط، بل يمنع على المتدخل بنص المادة (36) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السابق الذكر وصف السلعة أو تقديمها بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن تثير انطباعاً خاطئاً بخصوص نوعها

(1) annie Laurence Nyama، Op.cit،p 195.

(2) ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، جامعة بسكرة، 2016م، ص50.

بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك، وينبغي ألا تكون الادعاءات المستعملة على الوسم أثناء عرض السلع للاستهلاك غير صحيحة أو غامضة أو مضللة، أو تثير شكوكًا فيما يتعلق بالأمن أو التطابق بين مادة وأخرى.⁽¹⁾

3- نصوص العنصر السلبي للالتزام بالوسم في التشريع المصري:

إنَّ المورد أو المعلن يلتزم بتجنب أي سلوك خادع، وذلك متى انصبَّ هذا السلوك على أي من العناصر الآتية: (طبيعة السلعة، مصدر السلعة، خصائص المنتج والنتائج المتوقعة من استخدامه، السعر، جهة الإنتاج، نوع الخدمة، العلامات التجارية...⁽²⁾). وهكذا يؤكد من هذا النص تجريم المشرع الخداع الذي يؤدي إلى لغط في وصف السلعة أو فهم مواصفاتها بطريقة مضللة أو كاذبة، أو من المحتمل أن تثير انطباعًا خاطئًا بخصوص نوعها بطريقة تؤدي إلى خداع المستهلك، وينبغي ألا تكون البيانات المستعملة أثناء عرض السلع للاستهلاك غير صحيحة أو غامضة أو مضللة.

المطلب الثاني

التنظيم القانوني للالتزام بالوسم

إنَّ كلاً من المشرع الفرنسي والمشرع الجزائري والمشرع المصري قد حظروا كلَّ ما يؤدي إلى وقوع المستهلك في الغلط، وألزموا المتدخل أن تكون البيانات المتعلقة بوسم السلع صادقة ونزيهة، ويظهر ذلك من خلال استقراء النصوص القانونية المتعلقة بالالتزام بوسم السلع. وعليه يرى الباحث تقسيم هذا المطلب على فرعين، يوضح فيهما موقف التشريعات المقارنة من تنظيم الالتزام بالوسم من خلال فرعين في (الفرع الأول) الطبيعة القانونية للالتزام بالوسم وفي (الفرع الثاني) البيانات الإجبارية للالتزام بالوسم.

الفرع الأول

الطبيعة القانونية للالتزام بالوسم

ينظر من النصوص القانونية للتشريعات المقارنة سابقة الذكر، إلى الطبيعة القانونية للالتزام بوسم السلع من جانبين، أولهما: من حيث مصدر الالتزام، الذي أنشأ هذا الأخير، فهو التزام قانوني، وثانيهما: من حيث الغاية من هذا الالتزام فهو التزام بتحقيق نتيجة، وعليه تمَّ تقسيم هذا

(1) ماني عبد الحق، المرجع نفسه، ص 51.

(2) يُنظر: قانون حماية المستهلك المصري، الجريدة الرسمية، العدد 37 (تابع)، 13/9/2018م، ص 7-8.

الفرع إلى الالتزام بوضع البيانات على السلع التزامًا قانونيًا (أولاً)، الالتزام بوضع البيانات التزامًا بتحقيق نتيجة (ثانياً).

أولاً: الالتزام بوضع البيانات على السلع التزامًا قانونيًا

إن الالتزام بوسم السلع هو التزام قانوني فرضته التشريعات، ذلك أنه يستمد وجوده من نصوص القانون⁽¹⁾، ومحلّه قيام كل منتج أو من له علاقة بعرض السلع للاستهلاك بإدراج عليها بطاقة تحمل كافة البيانات الإلزامية المحددة بموجب النصوص القانونية، والمطابقة للتنظيم القانوني للالتزام بوسم السلع، بغرض تزويد المستهلك بالبيانات الضرورية لاستتارة إرادته وحماية لصحته، وكذا قدرته الشرائية، وتفاذي مخاطر المنتج.

ولأن هذا الالتزام قد نص عليه في القانون، فإن الأفراد لا يكون لهم الخيار في القيام به من إرادتهم، فهم ملزمون بتنفيذ هذا الالتزام، والأصل أن هذا الالتزام يشمل جميع المنتجات السلعية، ولا يقتصر على سلعة معينة، إلا إذا كان هذا الإعفاء بنص القانون؛ لأنه يعتبر استثناءً على قاعدة عامة محددة بنصوص القانون.

والحقيقة أنه عندما يكون القانون هو المصدر المباشر للالتزام فهو الذي يتكفل بتحديد هذا الالتزام، ومضمونه، وهذا ما نصت عليه المادة (53) من القانون المدني الجزائري: "تسري على الالتزامات الناجمة مباشرة عن القانون دون غيرها النصوص القانونية التي قررتها"، مما يفهم منه أن النصوص القانونية الخاصة بالالتزام بوسم السلع هي الواجبة التطبيق على هذا الالتزام دون النصوص القانونية الأخرى.⁽²⁾

والالتزام بالوسم هو التزام قانوني بإحاطة المستهلك بالبيانات اللازمة، حتى قبل إبرام أو وجود العقد، وفي حالة السكوت عن هذه البيانات تقوم المسؤولية الجزائية على المتدخل في عميلة الوضع للاستهلاك، حتى وإن لم يتضرر المستهلك من جراء هذا العرض غير المطابق للنصوص القانونية المتعلقة بوسم السلع⁽³⁾. وعليه ذهب فريق من الفقه إلى أن إخلال المتدخل بتنفيذ التزامه بالوسم، والحاقه ضرراً بالمستهلك، يرتب على عاتق المتدخل المخلّ بالمسؤولية التقصيرية لا

(1) محمد العروصي، المرجع السابق، ص 104.

(2) ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص 78.

(3) جهاد صالح بني يونس، التزامات منتج الدواء بالإدلاء بالبيانات قبل التعاقد مع المنتج ومن في حكمه -دراسة فقهية مقارنة بين القانون المدني الفرنسي والمصري والأردني-، أطروحة دكتوراه الفلسفة في القانون الخاص، عمان، 2007م، ص 61.

العقدية؛ لأنه ارتكب خطأً تقصيرياً خارج نطاق تنفيذ العقد، فهو لم يخلُ بالالتزام العقدي⁽¹⁾. ومن هذا يتبين أنّ الالتزام بالوسم هو التزام قانوني؛ لأن:

- الالتزام بالوسم هو التزام سابق على العقد، وينفذ قبل طرح المنتج للتداول.
- الالتزام بالوسم هو التزام قانوني لأنه يستمد أحكامه من القانون، ليس من العقد.

ثانياً: الالتزام بوضع البيانات على السلع التزاماً بتحقيق نتيجة

الالتزام بتحقيق نتيجة: هو الالتزام الذي يتطلب من المدين تحقيق غاية معينة، إذ يكون مضمون الأداء الذي يلتزم به المنتج هو بذاته الغاية أو الهدف الذي يسعى إليه المستهلك⁽²⁾، والالتزام بوضع البيانات على السلعة محله هو وجود البيانات على جسم السلعة سواء على بطاقة لصيقة به، أو على الغلاف، أو على جسم السلعة مباشرة، إن كانت من المواد الصلبة، فالغاية من الالتزام هو وجود بيانات على السلعة تمكن من توير إرادة المستهلك.

هذا ويستشف المستقروء للنصوص القانونية التي فرضت الالتزام بوضع البيانات على السلع أنه التزام بتحقيق نتيجة لا ببذل عناية، والحقيقة أنّ هذا هو منطوق حماية المستهلك، بما أنّه قانون وقائي فيلتزم الوضع الفعلي للبيانات الإلزامية على السلعة، سواء على بطاقة خاصة أو على تغليف السلعة، حتى يتمكن من توقي الأخطار التي قد تلحق به؛ وبما أنّه التزام بتحقيق نتيجة، فتقوم المسؤولية على المدين بالالتزام بوضع البيانات على السلعة في حالة خلو السلعة من البيانات الإلزامية التي فرضته النصوص القانونية، وهذا ما يحقق حماية أكبر للمستهلك، سواء حماية سلامته، أو حماية مصالحه الاقتصادية.

وتظهر أهمية الالتزام بوضع البيانات على السلعة على اعتبار أنّه التزام بتحقيق نتيجة؛ حيث إنّ مسؤولية المنتج مفترضة في حالة حصول الضرر للمستهلك بالالتزام، وأنّ الضرر قد وقع بفعل خطأ المنتج، وعدم وجود البيانات على السلعة يعتبر قرينة على أنّ الخطأ هو خطأ

(1) جبالي وأعر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام - الوسم والإشهار -، المجلة النقدية للعلوم القانونية والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2006م، ص10.

(2) مصطفى أحمد أبو عمر، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك - دراسة في القانون الفرنسي 176 والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة الأزايطة، 2010م، ص70.

المنتج المخل بالالتزام. وعليه فالمنتج هو من يتحمل عبء إثبات أنّ الخطأ الحاصل ليس من فعله⁽¹⁾. وهذا ما يخفف الإثبات عن المستهلك في حالة كان هو المدعي⁽²⁾. كذلك فإنّ تكيف الالتزام بالوسم على أساس أنّه التزام ببذل عناية لا يحقق الحماية المرجوة للمستهلك، على اعتبار أنّ قانون حماية المستهلك جاء من أجل حماية ووقاية المستهلك في مواجهة المتدخل أثناء عرض السلعة الغذائية للاستهلاك، وحتى يتسنى ذلك يفرض على المتدخل التزامات قانونية من شأنها أن تسهل تحقيق حماية وقائية للمستهلك، فمجرد الإخلال بوضع بطاقة الوسم يعتبر دليلاً، مما يسهل الإثبات في حالة وقوع الضرر، ولن يكون ذلك إلا بإرساء التزامات بتحقيق نتيجة لا التزامات ببذل عناية، وهذا هو المبدأ المأخوذ به سواء في التشريع الفرنسي، أو الجزائري أو المصري.

ويؤدي تكيف الالتزام على أنّه التزام بتحقيق نتيجة إلى توحيد أحكام المسؤولية المطبقة حالة الإخلال بتنفيذ الالتزام، مما يحدّ من السلطة التقديرية لقاضي الموضوع أن المدين على عكس الالتزام ببذل من العناية، فيسأل الشخص عن إخلاله بالالتزام بالوسم، وعدم وجود البيانات أو وجود بيانات ناقصة تؤدي إلى قيام مسؤولية المنتج بالالتزام⁽³⁾.

الفرع الثاني

البيانات الإلزامية للالتزام بالوسم

يتعلق الأمر بجميع البيانات الإلزامية، والتي ينبغي أن تظهر على بطاقة الوسم أو على جسم المنتج، والبيانات العامة الإلزامية للالتزام بالوسم المنصوص عليها في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، وكذلك النصوص التنظيمية المتعلقة بإعلام المستهلك أو الوسم مباشرة؛ فالمشرع الفرنسي قد نصّ عليها في المواد (R 121-1) إلى المادة (R 112-33) من قانون الاستهلاك الفرنسي المتعلقة بالسلع الغذائية، حيث نظّم البيانات الإلزامية الخاصة بوسم المنتجات الغذائية المعبأة⁽⁴⁾.

(1) مصطفى أحمد أبو عمر، المرجع السابق، ص 72.

(2) أماني رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد - دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني-، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، 2010م، ص 73.

(3) جهاد صالح بني يونس، المرجع السابق، ص 68.

(4) droit de l'entreprise; Op.cit,p 1364.

كما نصَّ عليها المشرع الجزائري بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وأيضًا نص عليها المشرع المصري في الفقرة الرابعة من قانون حماية المستهلك لسنة 2018م. وهذه البيانات الإجبارية هي بيانات عامة تشترك فيها جميع السلع إلا ما استثنى منها بنص خاص.

أولاً: التسمية الخاصة بالسلعة

يشترط في الاسم أن يكون ذا دلالة واضحة لوصف السلعة، وفي حالة الاقتضاء يمكن أن يطلق عليها الاسم المرتبط باستعمالها، بغية تمكين المستهلك من التعرف على حقيقتها وتمييزها على السلع الأخرى خاصة المشابهة لها؛ ومن أجل تحقيق هذا الهدف وجب أن يتميز الاسم عن العلامة التجارية، كما ينبغي أن يبتعد عن التسمية الوهمية، ولتفادي هذا فقد تلجأ التشريعات إلى تحديد الاسم الذي يطلق على سلعة ما، وكذا الخصائص الجوهرية لها، وبفقدان هذه الخصائص تفقد التسمية المطلقة عليها، وليس التشريع فقط هو مصدر الاسم، فقد تكون الأعراف، وعليه نميز في الأسماء من حيث المصدر إلى الأسماء التي مصدرها التشريع، والأسماء التي مصدرها العرف.

1- التسمية الخاصة بالسلعة في التشريع الفرنسي:

عرّف المشرع الفرنسي التسمية الخاصة بالبيع بالمادة (R 112-14) من قانون الاستهلاك الفرنسي، على أنها: "تعبير يصف السلع، وينبغي أن يكون دقيقاً محددًا لتمكين المشتري من معرفة الطبيعة الحقيقية للسلعة، وتمييزه عن المنتجات تفادياً للخطأ".⁽¹⁾

وعلى ذلك يجب أن تكون التسمية متعلقة بصفة المنتج، وتكون محددة لا توقع في نفس المشتري شكًا حول الطبيعة الحقيقية للمنتج⁽²⁾، هذا ولم يقصر المشرع الفرنسي الحماية الخاصة بالتسمية على النصوص التنظيمية لقانون حماية المستهلك؛ بل تمتد إلى القوانين المتعلقة بتقييم المنتج⁽³⁾، كذلك وجب أن لا تتعلق التسمية في كلِّ الأحوال بالعلامة التجارية، باسم المنتج، أو باسم الشهرة.⁽⁴⁾

(1) Mémento Pratique Francis Lefebvre, Op.cit, p716.

(2) L'étiquetage des compléments alimentaires et produits diététiques. P 19:42

(3) Mémento Pratique Francis Lefebvre, Op.cit,p 716.

(4) L'étiquetage des compléments alimentaires et produits diététiques, Op.cit,p 19:42

2- التسمية الخاصة بالسلعة في التشريع الجزائري:

لقد أوجب المشرع الجزائري على المعلن والمنتج للسلعة تبيان تسمية المبيع بالمادة (12) منه، وعرّف المشرع الجزائري التسمية بنص المادة (03) من المرسوم المذكور سابقاً بقوله: "تسمية المنتج: اسم يصف المنتج وعند الضرورة استعماله، ويكون واضحاً بما يكفي لتمكين المستهلكين من التعرف على طبيعته الحقيقية وتمييزه عن المنتجات الأخرى التي يمكن أن تُشكل التباساً معه". إذ حدد التسمية في السلع، كما وجب أن تبين هذه التسمية طبيعتها بدقة، وأن تكون هذه التسمية خاصة لا عامة تنطبق على عدد من السلع بنص المادة (18) الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وفي حالة عدم توافر تسمية خاصة، أوجب الرجوع إلى التسمية المعتادة للسلعة، أو التسمية الشائعة لها، كل ذلك ما لم يعلن التشريع المعمول به تسمية خاصة بالسلعة محل الالتزام بالوسم، ومثال ذلك ما نص المشرع الجزائري في المادة (42) من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 18 أغسطس 1993م يتعلق بمواصفات بعض أنواع الحليب المعدة للاستهلاك وعرضه حيث حدد التسمية فيما يخص الحليب المبستر المعقم واشترط تسمية البيع تكمل بعلامة حليب كامل، أو حليب منزوع الزبدة جزئياً، أو منزوع الزبدة حسب صنف الحليب المعروض.⁽¹⁾

هذا وقد تتعلق التسميات بالتسميات المنظمة بالمقاييس الدولية بنص المادة (18) الفقرة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وهو يتطابق إلى حدٍ كبير والتنظيم الذي كان في المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدلة بالمادة (10) من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل للمرسوم المذكور سابقاً الملغى.⁽²⁾

3- التسمية الخاصة بالسلعة في التشريع المصري:

نصّ المشرع المصري على وجوب تسمية السلعة في المادة (4) قانون حماية المستهلك حيث نص المشرع على: "يلتزم المورد بأن يعلن أسعار السلع أو الخدمات التي عرضها أو

(1) ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص137.

(2) ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص137.

يقدمها، بشكل واضح على أن يتضمن السعر ما يفرضه القانون من ضرائب أو أي فرائض مالية أخرى...".⁽¹⁾

هذا ويُعتبر اسم السلعة من البيانات الجوهرية التي يؤدي الغلط فيها من جانب المستهلك بسبب تلاعب من المعلن أو المنتج يندرج ضمن السلوك الخادع وذلك طبقاً لتعريف قانون حماية المستهلك للسلوك الخادع؛ حيث نص على: "أنَّ السلوك الخادع هو: كلُّ فعل أو امتناع عن فعل من جانب المنتج أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط".⁽²⁾

ثانياً: البيان المتعلق بشخص المعلن

وبيان شخص المعلن هو اسم الشخص منتج السلع، أو الموظب أو المعبى، واسم الشركة التي قامت بإنتاج السلعة، توضيبيها أو تعبئتها، أو اسم الشركة المستوردة في حالة أن السلعة كانت محل عملية استيراد، إذ إنَّه ليس بإمكان المتضرر حالة الإخلال بالالتزامات التي فرضتها التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك، متابعة الشخص منتجها خارج حدود إقليم الدولة، وأنَّ المسؤول في هذه الحالة هو مستورد السلعة.

1- البيان المتعلق بشخص المعلن في التشريع الفرنسي:

لقد ألزم المشرع الفرنسي أن يُشار على بطاقة الوسم إلى اسم الشخص المسؤول على المنتج، وعنوان المنتج، أو البائع على كامل إقليم الاتحاد الأوروبي، ففي حالة كان المنتج قد طُرح للتداول في إقليم الاتحاد الأوروبي فعنوان واحد من هذه العناوين يكون كافياً، إلاَّ أنَّه لا يسمح بذكر رقم الهاتف فقط، أو عنوان البريد الإلكتروني فهو غير كافٍ، فلا بدَّ من العنوان البريدي إلاَّ أنَّه يسمح برقم الهاتف، أو عنوان البريد الإلكتروني على سبيل الإضافة في كامل دول الاتحاد.⁽³⁾ حيث إنَّه في حالة أنَّ المنتج يباع تحت علامة الموزع ينبغي أن يُشار في الوسم إلى اسم وعنوان المنتج حسب نص المادة (6-112 L) الفقرة (02) من قانون الاستهلاك الفرنسي.⁽⁴⁾

(1) يُنظر: الجريدة الرسمية، العدد 37(تابع)، 13/9/2018م، ص7

(2) يُنظر: الجريدة الرسمية، المرجع السابق، ص4.

(3) - l'étiquetage des compléments alimentaires et produits diététiques، Op.cit,p 25/42

(4) Mémento Pratique Francis Lefebvre، Op.cit,p 721.

ولم يكتفِ المشرع الفرنسي بالنص على هذا البيان في قانون الاستهلاك الفرنسي بل ذكره في عدة نصوص ولكن تتعلق بالمنتج المصنع نفسه، مثلاً في القانون المتعلق بتوضيب منتج ما.⁽¹⁾

2-البيان المتعلق بشخص المنتج في التشريع الجزائري:

كنظيره الفرنسي أوجب المشرع الجزائري ذكر الاسم أو التسمية التجارية، والعلامة المسجلة، وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع، أو المستورد في حالة أن المادة مستوردة، بنص المادة (12) الفقرة (07) والمادة (38) الفقرة (04) من المرسوم التنفيذي رقم (13-378) يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وهي تتطابق مع نص المادة (05) الفقرة (4) من المرسوم التنفيذي رقم (90-366) والمادة (06) الفقرة (07) من المرسوم التنفيذي رقم (90-367) المتعلق بوسم السلع وعرضها الملغيان بالمرسوم التنفيذي 13-378 المذكور سابقاً.

3-البيان المتعلق بشخص المنتج في التشريع المصري:

لقد نصَّ المشرع المصري صراحة على البيانات واجبة الذكر في السلعة بصفة عامة وبيان منتج الخدمة بصفة خاصة حيث نصَّ في المادة (9) من قانون حماية المستهلك على امتناع المورد أو المعلن عن ارتكاب أي سلوك خادع متي انصبَّ هذا السلوك على "...جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة".⁽²⁾

(1) - Ibid,p 707.

(2) يُنظر: قانون حماية المستهلك المصري، الجريدة الرسمية، المرجع السابق، ص8.

المبحث الثاني

جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

للالتزام بالوسم عنصران الأول: إيجابي يتمثل في القيام بإدراج بيانات على السلعة، والثاني: سلبي يتمثل في الامتناع عن كل ما يوقع المستهلك في غلط حول السلعة المطروحة للبيع؛ ومن ذلك يتعلق التجريم بمخالفة هاذين العنصرين، فالتجريم الأول يتعلق بالامتناع عن تنفيذ التزامه كليا أو جزئيا، والتجريم الثاني: يتمثل في إتيان أفعال تضلل المستهلك من خلال البيانات الواجب إدراجها، أو البيانات الاختيارية غير الصادقة.

وتُعدُّ جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم من الجرائم المستحدثة في قوانين الاستهلاك، وهي من جرائم الامتناع، إلاّ هذه الأخيرة لها خصوصيات من حيث عناصر الامتناع، وكذا أركان قيام جريمة الامتناع، ولذا تمّ التطرق إلى الطبيعة القانونية لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع، ثمّ أركان قيام جريمة الامتناع في مطلبين في (المطلب الأول) الطبيعة القانونية لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم، و(المطلب الثاني) أركان قيام جريمة الامتناع.

المطلب الأول

الطبيعة القانونية لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم

إنّ جريمة مخالفة قواعد الالتزام بالوسم تُعدُّ وكما سبق بيانه من جرائم الامتناع، وهي جريمة سلبية بسيطة تختلف عن جرائم الامتناع ذي النتيجة. أي الامتناع المجرد من النتيجة، والتي يعاقب فيها القانون على مجرد الامتناع بصرف النظر عن حدوث النتيجة الإجرامية أو لا، حيثُ يستوي في نظر القانون وقوع النتيجة أو عدمها، ويطلق عليها الجرائم الشكلية.

وعلى ذلك تمّ تقسيم هذا المطلب على فرعين ففي (الفرع الأول) عناصر جريمة الامتناع أما (الفرع الثاني) صفات الجريمة السلبية.

الفرع الأول

عناصر جريمة الامتناع

تقسم الجرائم حسب قانون العقوبات إلى ثلاث أنواع⁽¹⁾: جنایات، جنح ومخالفات، وهو تقسيم تقليدي متبع في معظم القوانين ومنها القانون الجزائري. فقد نصت المادة 27 من قانون العقوبات على ما يلي: "تقسم الجرائم تبعاً لخطورتها إلى جنایات وجنح ومخالفات...". والملاحظ هنا هو اعتماد المشرع لجسامة الجريمة كمعيار للتقسيم نظراً لما يوفره من مزايا عند التطبيق (السهولة)⁽²⁾.

وتتكون الجريمة من ثلاث أركان⁽³⁾، أولها الركن لها، وآخرها الركن المعنوي للجريمة. وبتناول ضمن هذا المطلب نماذج عن الجرائم التي تمس عملية الوسم كما نقوم بتحديد أركانها و ما يحيط بها.

فلقد ذهب بعض الفقه إلى تعريف الامتناع على أنه: "إحجام الشخص إرادياً عن اتخاذ سلوكٍ إيجابي معين كان يتعين اتّخاذه، أي هناك إمساكاً إرادياً، عن الحركة العضوية في الوقت الذي كان ينبغي إتيانها فيه" كما يعرفه البعض الآخر على أنه: "إحجام شخص عن إتيان فعل إيجابي معين كان الشارع ينتظره منه في ظروف معينة، بشرط أن يوجد واجب قانوني يلزمه بهذا الفعل وأن يكون في استطاعة الممتنع وإرادته"⁽⁴⁾.

والبعض الآخر ذهب إلى تعريفه على أنه: "سلوك خارجي يتعارض مع ما كان ينبغي فعله، ويتمثل في تغيير الأوضاع المادية الخارجية، وهو خروج عن قاعدة قانونية تفرض التزاماً بإتباع

(1) توجد تقسيمات أخرى للجرائم لكنها فقهية منها تقسيمها حسب طبيعة الحق المعتدى عليه (سياسية، اقتصادية...) أو حسب موضوعها والقانون الخاضعة له (عادية أو عسكرية...).

(2) عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 62.

(3) يقصد بأركان الجريمة عناصرها الأساسية (أجزاؤها) التي يتطلبها القانون لقيام الجريمة، وهي على نوعين أركان عامة (يجب توافرها في كل جريمة مهما كان نوعها)، وأركان خاصة ينص عليها المشرع بصدد كل جريمة على حدى وتظهر اختلاف كل جريمة عن الأخرى و تضاف للأركان العامة مثل كون المرتشي موظفاً عاماً في الرشوة. للمزيد أنظر: عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 65.

(4) ختير مسعود، النظرية العامة لجرائم الامتناع، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان، 2013-2014م، ص 48.

سلوك معين⁽¹⁾، ومنه فالامتناع سلوك إرادي يمثل الصورة السلبية أو الشكل السلبي للسلوك الإنساني، يحجم فيه عن إتيان التزام قانوني. وعلى ذلك تكون عناصر الامتناع ثلاثة، (العنصر الأول): الإحجام عن فعل ايجابي يحرض القانون على إتيانه، (العنصر الثاني): سلوك لا يتجرد عن الإرادة (العنصر الثالث): وجود إلزام قانوني يلزم بهذا الفعل؛ ولذا يمكن تناول كل عنصر بشيء من الإيجاز حول هذه العناصر.

أولاً: الإحجام عن فعل ايجابي يحرض القانون على إتيانه

إنَّ الامتناع: موقف سلبي قياساً بفعل إيجابي معين، ومنه يستمد الامتناع عن الفعل وجوده وخصائصه، وهذا الفعل يحدده المشرع بالنظر إلى ظروف معينة كون هذه الظروف أساساً لتوقعه أن يقدم شخص على فعل إيجابي معين تقتضيه الحماية الواجبة للحقوق، فإن لم يأت هذا الفعل يعتبر محجماً في نظر المشرع.⁽²⁾

ومنه الإحجام عن القيام بفعل إيجابي مُلزم بتحقيق فرضته النصوص القانونية في العنصر المادي للامتناع، فالسلوك الذي يأتيه الشخص مخالفاً لقاعدة أمره يحقق العنصر المادي، ومنه مجرد الإحجام عن إتيان الفعل الملزم به يعتبر الشخص ممتنعاً، وتقوم عليه المسؤولية. ويقرر الباحث هنا أنَّ القانون يحدد الفعل الذي يطالب المخاطبين به تحديداً موضوعياً ببيان ماهيته، ويحدد أفعاله على سبيل الحصر، وقد يتمُّ تحديد الزمن الذي يشترط أدائه في توقيت زمني محدد، وكذا تحديد الأشخاص الذين يتعين عليهم إتيان ذلك الفعل؛ لأنَّ من الواجبات ما يتعلق بصفة شخص دون آخر.

ثانياً: سلوك لا يتجرد عن الإرادة

تُعَدُّ الإرادة هي القوة النفسية التي تتحكم في سلوك الإنسان، فهي نشاط نفسي يصدر عن وعيِّ وإدراك من أجل بلوغ هدف معين، وتحقيق النتيجة هذه في الجرائم المادية، في حين يكون توافر الإرادة كافياً لقيام القصد إذا ما اتجهت لتحقيق السلوك في جرائم السلوك المحض.⁽³⁾

(1) ختير مسعود، المرجع نفسه، ص48.

(2) معز أحمد محمد الحيارى، الركن المادي للجريمة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010م، ص461.

(3) عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري-القسم العام الجريمة-الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

2002م، ص258.

وإذا خلا السلوك من الإرادة سقط عنه اسمه وزال وصفه، شأنه في ذلك شأن الفعل الإيجابي، والإرادية في الامتناع لها معنى واسع، فهي تعني مطلق الخضوع للإرادة، والإرادة في الامتناع ليست عدماً، ولكنها على وجه التحقيق عدم إرادة الفعل⁽¹⁾، وإذا لم يكن الامتناع إرادياً فإنَّ الجريمة تنتفي في حقِّ الممتنع.

وينبغي أن تتوفر صلة السببية بين الإرادة الحرة للشخص الممتنع عن الفعل والمسلك السلبي الذي يتخذه الممتنع، وأن تكون الإرادة مسيطرة في الوقت الذي اتَّجهت إليه إرادته إلى الإحجام، وإذا انعدمت الإرادة بعد ذلك، مثل تعرض الشخص الملزم بإتيان فعل إيجابي إلى إكراه مادي، حال بينه وبين القيام بالفعل الإيجابي، فهنا لا يسأل عن الامتناع⁽²⁾.
إلاَّ أنَّه لا بدَّ من التفرقة بين الامتناع على تخلف الإرادة كلياً أو انتقاصاً، والامتناع القائم على الإهمال، ففي حالة الإهمال تقوم الجريمة ضد الممتنع.

ثالثاً: وجود إزام قانوني يلزم بهذا الفعل

ليست للامتناع أهمية في القانون إلاَّ إذا كان الفعل الإيجابي مفروضاً على من امتنع عنه، فالامتناع يفترض التزاماً، وهو في لغة القانون يفترض التزاماً قانونياً⁽³⁾.

والالتزام القانوني الملقى على عاتق الشخص ليس شرطاً لثبوت الصفة غير المشروعة للامتناع لكنه عنصر في الامتناع ذاته⁽⁴⁾، أي أنَّه من عناصر الركن المادي لجريمة الامتناع⁽⁵⁾. كما يشترط سبق وجود الالتزام عن فعل الامتناع، أي أنَّ النص القانوني الذي يفرض إتيان الفعل الممتنع عنه يجب أن يكون ساري المفعول قبل حدوث فعل الامتناع من طرف الشخص الملزم به، وإلاَّ سقطت المسؤولية الجزائية عنه.

(1) معز أحمد محمد الحيارى، المرجع السابق، ص 151.

(2) معز أحمد محمد الحيارى، المرجع نفسه، ص 152.

(3) ختير مسعود، المرجع السابق، ص 94.

(4) معز أحمد محمد الحيارى، المرجع السابق، ص 153.

(5) ختير مسعود، المرجع السابق، ص 94.

أمّا الركن الشرعي لجريمة الامتناع فهو خضوعها لنص عقابي يجرم فعل الامتناع وغير خاضع لسبب من أسباب الإباحة⁽¹⁾، فالممتنع لا يكون مخطئاً إلا إذا كان ملزماً قانوناً بالقيام بفعل⁽²⁾.

الفرع الثاني

صفات الجريمة السلبية

تقوم الجريمة السلبية على أركان -وهي الركن الشرعي، الركن المادي، الركن المعنوي- مثل كل الجرائم، إلا أنّ لأركانها بعض الصفات التي تميزها عن الجرائم الايجابية.

أولاً: صفات الجريمة السلبية على مستوى الركن المادي

إنّ الركن المادي يتكون من السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية ولذا سنأتي على تبيان صفات الركن المادي لجريمة الامتناع على مستوى السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية.

1- على مستوى عنصر السلوك الإجرامي:

يقصد بالسلوك الإجرامي: "أن يتطابق الفعل مع ما نصّ عليه القانون وعدم مشروعية هذا الفعل، ويكون هذا الفعل إمّا بمظهر إيجابي، أو بمظهر سلبي، وهذا الأخير هو الذي يميز الجريمة الإيجابية عن الجريمة السلبية"⁽³⁾، وتُعتبر هذه الأخيرة جريمة بسيطة أي تقع بمجرد الامتناع عن أداء التزام واحد بأداء عمل معين وليست من بينها جرائم مركبة يشترط فيها القانون تعدد أحوال الامتناع عن التزامات بأداء عدة أعمال⁽⁴⁾، ومثالها جريمة الامتناع عن وسم السلع، فتقوم الجريمة بمجرد امتناع المتدخل على إدراج بيانات إجبارية على السلعة عند عرضها للاستهلاك، أو إدراج البيانات الإجبارية بغير الشروط المحددة في النصوص القانونية والتنظيمية لعملية الوسم.

(1) ختير مسعود، المرجع نفسه، ص94.

(2) معز أحمد محمد الحياوي، المرجع السابق، ص153

(3) محمد خميم، الطبيعة الخاصة للجريمة الاقتصادية في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2011م.

(4) معز أحمد محمد الحياوي، المرجع السابق، ص154.

2- على مستوى النتيجة الإجرامية:

تنقسم النتيجة الإجرامية إلى قسمين، النتيجة القانونية والنتيجة المادية، والنتيجة المادية: هي تلك الآثار المترتبة على السلوك الإجرامي والذي يعتدُّ به المشرع، ويترتب عليه آثاراً جنائية، فالسلوك قد أحدث تغييراً حسياً ملموساً في الواقع الخارجي⁽¹⁾، وبهذا تُعدُّ النتيجة عنصراً من عناصر الجريمة لا تختلط بالسلوك الإجرامي، ولا تندمج فيه، إنّما تظلُّ منفصلة عنه ومرتبطة به الرابطة السببية المادية⁽²⁾، بصرف النظر عما يمكن أن يحدثه السلوك الإجرامي من نتائج أخرى⁽³⁾. أمّا النتيجة القانونية فهي: "كلُّ مساس أو اعتداء على مصلحة من المصالح المحمية بنصوص التجريم، سواء ترتب على الاعتداء ضرر أو مجرد تعريضها للخطر، ومنه النتيجة بمفهومها القانوني شرط يلزم توافره للقول بوجود أيّ جريمة، أي أنّ النتيجة الإجرامية تتحقق بمجرد المساس بالمصلحة المحمية بنصوص التجريم، سواء كان السلوك إيجابياً أو سلبياً"⁽⁴⁾. وبهذا المفهوم فإنّ لكلّ جريمة نتيجة حتى جرائم السلوك المحض والتي يطلق عليها الجرائم الشكلية، ذلك أنّ الجريمة لا تخلو من خطر يهدد مصلحة محمية قانوناً، ولهذا يتمُّ تقسيم الجرائم لجرائم ضرر وجرائم خطر، وعليه فجرائم الضرر تقابل الجرائم المادية، وجرائم الخطر تقابل الجرائم الشكلية⁽⁵⁾.

وعلى ذلك فإنّ جرائم الامتناع ذات نتيجة قانونية لا مادية، إن تحققت نتيجة مادية عن جريمة الامتناع فتكون عرضية، مثلاً لو أن المتدخل عرض سلعاً بدون بيانات الوسم تقوم الجريمة حتى وإن لم يتضرر من ذلك أي مستهلك، وإن حدث ذلك فلا يغير من وصف الجريمة، إلا إذا تبين أن نية المتدخل خداع أو تضليل المستهلك فتقوم جريمة الخداع بالإضافة إلى جريمة انعدام الوسم.

(1) عبدالله سليمان، المرجع السابق، ص 149.

(2) ختير مسعود، المرجع السابق، ص 51.

(3) عبدالله سليمان، المرجع السابق، ص 149.

(4) ختير مسعود، المرجع السابق، ص 52.

(5) عبدالله سليمان، المرجع السابق، ص 150 وص 151.

ويمكن القول أنّ جرائم الامتناع في قانون حماية المستهلك تُعدّ من جرائم الخطر التي ليس لها نتيجة بالمفهوم المادي، ومن بين هذه الجرائم جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، فلا يشترط فيها وقوع ضرر، فهي جرائم خطر.⁽¹⁾

3- على مستوى الرابطة السببية:

والرابطة السببية هي التي تصل ما بين الفعل المجرم والنتيجة، فهي شرط لقيام المسؤولية الجزائية على مرتكب الفعل⁽²⁾، وفي الجرائم السلبية البسيطة التي تنشأ بمجرد الامتناع دون أن يتطلب المشرع تحقق نتيجة، فانعدام وجودها لا يثير أيّ إشكال قانوني، فيكتفي المشرع بتجريم الامتناع ذاته، على عكس الجرائم السلبية ذات النتيجة التي يثار فيها مسألة العلاقة السببية بين الامتناع والنتيجة حيث لا يكتمل الركن المادي لهذه الجرائم دون تحقق النتيجة.⁽³⁾

ثانياً: صفات الجريمة السلبية على مستوى الركن المعنوي

لا يشترط القانون في أكثر الجرائم السلبية القصد الجنائي، بل يستوي لوقوعها توافر القصد أو الخطأ، فالقصد قد يكون مباشراً عندما تتجه إرادة الفاعل لارتكاب الواقعة الإجرامية التي أَرادها بكلّ عناصرها، بحيث لا يراوده شك في حدوث النتيجة التي يرغب في تحقيقها، أمّا إذا باشر الجاني سلوكه متوقعاً تحقيق النتيجة دون تأكيد فإنّ قصده هنا يكون غير مباشر.⁽⁴⁾ كذلك فإنّ أكثر الجرائم الاقتصادية تقوم على أساس الخطأ (الامتناع غير العمدية)⁽⁵⁾، ويقصد به الإخلال بالالتزام بالحيلة فيما يباشرون من أعمال حرصاً على الحقوق والمصالح التي يحميها القانون، دون أن يفضي ذلك إلى إحداث النتيجة، التي كان باستطاعته أن يتوقاها⁽⁶⁾، ويتخذ صور عدة منها الرعونة، وعدم الاحتياط والتحرز، والإهمال وعدم الانتباه، وعدم مراعاة القوانين واللوائح والأنظمة، والخطأ هو جوهر الجريمة غير العمدية التي نالت اهتمام المشرعين حديثاً.⁽⁷⁾

(1) محمد خميم، المرجع السابق، بدون رقم الصفحة.

(2) المرجع نفسه بدون رقم الصفحة.

(3) عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 160.

(4) عبد الله سليمان، المرجع نفسه، ص 267.

(5) محمد خميم، المرجع السابق، بدون رقم الصفحة.

(6) محمد محمد مصباح القاضي، المرجع السابق، ص 121.

(7) المرجع السابق نفسه، ص 121.

أما الامتناع العمدي فيقصد به: "إحجام الشخص عن إتيان التزام مطلوب منه قانوناً بطريق توجيه إرادته لذلك الامتناع، هادفاً من وراء هذا الامتناع تحقيق نتيجة معينة، بمعنى أنّ الإرادة لا تدفع أعضاء الشخص إلى الحركة لإتيان فعل إيجابي، بل تمسك الأعضاء عن إتيان الحركة المطلوبة قانوناً؛ وعلى هذا فاقتران عناصر القصد الجنائي بالامتناع يجعل الامتناع عمدياً، ومن هنا يعرف القصد الجنائي على أنّه: "توجيه الفعل أو الترك إلى إحداث النتيجة الضارة التي تتكون منها الجريمة". وعموماً قد تكون جرائم الامتناع قصدية عندما يهدف الممتنع إلى إحداث النتيجة الإجرامية من وراء امتناعه، أو جريمة غير قصدية عندما يكون الامتناع ناتجاً عن إهمال أو قلة الاحتراز دون أن تتجه إرادة الممثل إلى إحداث النتيجة الإجرامية.⁽¹⁾

إلا أنّهُ يلاحظ تقلص دور الإرادة في الجرائم الاقتصادية، فمن الفقهاء من يرى أن الجرائم الاقتصادية تقوم على عنصر العلم فقط.⁽²⁾

المطلب الثاني

أركان قيام جريمة الامتناع

لقد ألزمت التشريعات في مجال الالتزام بوسم السلع المتدخل في عملية عرض السلع للاستهلاك أن يدرج البيانات الإلزامية على السلعة مما يمكّن المستهلك من الإحاطة علماً بالسلع، وأن تكون هذه البيانات مطابقة للتنظيم القانوني الساري المفعول، وإلا قامت المسؤولية الجزائية على المتدخل، ولتحديد هذه المسؤولية لابدّ من تبيان أركان الجريمة المتعلقة بالإخلال بالالتزام بالوسم.

ولما كانت جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم مثلها مثل الجرائم الجنائية الأخرى، من حيث أركانها، لذا ففي هذا المطلب نعرض أركان جريمة الامتناع؛ تناولنا الركن الشرعي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم في (الفرع الأول)، والركن المادي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع في (الفرع الثاني)، أما (الفرع الثالث) تناولنا فيه الركن المعنوي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع.

(1) معز أحمد محمد الحياوي، المرجع السابق، ص154.

(2) محمد خميم، المرجع السابق، بدون رقم الصفحة.

الفرع الأول

الركن الشرعي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم

القاعدة العامة في قانون العقوبات أنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص، سواء بنص المادة (2-111) من قانون العقوبات الفرنسي أو نص المادة (01) من قانون العقوبات الجزائري، لذا وجب تحديد الأساس القانوني لتجريم هذا الفعل. والمشرع المصري قد حظر على المنتج إتيان أية سلوك خادع من شأنه أن يؤدي إلى وقوع المستهلك في غلط أو جهل.⁽¹⁾

هذا ولقد أُلزم المشرع الفرنسي المتدخل بوسم السلع الغذائية بموجب المادة (L111-1) والمادة (L131-3) من قانون الاستهلاك الفرنسي، كما حظر المشرع الفرنسي أيّ عرض للسلع للاستهلاك بالمخالفة لأحكام الالتزام بوسم السلع بالمادة (R112-6) من قانون الاستهلاك الفرنسي، ونظّم عملية وسم السلع بالمواد من (R112-1) إلى المادة (R112-31) من قانون الاستهلاك الفرنسي، وفي حالة مخالفة هذه النصوص الملزمة المتعلقة بالالتزام بوسم السلع، تقوم المسؤولية الجزائية على عاتق المتدخل بنص المادة (L214-2) من قانون الاستهلاك الفرنسي، واعتبرها المشرع الفرنسي مخالفة من الدرجة الثالثة.⁽²⁾

هذا وبالرجوع إلى قانون العقوبات نصّت المادة (13-131) من قانون العقوبات الفرنسي على العقوبات المقررة للمخالفات من الدرجة الثالثة هي الغرامة المقدرة بـ450 يورو على الأكثر.⁽³⁾ هذا وتظهر أهمية تجريم فعل الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع في حالة عدم إمكانية متابعة الجاني في جرائم الخداع والدعاية التجارية لعدم توافر الركن المعنوي للجريمة، كذلك يمكن متابعة الجاني عن جرائم مخالفة النظام القانوني للالتزام بوسم السلع.

ولقد أُلزم المشرع الجزائري بنص المادة (03) من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المتدخل إمداد المستهلك بالمعلومات الضرورية حول المنتج أو الخدمة حيث جاء في الفقرة الثالثة منه: "... أن يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه، وأن يذكر مصدره، وتاريخ صنعه، والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتّخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أُجريت عليه..."⁽⁴⁾.

(1) المادة (9) قانون حماية المستهلك، الجريدة الرسمية، المرجع السابق، ص8.

(2) Jean-François Renucci, Op.cit.p 138.

(3) Article 131-13 code penal français

(4) يُنظر: المادة (03) من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى.

ومنه: فإن عارض السلع للاستهلاك يكون ملزماً بكتابة البيانات اللازمة والكافية عليها، من أجل إعلام المستهلك بالخصائص المميزة لهذا المنتج أو الخدمة، وطريقة استعماله، والمخاطر التي قد تنجم عنه، بطريقة واضحة سهلة وباللغة الوطنية على سبيل الإلزام، وأن تكون هذه البطاقة ثابتة على المنتج غير قابلة للإزالة ولا للمحو، وفي حالة مخالفة هذا التشريع تقوم الجريمة. غير أنه تمّ إلغاء القانون 02-89 سابق الذكر بعد صدور القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي حلّ محله، وألزم المتدخل في عملية عرض السلع للاستهلاك على وجوب إدراج بيانات على السلع المتعلقة عن طريق وسمها بنص المادة (17) من القانون 09-03 المذكور سابقاً، وقد نظمّ المشرع الجزائري عملية وسم السلع، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك، الذي يُحدد الركن المادي للجريمة، وجرم المشرع الجزائري فعل الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع بنص المادة (78) من القانون 09-03 - المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثاني

الركن المادي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع

إنّ الركن المادي في أغلب جرائم الامتناع بصفة عامة يحتل أهمية كبرى، فتقوم الجريمة بمجرد قيام الركن المادي، في حالة وجود النص الشرعي، دون النظر إلى الركن المعنوي للجريمة. ولقد اعتبر التشريع الفرنسي وكذلك نظيره المصري الركن المادي في جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع ذات سلوك سلبي، يمتنع فيه المخالف عن القيام بوسم السلع الغذائية إمّا كلياً أو جزئياً، فالمشرع الفرنسي ألزم كلّ متدخل في عملية عرض السلع للاستهلاك بإدراج جملة من البيانات على السلع.

وعليه يمكن دراسة الركن المادي عبر غصنين كما يأتي:

أولاً: تحقق الركن المادي.

ثانياً: الشروع في جرائم الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع.

أولاً: تحقق الركن المادي

لقيام هذه الجريمة لابد من توافر شرطين وهما: مخالفة نص تشريعي يتعلق بتنظيم الالتزام بوسم السلع حيث ألزم المشرع الفرنسي وسم السلع بالمواد (L 1-111) والمادة (L 3-111) من قانون الاستهلاك الفرنسي، ونظم عملية وسم السلع بالمواد (R 1-112) إلى (R 31-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي، بالإضافة إلى نصوص التوجيهات الأوروبية التي لها علاقة بالالتزام بوسم السلع⁽¹⁾، والنصوص التشريعية الأخرى ذات الصلة بقانون حماية المستهلك، وتأخذ المخالفة أحد الصور الآتية⁽²⁾

الصورة الأولى: الامتناع كلياً عن تنفيذ التزامه بوسم السلع:

يتمتع المتدخل المخالف في هذه الصورة عن تنفيذ التزامه امتناعاً كلياً، بعدم إدراجه، أي بيان على السلعة، مما يشكل مخالفة لنص المادة (L 1-111) والمادة (L 3-111) من قانون الاستهلاك الفرنسي المعاقب عليه بنص المادة (2-214) من نفس القانون، حيث في هذه الصورة تنعدم بيانات الوسم الإلزامية على السلعة، كما تتحقق هذه الصورة في حالة ما إذا تمّ إدراج البيانات الإلزامية على السلعة، ولكن بفعل ما تمّ إزالة هاتاه البيانات كما لو كانت البطاقة قابلة للمحو أو الإزالة وتمّ إزالة البطاقة فعلاً، كما تُعتبر هذه الحالة مخالفة لشرط من شروط بطاقة الوسم أن تكون غير قابلة للمحو أو الإزالة. أو أن يقوم المتدخل بعرض السلع الغذائية بدون بيانات الوسم، ولكن ينتظر المتدخل إقدام المتعاقدين على شراء السلعة؛ لِيتمّ إصاق بطاقة البيانات على السلعة، مما يعتبر مخالفاً للنصوص التنظيمية لعملية وسم السلع الغذائية التي تشترط أن يتمّ تنفيذ التزامه عند عرض السلعة للاستهلاك بنص المادة (L 1-212) من قانون الاستهلاك الفرنسي. ومثاله أيضاً إصاق بطاقة الوسم على غير جسم السلعة، فهنا المتدخل العارض خالف التزام يتعلق بإلزامية أن تكون البيانات لصيقة بالسلعة.

الصورة الثانية: التنفيذ الناقص لالتزامه بوسم السلع:

إنّ التنفيذ الناقص يتعلق بغياب بيان من البيانات المنصوص عليها في النصوص التشريعية المنظمة لأحكام الالتزام بالوسم، أو أنّ البيانات موضوعة بطريقة غير منظمة أي مخالفة للشروط

(1) Antoine De Brosse, Op.cit,p 62.

(2) Ibid,p 62.

المنظمة لوضع البيانات المتعلقة بوسم السلع والمنصوص عليها في الجانب التنظيمي من قانون حماية المستهلك الفرنسي.

هذا وفي حالة أن العارض خالف نصًا قانونيًا مثلًا فلم يضع بيان التسمية أو أي بيان آخر، أو كانت بطاقة الوسم قابلة للمحو أو غير مرئية... الخ، فإنه يعتبر هنا قد خالف شرطًا من شروط الالتزام بوسم السلع المتمثل في أن تكون بيانات الوسم وافية، أي تتضمن جميع البيانات الإلزامية، وهذا الشرط منصوص عليه في المادة (R 9-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي، فنكون أمام مخالفة لنص تنظيمي، تقوم على أساسه المسؤولية الجزائية.

كذلك تعتبر مخالفة لنص تشريعي استعمال تسمية غير التسمية المنصوص عليها في القانون حالة اعتقاد المتدخل العارض المخالف بعدم وجود نص تشريعي يلزم بتسمية خاصة للسلعة المعروضة للاستهلاك تطبيقًا لنص المادة (R 14-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي، كما يجب على المتدخل أن يحترم إلزامية اللغة الوطنية، حتى يسهل قراءتها مما يمكن المستهلك العلم بخصائص السلعة المعروضة للاستهلاك⁽¹⁾، وفي حالة كون بيانات الوسم بغير اللغة الوطنية الفرنسية فهنا المتدخل قد خالف شرطًا، مما يجعله أمام مخالفة نص قانوني يتعلق بإلزامية الوسم باللغة الفرنسية المنصوص عليه بالمادة (R 8-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي. كما يشترط أن تكون البيانات قابلة للقراءة وذلك باستعمال خط مناسب إما محدد بنص أو غير محدد، وهنا لا يعني حرية المتدخل؛ إنما يمتنع عن استعمال خط حجمه صغير جدًا، لمخالفته لشرط سهولة القراءة المنصوص عليها بالمادة (R 8-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي.

كما تقوم الجريمة حالة أن البيانات ليست في نفس المجال النظري، وفي حالة المخالفة تقوم المسؤولية على عاتق المتدخل، ذلك أن المشرع الفرنسي قد اشترط أن تكون بعض البيانات الإجبارية في نفس المجال النظري بنص المادة (R 10-112) من قانون الاستهلاك الفرنسي. هذا ويشترط في جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع الغذائية ألا يكون السلوك الإجرامي الذي آتاه المتدخل بالمخالفة لنص ترتب عليه عدم تنفيذ أو تنفيذ الالتزام بشكل غير قانوني بنية تغليب المستهلك، وإلا كنا أمام جريمة الخداع أو الدعاية التجارية غير المشروعة،

(1) Philippe Delebècque et Michel germain، traite de droit commercial -effets de commerce banque contrats commerciaux procédures collectives-، tom 2، L.G.D.J، 2004، p 494.

وفي نفس الوقت جريمة مخالفة قواعد الالتزام بوسم السلع، وهنا تكون العبرة بالجريمة ذات الوصف الأشد.

ويتحقق الركن المادي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع بنشاط إجرامي يصدر من المتدخل بالمخالفة للنصوص التشريعية التي ألزمته بكتابة البيانات الإجبارية على السلع⁽¹⁾، ومحل ينصب عليه هذا النشاط، فنشاط المخالف عن طريق سلوك يأتيه الشخص يخالف فيه التزاماً فرضه القانون يتمثل في امتناع المتدخل عن فعل أوجبه القانون، وفي هذه الجريمة كل امتناع صادر عن المتدخل بعدم تنفيذ الالتزام بوسم السلع أو تنفيذه بطريقة مخالفة للنصوص التشريعية التي فرضت ونظمتها، وهذا السلوك هو إجماع المتدخل عن إتيان التزام قانوني ألزم المتدخل القيام به بنص المادة (17) من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المذكور سابقاً، فكل امتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع تقوم بشأنه المسؤولية الجزائية.⁽²⁾

ويلاحظ هنا أنه من الممكن أن تتولد عن هذه الجريمة، جريمة خداع المستهلك إذا كانت المخالفة بنية التغطية، وهذا حماية للمستهلك من الغلط الذي قد يقع فيه المستهلك بالنظر إلى خطورة هذه السلع الغذائية على صحة وسلامة المستهلكين.⁽³⁾

ويتحقق السلوك المادي لجريمة عدم الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع بالامتناع الكلي عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع، أو تخالف بيان أو أكثر من البيانات الإجبارية المحددة بالمرسوم التنفيذي رقم 13-378 سابق الذكر، أو عدم الالتزام بشروط وضع البيانات.

الصورة الأولى: الامتناع الكلي عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع:

ومن شروط الوسم أن تكون "البطاقة الإعلامية" ملازمة للسلعة، أي أن تكون لصيقة بالغلاف أو العبوة، وأن تكون غير قابلة للمحو أو الإزالة، ومنه تقوم مسؤولية المتدخل إذا كانت غير لصيقة بالسلعة، أو كانت البطاقة مدرجة والبيانات لحقها محو، أو كانت لصيقة وتمّ إزالتها، أو غير متصلة بالسلعة، إلا في الحالات التي يجيزها القانون، مثل علب الأدوية التي توضع مع

(1) يراجع: المادة (12) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك.

(2) بحري فاطمة، المرجع السابق، ص152.

(3) على محمود على حمودة، المرجع السابق، ص180 و181.

المستحضر الدوائي بطاقة البيانات داخل العلبة، بشرط أن يتم التنبيه على ذلك، إمّا على العبوة أو على العلبة.

وفي حالة انعدام الوسم، تقوم المسؤولية الجزائية على كلّ متدخل في عملية وضع السلعة للاستهلاك، بداية من المنتج أو المصنع إلى البائع، ذلك أنّ المشرع الجزائري من خلال المادة (12) من القانون سابق الذكر أوجب على كل متدخل أن يتحرى على مدى مطابقة المنتج للمواصفات والتنظيمات المعمول بها، مما يعطي حماية أكثر للمستهلك.

الصورة الثانية: تخلف بيان أو أكثر من البيانات الإجبارية:

وكذلك ففي حالة نقص بيان من البيانات فإنّ الجريمة تقوم، ذلك أنّ المتدخل هنا لم يلتزم بوضع جميع البيانات الإجبارية المنصوص عليها قانونًا على غلاف السلعة، حيثُ أغفل ذكر بيان من بيانات الوسم الإجبارية، وإذا تعمد عدم ذكر بيان من تلك البيانات من أجل حمل المستهلك على التعاقد فيكيف هذا السلوك على أنّه خداع، إلا أنّ في جريمة الإخلال بتنفيذ الالتزام بالوسم المتدخل المخالف أتي بعمل سلبي لم يبين فيه حقيقة السلعة المعروضة للاستهلاك، بإغفاله ذكر بيان أو أكثر من البيانات الملزم بوضعها طبقًا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السابق ذكره ولكن دون أن تكون لديه النية في إتيان هذا السلوك بغية تحقيق منفعة بطريقة غير مشروعة.

الصورة الثالثة: عدم الالتزام بشروط وضع البيانات:

ولقد أوجب المشرع الجزائري أيضًا أن تبعد عبارة الوسم عمّا قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في لبس، حول طبيعة المنتج وتركيبه ونوعيته الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية الداخلة في التركيب، وطريقة تناوله، وتاريخ الصنع، والأجل الأقصى لاستهلاكه، والمقدار، والأصل⁽¹⁾، مما يفهم منه أنّ عبارات الوسم حول هذه البيانات إذا كانت بإمكانها أن توقع المستهلك في لبس فتقع تحت طائلة التجريم وقيام المسؤولية مما يوجب العقاب.

(1) المادة (60) من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، وهي نفسها المادة (08) من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المواد وعرضها، والمادة (13) من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع وعرضها الملغى. والمادة (08) من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المواد وعرضها، والمادة (13) من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

ومثال ذلك عدم احترام المتدخل لقواعد وضع البيانات، ذلك أنّ المشرع الجزائري يلزم المتدخل أن تكون البيانات باللغة العربية، مرئية، سهلة القراءة⁽¹⁾. ويلاحظ في هذا الشأن أنّه قد تتولد عن هذه الجريمة، جريمة خداع المستهلك، إذا كانت بيانات الوسم تخالف الحقيقة، أو جريمة الدعاية التجارية غير المشروعة إذا تم عرض البيانات بطريقة جذابة تحث المستهلك على اقتناءها.

ولقد فرض المشرع الجزائري على المنتج إدراج شروط الاستخدام للسلعة، وطرق استخدامها، والتحذيرات الواجبة، وأن تكون بلغة مفهومة لعامة المستهلكين؛ درءاً للغلط الذي قد يقع فيه المستهلك.⁽²⁾

أمّا المحل الذي ينصب عليه النشاط الإجرامي لهذه الجريمة هو البطاقة الإعلامية للمنتج، ذلك إذ جاءت المراسيم التنفيذية بتنظيم عملية الوسم، التي حددت البيانات الواجب توافرها على الوسم، أي أنّ وسم المنتج لابدّ أن يذكر فيه كافة البيانات الإلزامية، التي تحددها المواصفات القياسية الجزائرية، ومنه في حالة عدم وضع جميع البيانات، أو بيان من البيانات الإلزامية، فإنّنا نكون بصدد جريمة الإخلال في تنفيذ الالتزام بوسم السلع، ولا يعفى من ذكر بيان من البيانات إلّا إذا نصّ القانون على ذلك.⁽³⁾

ثانياً: الشروع في جرائم الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع

لا تقع جرائم مخالفة الالتزام بالوسم دفعة واحدة بل يمر الفاعل في الغالب بعدة أدوار قبل أن يبدأ في تنفيذها، فأى جريمة تنشأ وتبدأ عن طريق فكرة تختلج في نفس صاحبها سرعان ما تستقر في ذهنه فيهتم بها ويعقد العزم على تطبيقها، مع العلم أنها لا تزال مجرد فكرة داخلية لم تظهر بعد على أرض الواقع، فيقوم بتهيئة الوسائل للوصول إلى غايته وهي ارتكاب الجريمة، بيد أنه في بعض الأحيان تتدخل ظروف تحول بين رغبته وارتكاب الجريمة لتقف أعماله عند حد الشروع.⁽⁴⁾

(1) عبدالحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان، 2009-2010م. بدون رقم الصفحة.

(2) على محمود على حموده، المرجع السابق، ص 180 و181.

(3) يُنظر: المادة (11) من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم المواد وعرضها.

(4) أيمن نواف الهواوشة، الجريمة المستحيلة، دراسة مقارنة دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص 23.

وإحاطة بالموضوع من جوانبه رأى الباحث تقسيم الفرع على فقرتين كما يأتي:

1- مفهوم الشروع وصوره

إن كلمة الشروع توحى بصفة عامة إلى المحاولة المترافقة بالعزم مع وجود ما يظهر ذلك العزم من وقائع في العالم الخارجي، فهو مرحلة لاحقة على النية أو العزم على إتيان الأمر، غير أن الشروع لا يقتصر على معنى ثابت ومحدد، حيث يتعدد معناه بحسب الأساس الذي ينظر إليه منه.

الشروع لغةً هو من أفعال المقابلة، ويستعمل عند البدء في شيء والأخذ منه، والشروع هو مصدر الفعل شرع يشرع شروعاً.⁽¹⁾

يقال: شرع في العمل إذا ابتدأ فيه، وشرع في الأمر إذا خاض فيه، ولكلمة شرع مشتقات عديدة تؤدي معنى القرب من الشيء والبدء فيه⁽²⁾ منها مثلاً أن تقول: نجوم الشوارع أي دانية إلى المغيب وقريبة منه، وكل داني من الشيء فهو يعد شرعاً فيه⁽³⁾، ويقال شرع في الكتابة أي بدأ يحرق ما يريد أن ينجزه يقال أيضاً: شرعت الدواب في الماء، أي دخلت الدواب في الماء.⁽⁴⁾ أما اصطلاحاً فقد عرف المشرع الجزائري الشروع في الجريمة في المادة (30) من ق.ع. فأطلق عليه مصطلح المحاولة حيث نصت هذه المادة على أن: "كل المحاولات لارتكاب جناية تبتدئ بالشروع في التنفيذ أو بأفعال لا لبس فيها تؤدي مباشرة إلى ارتكابها تعتبر كالجناية نفسها إذا لم توقف أو لم يخب أثرها إلا نتيجة لظروف مستقلة عن إرادة مرتكبها حتى ولو لم يمكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي يجهله مرتكبها".

ومن هذا التعريف يستنتج الباحث أن الشروع حسب المشرع الجزائري يقوم على ركنين وهما البدء في التنفيذ وانعدام العدول الإرادي⁽⁵⁾. بمعنى آخر الجريمة وقعت ولكنها لم تكتمل فهي ناقصة أو وقف تنفيذها قبل أن تتم أو خاب أثرها لأسباب خارجة عن إرادة الجاني.

(1) تركي بن عدال الشمري، جريمة الشروع في السرقة وعقوبتها في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي (دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف، الرياض، 2002، ص13.

(2) المرجع نفسه، ص 13.

(3) حناشي أحمد، الشروع في الجريمة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2014، ص12.

(4) عبد الله محمد عبد الرحمن العصيمي، الجريمة المستحيلة بين الشريعة والقانون وصورها التطبيقية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف، الرياض، 1425هـ الموافق لـ: 2004م، ص36.

(5) بوسقيعة أحسن، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة، ط8، الجزائر، 2009، ص94.

أما المشرع المصري فإنه قد عرف الشروع في المادة (45) من قانون العقوبات على أنه: "البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جناية أو جنحة إذا أوقف أو خاب أثره لأسباب لا دخل لإرادة الفاعل فيها".⁽¹⁾

ويتبين من هذه المادة أن المشرع المصري اشترط لتوافر الشروع ثلاثة أركان وهي :

- عنصر مادي خارجي هو البدء في التنفيذ.
- عنصر معنوي داخلي وهو القصد الجنائي لارتكاب جناية أو جنحة.
- توقف الفعل أو خيب أثره لأسباب خارجة عن إرادة الجاني.⁽²⁾

هذا ويرى الباحث الاتفاق مع الرأي الشامل لكافة أوجه الشروع على أنه هو: "البدء بإدراك واردة في تنفيذ فعل أو التزام امتناع كاف بذاته أو بلاحق حتمي له لإحداث الجريمة، سواء اكتمل هذا الفعل أو الامتناع، أم أوقف لسبب خارج عن إرادة الجاني ما لم تتحقق الجريمة كاملة".⁽³⁾ هذا وللشروع في جرائم إعلام المستهلك صورتين أولاً أن يأتي الفاعل بعضاً من الأفعال التنفيذية اللازمة لإتمام جريمته، وبهذا لا يكون السلوك الإجرامي قد تم كاملاً، ويسمى الشروع في هذه الصورة بالشروع الناقص، وتسمى الجريمة بالجريمة الموقوفة، أما في الصورة الثانية فيأتي الفاعل كل الأفعال اللازمة لإتمام الجريمة، ومع ذلك فإن النتيجة الإجرامية لا تتحقق، ويسمى الشروع في هذه الصورة بالشروع التام، وتسمى الجريمة فيه إما بالجريمة الخائبة أو بالجريمة المستحيلة .

ولقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه: "لا يشترط لتحقق الشروع أن يبدأ الفاعل بتنفيذ جزء من الأعمال المكونة للركن المادي للجريمة؛ بل يكفي لاعتبار أنه شرع في ارتكاب جريمة أن يبدأ في تنفيذ فعل سابق مباشرة على تنفيذ الركن المادي لها ومؤدً له حتماً وبالضرورة".⁽⁴⁾ وقد يكون الشروع تاماً بنتيجة مستحيلة، والجريمة المستحيلة تعتبر شكلاً خاصاً للجريمة الخائبة، فالجريمة المستحيلة لا تتحقق نظراً لوجود مانع مادي لم يكن في علم الفاعل الذي لا يمكن له النجاح في ارتكاب الجريمة، وقد عبر عنها القانون الجزائري في المادة (30) من قانون

(1) فتح الله محمد هلال، الشروع في الجريمة، مكتب المنى للتوزيع، القاهرة، 2010، ص 87.

(2) المرجع نفسه، ص 87.

(3) محمد عبد الله السيسي، الشروع في الجريمة، دراسة عرض وتحليل لجريمة الشروع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 100.

(4) نص جنائي مصري رقم 2185 لسنة 1963 جلسة 1995/1/18

العقوبات حيث نصت على أنه: "ولو لم يكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي، يجهله مرتكبها."⁽¹⁾

والقضاء المصري يقر نظرية الجريمة المستحيلة إذا لم يكن في الإمكان تحقيق الجريمة بشكل مطلق، سواء أرجع ذلك إلى انعدام الغاية أو عدم صلاحية الوسيلة، وفي غير حالات "عدم إمكان تحقيق الجريمة مطلقاً أي حيث يكون عدم الإمكان نسبياً."⁽²⁾

2- أركان الشروع

للشروع في جرائم مخالفة الوسم ثلاثة أركان وهي الركن الشرعي (أ) والركن المادي (ب)، والركن المعنوي (ج) حيث يستلزم أن يتوفر في الشروع كل الأركان شأنها شأن الجرائم الأخرى لأنها جريمة تامة من الناحية القانونية لكن واقعياً ناقصة.

أ- الركن الشرعي

يتمثل الركن الشرعي في النص القانوني الذي يعاقب على فعل الشروع أو المحاولة، وهو ما نصت عليه المادة (30) من قانون العقوبات الجزائري، حيث جاءت بما يلي: "كل المحاولات لارتكاب جناية تبدأ بالشروع في التنفيذ أو بأفعال لا لبس فيها تؤدي مباشرة إلى ارتكابها تعتبر كالجناية نفسها إذا لم توقف أو لم يخب أثرها إلا نتيجة لظروف مستقلة عن إرادة مرتكبها حتى ولو لم يكن بلوغ الهدف المقصود بسبب ظرف مادي يجهله مرتكبها"⁽³⁾، والأمر ذاته بالنسبة للمشرع المصري والذي جرم الشروع في الجنايات والجنح في المادة (45) من قانون العقوبات المصري⁽⁴⁾ والتي تنص على أن: "الشروع هو البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جناية أو جنحة إذا أوقف أو خاب أثره لأسباب لا دخل لإرادة الجاني فيها".

ب- الركن المادي

يتكون الركن المادي لجريمة الشروع في الإشهار المضلل من عنصرين وهما: البدء في التنفيذ ووقف التنفيذ.

هذا ولم يشترط للمشرع الجزائري الزمن المتقارب بين البدء بالتنفيذ والتنفيذ الفعلي وهذا ما نصت عليه المادة (30) من قانون العقوبات الجزائري السالفة؛ فهذه المادة لم تشترط تنفيذ فعل

(1) نص جنائي مصري رقم 2185 لسنة 1963 جلسة 1995/1/18

(2) محمود أبو عبده البسيوني، الشروع في الجريمة مع أحكام النقص المرتبطة، الإسكندرية، ص 13.

(3) ينظر: المادة (30) من قانون العقوبات الجزائري.

(4) ينظر: المادة (45) من قانون العقوبات المصري

يعتبر جزءاً الركن المادي؛ إنما يكفي لتوافر جريمة الشروع وجود أفعال مباشرة إلى تنفيذ الركن المادي، أي يكفي أن يكون فعل الجاني هو الخطوة الأولى باتجاه الجريمة، وهذا الفعل هو الذي يعبر عن قصد الجاني.⁽¹⁾

وفي هذا قضت محكمة النقض الفرنسية بأن "دخول شخص إلى منزل بقصد السرقة يعد شروعا حتى وإن فر الجاني بعد استيقاظ صاحب المنزل"، وهذا يدل على اتجاه القضاء الفرنسي بالاقرار بقيام الشروع حتي وإن لم يكتمل لأسباب خارجة عن إرادة الجاني.⁽²⁾ ومحكمة النقض المصرية قضت بأنه: "لا يشترط لتحقيق جريمة الشروع أن يتمكن السارق من نقل الشيء من حيازة صاحبه إلى حيازته الشخصية، إنما قد يتوافر الشروع في السرقة ولو تمس يد السارق شيئاً مما أراد سرقة.⁽³⁾

ت - الركن المعنوي

يتكون الركن المعنوي في الشروع في جرائم إعلام المستهلك من عنصري العلم والإرادة:

- العلم بكافة العناصر القانونية :

يستنتج الباحث من التشريعات المقارنات أن العلم هو حالة ذهنية أو قدر من الوعي يسبق تحقق الإرادة ويعمل على إدراك الأمور كما هي أي مطابقة للواقع والعلم بهذا المفهوم يرسم للإرادة مسارها ويعين حدودها في تحقيق الواقعة الإجرامية، وبذلك فإنه لقيام القصد الجنائي يستلزم توافر العلم بعناصر الواقعة الإجرامية.

وعناصر الواقعة القانونية التي ينبغي العلم بها لقيام القصد هي كل ما يتطلبه المشرع لإعطاء الواقعة وصفها القانوني وتميزها عن غيرها من الوقائع الإجرامية الأخرى، وعن الوقائع المشروعة، ومعنى ذلك أنه يتوجب على الجاني العلم بكل واقعة ذات أهمية قانونية في تكوين الجريمة، بمعنى أن يكون الجاني على علم بما يتطلبه القانون لبناء جريمة معينة واستكمال كل ركن منها.⁽⁴⁾

(1) رحمانى منصور، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة، 2006 ص 163-164.

(2) Cass ; crim ; 1er Civ ; juin 1966 ; Bull ; p 322

(3) عوض محمد، قانون العقوبات المصري، القسم العام، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص 304.

(4) عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات، القسم العام، الجزء الأول " الجريمة "، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002،

- اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة:

يتطلب القصد الجنائي اللازم في الشروع في جرائم إعلام المستهلك انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب جريمة، أي إلى إيهام المستهلك وإيقاعه في غلط حول منتجاته ليشتريها، فالمجرم أو الجاني لا يمكن القول بتوافر الشروع في الجريمة في حقه إلا إذا اتجهت إرادته إلى ارتكاب جريمة تامة ولا يتوفر الشروع إذا كان قصد الجاني مجهولاً، أي لا يتجه إلى نتيجة إجرامية معينة، مع إمكانية عقابه عن الفعل الذي صدر منه إذا كون جريمة مستقلة.⁽¹⁾

الفرع الثالث

الركن المعنوي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع

لقد كيف المشرع الفرنسي الجرائم المتعلقة بالامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم أو الإخلال بالقواعد المنظمة لعملية الوسم على أنها مخالفات من الدرجة الثالثة وذلك بمقتضى نص المادة (L214-2) من قانون الاستهلاك الفرنسي، وشرط النية غير مطلوب في المخالفات، فهي جرائم مادية غير عمدية، يفترض فيها قيام الركن المعنوي بمجرد اكتمال الركن المادي للجريمة، فإثبات عدم توافر النية لدى المخالفة لا يعفيه من الجريمة.⁽²⁾

حيث تقوم جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع على أساس مخالفة نص قانوني يوجب القيام بعمل أو الامتناع عن إتيان عمل، دون أن تتجه نيته إلى إحداث النتيجة الإجرامية، فهي مجرد الانحراف عن السلوك المعتاد، وتقدير ذلك يرجع إلى قاضي الجرح والمخالفات؛ ذلك أنّها من المسائل الموضوعية⁽³⁾، ويكتفي إثبات عدم قيام المخالف بتنفيذ التزامه، أو أنّه لم يتم بتنفيذ التزامه وفق النظام المحدد من طرف المشرع في النصوص التنظيمية المنظمة لعملية وسم السلع.⁽⁴⁾

أمّا عن التشريع الجزائري فبالرجوع إلى نص المادة (78) من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن: "يعاقب... كلّ من يخالف إلزامية وسم المنتج

(1) علي عبد القادر القهوجي، المرجع السابق، ص 372.

(2) Djamila Mahdi-Disdet، L'Obligation D'Information Dans Les Contrats Du Commerce électronique، (thèse présentée pour obtenir le grade de docteur en droit)، droit Privé، l'université d'Avignon et des pays de Vaucluse، 13:12:2011، p.387

(3) أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 386 و 387.

(4) p 387، Op.cit، Djamila Mahdi-Disdet

المنصوص عليه في المادتين (17 و18) من هذا القانون"، فالجريمة تقوم بمجرد مخالفة النص القانون، بغض النظر عن اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة. فهذه الجريمة تتحقق بمجرد الخروج عن الالتزامات التي فرضتها التشريعات بشأن تداول وتعبئة وعرض السلع، حتى ولو لم يترتب عليها ضرر يكون قد تحقق بالفعل، هذا ما يجعل منها جريمة خطر وليست جريمة ضرر، وهذا أيضاً هو الذي يكشف عن الطبيعة الوقائية التي يتصف بها النص الجزائي، فهي جريمة غير عمدية، يتوافر ركنها المعنوي بتوافر القصد الجنائي العام القائم على توافر العلم بارتكاب المخالفة لهذا الالتزام، والتي يتحقق بها النشاط المادي الإجرامي لهذا الالتزام المفروض في النصوص التشريعية، وهذا أيضاً يعتبر من الحماية الإضافية للمشرع الجزائري لتسهيل إثبات وقوع الجريمة، وكذا لما يثيره من صعوبة في إثبات الغاية من التجريم في الجرائم التي تتطلب توافر القصد الجنائي الخاص.

وعلى ذلك فكل من المشرع الفرنسي والجزائري والمصري قد جرموا امتناع المتدخل عن وسم السلع وهي من جرائم الامتناع، وحددوا الركن الشرعي للجريمة، وكذا تبيان الركن المادي ونجد أنهم حددوا الصور التي يقوم عليها الركن المادي وهي أقرب للتطابق، كما أنهم اعتبروا جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع من الجرائم المادية، تقوم بقيام الفعل المادي للجريمة حتى وإن لم تتحقق النتيجة الإجرامية

فإذا ما توافر ركني الجريمة المادي والمعني فإن القانون الجزائري نص في المادة (78) من قانون رقم 09 - 03 على أن: " يعاقب بغرامة من مائة الف دينار الي مليون دينار كل من يخالف الزامية وسم المنتج المنصوص عليها".⁽¹⁾

أما القانون المصري فقد نص في القانون رقم 181 لسنة 2018 بشأن "حماية المستهلك" على أن: "يعاقب بغرامة لاتقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مليوني جنيه، أو مثلي القيمة كل من يخالف ...".⁽²⁾

(1) الجريدة الرسمية للجمهور للجمهورية الجزائرية /العدد15، بتاريخ 15 / 8 مارس سنة 2009 م منشور على الموقع الإلكتروني

الآتي: <http://dcommerce-ouargla.dz/ar/arret/loi0903ar.pdf>

تاريخ الزيارة: 2020/1/29م.

(2) الجريدة الرسمية، العدد37، الصادرة بتاريخ 2008/9/13.

ملخص الباب الأول

وهكذا قد تناول هذا الباب الحماية الجزائية الموضوعية لحق المستهلك في الإعلام، وقد تبين من دراسة الفصل الأول فيه بتبيين أهم آليات المنافسة هو الإشهار، والذي يُعتبر الوسيلة الناجحة والفعالة لجذب أكبر قدر ممكن من المستهلكين، ولذلك شدد القانون في أحكامه؛ حماية للمستهلك الذي قد يكون ضحية تضليل وكذب إشهاري، إلا أنه قد وجب التأكيد على أن إطلاق حرية الأعوان الاقتصاديين في مجال الإشهار سيؤدي بالضرورة إلى المساس بحقوق المستهلك لاسيما الحق في الإعلام الصادق والنزيه الذي يُعدُّ هدفًا تسعى إليه قوانين حماية المستهلك.

هذا ولقد تم التعرض لبيان مفهوم جريمة الإشهار المضلل، كما بينا أركان جريمة الإشهار المضلل؛ حيث تبين أنه جريمة الإشهار المضلل تقوم بتوافر ركنين؛ أحدهما مادي يقوم على النشاط، هذا النشاط يلزم فيه أن يكون إعلانًا خادعًا أو مضللًا عن خدمة أو مال أي وجود إشهار واتّسامه بالخداع والكذب والتضليل، والآخر معنوي؛ يتخذ صورة القصد الجنائي أو الخطأ، والقضاء في فرنسا أصبح حاليًا يأخذ بالركن المادي لجريمة الإشهار المضلل، ولا يُشترط توافر الركن المعنوي لصعوبة إثباته. وحتى لا يبقى الإشهار الكاذب أو المضلل دون قيد كان لابد من البحث عن وسائل قانونية للحد من آثاره السلبية ووقف التجاوزات؛ وذلك بهدف حماية المستهلكين، وخلق جو للمنافسة النزيهة وهذا بتوقيع جزاءات مدنية وجنائية.

هذا وتتنوع أشكال الإعلانات عن السلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت، ويتسم كل نوع بطبيعته الخاصة التي تميزه عن غيره، والتي تؤثر في مسؤولية أشخاص الإعلان عن المحتوى غير المشروع له، ومن ثم تم التعرض لدارسة أساليب الإعلان الإلكتروني المضلل، ثم تحديد المسؤولية الجنائية عن الإعلان الإلكتروني المضلل.

أما الفصل الثاني فذهب إلى بيان وتحديد مفهوم الالتزام بالوسم والمسؤولية الناتجة عن مخالفته، ولقد تبين أنه التزامًا حديثًا؛ ظهر بعد ظهور حركة حماية المستهلك، سواء على الصعيد الدولي أو على الصعيد الداخلي للدول، سبق أيضًا أن له بعدًا اقتصاديًا هامًا إلى جانب البعد القانوني، كما أن هذا الالتزام مصدره القانون، كباقي الالتزامات التي فرضها المشرع في مجال حماية المستهلك.

ولقد تبين أيضًا أن القانون الفرنسي الصادر في 1 أغسطس 1905م الخاص بقمع الغش والتدليس القاعدة التشريعية الأولى للالتزام بالوسم؛ وذلك بالرغم من عدم نصّه صراحة على هذا

الالتزام؛ حيثُ إنَّه نصَّ على وجوب الالتزام بالنزاهة والصراحة أثناء التعاقد، حول البيانات المتعلقة بمحل التعاقد المقدمة للمتعاقد معه، إلا إنه تدخَّل بعد ذلك وجعل من الوسم التزامًا على عاتق المهنيين، عن طريق إصدار القانون رقم 10 لسنة 1966م المتعلق بمراقبة المواد الغذائية، يجبرهم على وضع بيانات خاصة على السلع ومن بينها تاريخ صلاحية الاستهلاك، وفي 12 أكتوبر 1972م صدر المرسوم التنفيذي رقم 72-937 المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 78-975 الصادر في 26/09/1978م المتعلق بشروط بيع المواد والمنتجات والمشروبات الموجهة لتغذية الإنسان والحيوان وبيّن قواعد وسم وعرض هذه الأخيرة، خاصة السلع المعبأة والمعروضة للبيع بالتجزئة. ولقد تبين أيضًا أن المشرع المصري قد نظم الوسم في القانون رقم 181 من قانون حماية المستهلك لسنة 2018م، وكذا لم يغفل المشرع الجزائري في مجال الاستهلاك عن سنّ نص خاص يحمي المستهلك، ولقد تمَّ ذلك بصدور العديد من القوانين المتعلقة بالقواعد العامة لحماية المستهلك تضمنت بين نصوصه حق المستهلك في الإعلام بصفة عامة وبموجبه فرض على المتدخل وسم السلع، فبينما مفهوم الالتزام بالوسم، وكذا بينا أن الامتناع عن إتيان كَلِّ فعل يكون مخالفًا للشروط القانونية المتعلقة بالالتزام بوسم السلع. مختلفًا بذلك عن الالتزامات الأخرى التي أوجبه المشرع حماية للمستهلك.

ولقد سبق أيضًا أن للالتزام بالوسم عنصران الأول: إيجابي يتمثل في القيام بإدراج بيانات على السلعة، والثاني: سلبي يتمثل في الامتناع عن كَلِّ ما يوقع المستهلك في غلط حول السلعة المطروحة للبيع؛ ومن ذلك يتعلق التجريم بمخالفة هاذين العنصرين، فالتجريم الأول يتعلق بالامتناع عن تنفيذ التزامه كلياً أو جزئياً، والتجريم الثاني: يتمثل في إتيان أفعال تضلل المستهلك من خلال البيانات الواجب إدراجها، أو البيانات الاختيارية غير الصادقة.

وسبق أيضًا أن جريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم تُعدُّ من الجرائم المستحدثة في قوانين الاستهلاك، لما لهذه الأخيرة من خصوصيات من حيث عناصر الامتناع، وكذا أركان قيام جريمة الامتناع، ولذا تمَّ التطرق إلى الطبيعة القانونية لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع، ثمَّ أركان قيام جريمة الامتناع وأخيرًا الشروع في جرائم إعلام المستهلك.

الباب الثاني
الحماية الجزائية الإجرائية
لحق المستهلك في الاعلام

تمهيد وتقسيم:

فضلاً عن الحماية الموضوعية لجرائم إلام المستهلك فقد قررت التشريعات المختلفة توفير الحماية الإجرائية للمستهلك في مواجهة جرائم إلام المستهلك؛ وهو ما أرست به تلك التشريعات مبادئ العدالة، ويُعدُّ الحديث عن الحماية الإجرائية للمستهلك في حدِّ ذاته أمراً حديثاً نسبياً وقد دعا إلى الاهتمام به التطور الاقتصادي الكبير وما صاحبه من ظهور سلع متنوعة لكميات هائلة من شتى أنواع البلدان ووجد المستهلك نفسه في موقف ضعيف لنقص خبرته بالنسبة لنوعية السلع وأسعارها، فقد يشتري نفس الصنف من السلعة أو البضاعة من نفس البائع الإلكتروني معتقداً أنَّها أحسن بكثير عن تلك المعروضة في السوق ويعود الأمر إمّا لكيد المنتج الإلكتروني الذي قد يضع إعلانات تجعلُ المستهلك يأخذ فكرة مسبقة خاطئة عن السلعة، وقد يرجع الأمر لتأثير العرض والطلب أو لندرة بعض المواد، فيكون الإقبال عليها دون مبالاة لأي نتيجة، أو الأمر يتعلق بقليل الدخل فيلجئون لكل ما هو رخيص وذو سعر زهيد ثم يقع الحادث، فيكون ضحيته المستهلك.

ذلك أنَّ المستهلك يبحث عن الطريق السهل الذي به يستعيد ما خسره أو يطلب التعويض عن ذلك، ففي ظلِّ الحماية الإجرائية فإنَّ المستهلك قد يقتني مستلزمات حياته من المسوقين عبر الإنترنت، والذين قد يعرضون سلع سريعة التلف، أو أقلَّ جودة مما يريد؛ فيقوم المستهلك بشرائها بالسعر المغربي ثمَّ يقع حادث معين فيتأثر المنتج، أو يظهر عيبه مما يؤثر على سلامة صحته أو سلامة عائلته؛ وهو ما يدعو المستهلك لمعرفة أيُّ جهة من سلطات الدولة كفيلة بتعويض وجبر الضرر وإنَّ معارف المستهلك بالقانون قليلة خاصة عندما يتعلق الأمر بقوانين الاستهلاك. ولا شكَّ أنَّ هذه الظواهر تُشكل مسؤوليات مدنية وجزائية نصَّ عليها المشرع سواء في القوانين الموضوعية كقانون العقوبات، ونص كذلك على إجراءات ممارسة الدعوى وإيصالها إلى القاضي الذي يفصل فيها فكان قانون الإجراءات الجزائية مصدر هذه الحماية الإجرائية بالإضافة إلى تشريعات خاصة نصت على بعض

الأحكام المتعلقة بقواعد الحماية الإجرائية للمستهلك، لكن لا ننسى أن المستهلك لا يعرف إجراءات رفع الدعوى ولا المحكمة المختصة التي ينبغي أن يلجأ إليها لترتيب تلك المسؤولية الجزائية، يُضاف إليه جهله بالإجراءات القانونية التي يجب اتباعها، فالمستهلك يرى في عالم

القضاء والمحاكم والقوانين عالمًا غريبًا يحيط به الجلال والهيبة والسلطان بالإضافة إلى شعوره بأنّه وحيد أعزل في مواجهة مهنيين¹.

ومشكلة أخرى يواجهها المستهلك هي دفع رسوم الدعوى وأتعاب المحامين والخبراء وغيرها ويبقى على الدولة أن تكفل حماية مواطنيها خاصة حمايتهم حماية قبلية ضد الغش والتدليس في البضائع والتلاعب بالأسعار، وأن توفر الحماية في السلع خاصة إذا كانت أساسية من أجل القضاء على المضاربة بمختلف أنواعها وأن تبسط تشريعات وسبل التداعي أمام القضاء. ولتحقيق الغرض من هذه الحماية الجزائية يجب أن يعرف المستهلك أو الجمعيات التي تدافع على مصالح المستهلك طريق الجوء إلى القضاء وكيفية رفع الدعوى ومباشرتها، والشروط التي يجب أن تتوفر في رافعها، مع تبيان أوجه الدفاع خاصة ونحن أمام خصم قد يكون شركة ذات أسهم أو مصنع كبير أو بائع من رجال الأعمال حيث لو عجز المستهلك عن فهم هذه القواعد وسيرها مضافًا إليها فقره وقلة موارده سيكون هو الخاسر في الدعوى، إمّا لسوء توجيهها أو عوزه للدليل القضائي أو لقلّة معارفه للقوانين، كون النصوص والقوانين في مجال الاستهلاك تتعدد، وتكاد تنتشر في جميع النصوص مما يجعل الإمام بها أمرًا صعبًا؛ لذا برزت الحاجة الماسة لتشريعات تتلاءم وهذه الطبقة من المتقاضين.

إذاً فالحماية الإجرائية هدفها الأساسي ومقصدها الأول حماية المستهلك كطرف ضعيف في النزاع القضائي؛ كي يحصل على التعويض لجبر الضرر اللاحق به وأن يعوض ما فقده من الحماية السابقة التي كانت تقتضي أنّ مصالح المستهلك وحقه يتمثل في الحصول على السلع بسعر معتدل وأن تكون هذه السلع بحالة جيدة، وفي وفرة بعيدة عن الاحتكار والتخزين، والسعي لحماية المستهلك من مخاطر الاستهلاك العشوائي للسلع المتاحة إلكترونيًا دون تبصر مما يمس بحقوقه في الإعلام والتجربة² إلخ.

هذه الحماية التي يكون قد فقدها في فترة ما يكون أمله القضاء للحصول عليها في شكل تعويضات أو إعانات تردّ بعض ما سُلِبَ منه إمّا بغش وتحايل البائع الإلكتروني أو المسوق، وتهدف الحماية الإجرائية كذلك تخفيف وطأة وشدة المنافسة القوية والتي يكون دائما ضحاياها

(1) زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 120 .

(2) خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار سنة 1999م، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق - جامعة الجزائر، 2002م، ص44.

من المستهلكين سواء شاركوا في العملية الاقتصادية من طلب أو لم يشاركوا تاركين العرض هو السائد؛ وعليه فتوفير الحماية الإجرائية وتسهيل ولوج المستهلك للقضاء بتذليلها أمر تطلب على المشرع أن يسعى لتحقيق هذا الهدف من خلال سنه لقانون الإجراءات الجزائية.

هذا ويأتي في هذا الباب توضيح واقع هذه الحماية الإجرائية المقررة في قانون الإجراءات الجزائية وتوضيح إمكانية أن تكون النصوص والأحكام الحالية كافية للغرض المطلوب أم هناك قصور في ظلّ المبادئ التقليدية خاصة مع طبيعة عقد البيع الإلكتروني الخاصة، أم أنّه قد آن الأوان لتكريس قانون خاص بالإجراءات القضائية للمستهلك يتجاوب مع مقتضيات الحالية لحماية المستهلك الإلكتروني، وذلك من خلال فصلين تناولنا في (الفصل الأول) شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة خلالها أما (الفصل الثاني) المحاكمة وطرق الطعن فيها.

الفصل الأول

شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة
لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة
خلالها

الفصل الأول

شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة خلالها

يترتب على وقوع جريمة من الجرائم حدوث اضطراب في المجتمع تنشأ عنه دعوى قضائية ضد المتهم بارتكابها تُسمى الدعوى الجزائية، وهي تهدف إلى الحصول على حكم من القضاء الجزائي يفصل في موضوع الجريمة ويحدد المسؤول عنها.

هذا وتثور بصدد الإجراءات الجزائية في الدعوى الجزائية مصلحتان متعارضتان العقاب من ناحية ابتغاء المصالح المشتركة للجماعة ومقاصد الشارع بطريق مباشرًا وغير مباشر، ومصلحة الأفراد في أن تُصان حرياتهم وحقوقهم الأساسية، والإجراءات في دعوى المعاملات تهدف إلى كشف الحقيقة وكفاله سير المراكز النظامية التي تتطلب ذلك دون مساس بالحريات.

وهناك قواعد مشتركة يتم تطبيقها ولا تختلف عند نظر دعوى جزائية أو عند نظر دعوى خاصة، ومثالها: مبدأ علنية الجلسات، ومبدأ شفوية المرافعات، والقواعد المتعلقة بإصدار الأحكام وطرق الاعتراض عليها.

وعلى الرغم من حجم السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، فإنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعّالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك؛ لذا كان لزامًا للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة، وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية.⁽¹⁾

وعليه سوف نتناول في هذا الفصل في (المبحث الأول) شروط رفع الدعوى الجزائية، أما (المبحث الثاني) أطراف الدعوى الجزائية.

(1) أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 120-121.

المبحث الأول

شروط رفع الدعوى الجزائرية

بالنسبة لكافة التشريعات المقارنة، فإنَّ المستهلك هو صاحب الحق الأصيل في رفع الدعوى للدفاع عن حقوقه باعتباره صاحب الصفة والمصلحة فيها، وهما الشرطان الأساسيان لممارسة أيّ دعوى أمام القضاء طبقاً للقواعد العامة؛ إذ بالنسبة لشرط الصفة، وعلى الرغم من أنَّ المشرع الجزائري في نص المادة (459) من قانون الإجراءات المدنية التي جاء فيها: "لا يجوز لأحد أن يرفع دعوى أمام القضاء ما لم يكن حائزاً لصفة وأهلية التقاضي وله مصلحة في ذلك"، وهكذا فلم يعرف المشرع الصفة واكتفى فقط بذكرها، غير أنَّه يمكن القول أنَّه يقصد أن يكون الشخص صاحب الحق هو الذي يباشر الدعوى.⁽¹⁾

وبدیهي أنَّ ذلك يتوفر في المستهلك؛ حيث إنَّه صاحب الحق في التعويض عن الضرر الذي يصيبه جرّاء فعله أو خطئه المهني، ولهذا يمكنه اللجوء إلى القضاء طالباً حمايته. أمّا فيما يتعلق بشرط المصلحة السابق ذكرها في النص السابق، فيُقصد به أنَّه على المتقاضي أن يبرر مصلحته في رفع الدعوى، ويُشترط في المصلحة أن تكون مصلحة قانونية، أي يعترف له القانون بحق ما ويحميه، وأن تكون حالة قائمة وليست محتملة، وهو أيضاً ما يتوفر في المستهلك، حيث إنَّ مصلحته في رفع الدعوى ضد المهني هي الدفاع عن حقه في السلامة، وحقه في الحماية التي يمنحها له القانون، وأخيراً فيما يخص الأهلية كشرط ثالث لرفع أيّ دعوى، فمن الطبيعي ألا تُمارس الدعوى إلا من طرف شخص تكون له الأهلية الكاملة لمباشرة جميع حقوقه، وفي حال نقص الأهلية أو انعدامها لأي سبب من الأسباب، فتطبق في هذه الحال القواعد العامة، فيمكن مثلاً أن تباشر الدعوى من طرف ولي أو نائب عن المستهلك الضحية؛ وعليه، إذا توفرت هذه الشروط في المستهلك يكون من حقه اللجوء إلى القضاء لطلب الحماية.⁽²⁾

ويتمُّ تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة، ذلك أن النيابة لا يمكنها القيام بتحريكها مباشرة إلا بناءً على شكوى المضرور "المستهلك" أو عن طريق مهام وصلاحيات الضبط القضائي، أو بناءً على إحالة أي ملف من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

(1) خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار سنة 1999م، المرجع السابق، ص 49 وما يليها.

(2) فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004م، ص 100.

وعليه يمكن دراسة المبحث من خلال مطلبين ففي (المطلب الأول) أطراف الدعوى الجزائية في جرائم إعلام المستهلك، أما (المطلب الثاني) المسؤولية الجنائية في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام.

المطلب الأول

أطراف الدعوى الجزائية في جرائم إعلام المستهلك

إذا شكلت وقائع الإشهار التجاري جريمة كاملة الأركان وجب هنا حماية حق المجتمع بتحريك الدعوى العمومية إمّا بمبادرة من النيابة العامة ذاتها وإمّا عن طريق الإدعاء المدني، كما يحق للمستهلك أن يتقدم إلى القضاء الجزائي للنظر في دعواه المدنية بالتبعية⁽¹⁾ مع الدعوى العمومية وفقاً للمادة (03) فقرة (01) من قانون الإجراءات الجزائية.

ولقد أجازت المادة (63) من القانون رقم 02-04 لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانوناً حتى ولو كانت الإدارة المكلفة بالتجارة ليست طرفاً في الدعوى. أن يقدم أمام الهيئات القضائية المعنية طلبات كتابة أو شفاهة في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق هذا القانون ودون المساس بأحكام المادة (2) من الإجراءات من قانون الإجراءات الجزائية كما تجيز المادة (65) من ذات القانون لجمعيات حماية المستهلك أو الجمعيات المهنية مصلحة ذات رفع دعوى قضائية ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.

وتتسم جريمة الإشهار المضلل بثلاث سمات أساسية وهي أنّها كلها جنح، لا تطبق عليها العقوبات السالبة للحرية عكس ما هو معمول به في قانون العقوبات الفرنسي الذي يقضي بسنتين حبس وغرامة مالية وفي حالة تعدد الجرائم تسري عليها قاعدة جمع الغرامات المنصوص عليها في المادة (36) من قانون العقوبات التي تقضي بضم العقوبات المالية ما لم يقرر القاضي خلاف ذلك بنص صريح.⁽²⁾

وإحاطة بالمطلب رؤى تقسيميه على ثلاثة فروع ففي (الفرع الأول) رفع الدعوى للمحكمة الجزائية من طرف المستهلك، أما (الفرع الثاني) تحريك الدعوى من طرف النيابة العامة، كذلك تناولنا في (الفرع الثالث) ثبوت الصفة لجمعيات حماية المستهلك.

(1) المادة (33) من القانون رقم 03/09 والمادة (50) من القانون رقم 05/04.

(2) بوحفص جلاب نعناعة، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الإعلان التجاري المضلل، جامعة البليدة، 2016م، ص 249

الفرع الأول

تحريك الدعوى العمومية عن طريق الادعاء المدني

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء بقصد الحصول على حقوقه والمطالبة بحمايتها، وذلك بشرط أن يكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، حيث تنص المادة (1/13) من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه: "يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة وله مصلحة قائمة ومحتملة يقرها القانون."⁽¹⁾

فإذا تضرر المستهلك من الجريمة التي ارتكبها المتدخل، يمكنه أن يدعي أمام قاضي التحقيق مطالباً إياه بالتعويض الذي يشمل ما دفعه من ثمن وكذا الخسارة اللاحقة به من جراء إخلال المتدخل بالالتزام وبضمان السلامة⁽²⁾، ويقوم قاضي التحقيق بعرض شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يُبدى رأيه بشأنها وإذا لم يكن قاضياً مختصاً، فإنه يصدر بعد سماع طلبات النيابة أمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة⁽³⁾، حسب ما نصت عليه المادة (77) من قانون الإجراءات الجزائية سابق الذكر.

ولقد نصّ المشرع الجزائري أيضاً من خلال المادة (65) من القانون 04-02 المحدد والمتمم بقولها: "دون المساس بأحكام المادة (2) من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقاً للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".

هذا وقبل اللجوء للطريق القضائي ينبغي على المستهلك والعون الاقتصادي استنفاد الطريق الودي وهي المصالحة، فالأصل العام يقضي بالمسائلة عند ارتكاب الجرم؛ غير أنه يمكن الوصول إلى غاية المقصود منها عند رفع دعوى جزائية دون الحاجة لرفعها.⁽⁴⁾

بيد أنه تنبغي الإشارة إلى أنّ نطاق المصالحة في قانون 04-02 يشمل جريمة الإشهار غير المشروع وجريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع المحددة أمّا

(1) زويبر أرزقي، المرجع السابق، ص190

(2) أنظر المادتين: (66-67) من قانون الإجراءات الجزائية.

(3) المادة (73) من قانون الإجراءات الجزائية.

(4) عيساوي زاهية، "الحماية الجنائية من الإشهارات الكاذبة"، مجلة العلوم الإنسانية، تصدر عن جامعة مولود معمري، عدد

خاص، 2015، ص138.

نطاق الصلح في قانون 09-03 يشمل على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم دون جريمة الخداع؛ ذلك أن هذه الأخيرة تطبق عليها العقوبة السالبة للحرية، لذا تتم دراستها في إطار القانون 04-02.⁽¹⁾

ويمكن القول إنَّ المشرع الجزائري قد قرر حماية للمستهلك لاستفاء حقه في حالة تضرره من الإشهار الكاذب والمضلل دون انتظار مدة طويلة وذلك عن طريق المصالحة بينه وبين العون الاقتصادي ولتنتج هذه الأخيرة آثارها القانونية ينبغي أن تتوفر على الشروط الموضوعية المتمثلة في أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود وأن تكون العقوبة المقررة غرامة.⁽²⁾ أما بالنسبة للشروط الإجرائية فإنها تتمثل في اقتراح المصالحة على مرتكبي المخالفة أين تقوم به الإدارة المختصة بواسطة الموظفين المؤهلين، وقرار السلطة المختصة المتمثلة في المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يقوم بالموافقة على قرار الصلح أو بالرفض؛ ففي حالة الموافقة يستفيد المتدخل بتخفيض قدره 20% من مبلغ الغرامة المطبقة؛ أما أثر هذا الإجراء على المتضرر من الإشهار فإنه يتمثل في عدم إعفائه من التعويض عن الضرر الذي لحقه جراء الإشهار الكاذب مما يمكن له رفع دعوى مدنية لاستيفاء أو إبطال العقد أو المطالبة بتنفيذ التزامه.⁽³⁾ أما إذا لم يتم القيام بالطريق الودي أو رفض مرتكب الجريمة للمصالحة يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي من أجل متابعة المتدخل جنائياً ويتم ذلك عن طريق تحريك الدعوى العمومية إما من طرف النيابة العامة التي تباشرها باسم المجتمع⁽⁴⁾ أو من طرف المتضرر، وجمعيات حماية المستهلك، ثم بعد ذلك مباشرة التحقيق من طرف قضاة التحقيق، وصولاً إلى المحاكمة.⁽⁵⁾ وفي القانون الفرنسي تفتح المصالحة أو الوساطة، باتفاق الأطراف المتنازعة، وهي تتميز بالبساطة والسرعة والمجانبة، حيث يكون الهدف منها هو التوصل إلى توافق ما بين المتعاقدين، وليس فك الارتباط الذي يجمع بينهما، وفق القواعد والنصوص القانونية. وعلى هذا الأساس فإن

(1) دناكير إيمان، المرجع السابق، ص120.

(2) يُنظر المادة (50) من القانون 03-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(3) عيساوي زاهية، "الحماية الجنائية من الإشهارات الكاذبة"، مجلة العلوم الإنسانية، تصدر عن جامعة مولود معمري، عدد خاص 2015، ص138.

(4) يُنظر: المادة (21) من الأمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 جويلية 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائرية، ج.ر.ج.ج، عدد 48، مؤرخ في 10 جويلية 1966، معدل ومتمم منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد رقم 1.

(5) دناكير إيمان، المرجع السابق، ص38.

حضور المحامي لا يكون إجباريًا. وتنتهي المسطرة إما بفشل المصالحة، لعدم توصل الأطراف المعنيين بالأمر إلى اتفاق أو تراضي، وفي هذه الحالة يتم اللجوء إلى المحكمة ليأخذ القضاء مجراه، أو بنجاح الوسيط في تأدية الدور الذي كلف به؛ إذ تقع التسوية الودية ويتم إبرام الصلح الذي بموجبه ينهي الأطراف خصامًا قائمًا أو وهو في طور النشوء. وحسب نص المادة (2044) من مدونة قانون المسطرة المدنية الفرنسي فإنه ينبغي تدوين هذا الاتفاق الذي ينتج عن المصالحة كتابة.⁽¹⁾

ويلاحظ أن الهيئات التي يمكن لها مباشرة عمليات المصالحة أو الوساطة، تنقسم إلى نوعين: هيئات خاصة، وأخرى تابعة للدولة.

أولاً: الهيئات الخاصة

وهنا يتعلق الأمر بجمعيات المستهلكين، التي تشكل مركز استقبال تنسيق الاحتجاجات والشكايات، يقصدها المستهلك طالبًا المساعدة، من أجل تفادي الوقوع في نزاع أو طلب التدخل لتسويته، وفي هذا الإطار، يقتصر دور الجمعيات على جمع المعلومات المتعلقة بالإطار القانوني، والتنظيمي الذي يحفظ للمستهلك حقوقه. وتقوم أيضًا بالعمل على إيجاد السبل التي تمكن المستهلك من تجاوز مشاكل العلاقة الاستهلاكية. ومن أجل تفعيل دورها داخل الأوساط الاقتصادية، يلزم على الجمعيات أن تستعين بالأجهزة الإعلامية للاستفادة من خدماتها، من أجل ضمان التواصل مع المستهلكين بصفة مباشرة، حيث إنها تستمد قوتها من خلال التأثير على الجمهور. وفي اعتقاد الباحث أن هذه السياسة سوف تحقق نجاحًا حقيقيًا، إذ إنها تؤثر على المهني وتقرض عليه الخضوع لطلبات الجمعيات المدافعة عن حقوق المستهلك. وللتصدي للانتقادات والاحتجاجات التي قد يتعرض لها المهني، يمكن ملاحظة إن بعض الشركات، والمقاولات الحرفية أصبحت تهتم بوضع المبادئ والقواعد التي تشكل قانونًا أدبيًا، يلتزم بتطبيقه كل من يمارس نشاطًا اقتصاديًا في نطاق تخصصه، ويعد ذلك بمثابة إجراء وقائي لتجنب ما يمكن أن يفضي إليه غضب المستهلكين.⁽²⁾

(1) J.C.Auloy « Les actions en justice des associations de consommateurs » Dalloz Paris, 1988, p190

(2) DEBEYRE "L'agence européenne d'information sur la consommation de Lille : évolution des travaux", Revue européenne de droit de la consommation 1996 Dalloz Paris, p 109

ثانياً: الهيئات التابعة للدولة

في نهايات القرن العشرين، قامت الدولة الفرنسية بإنشاء عدد كبير من هيئات المصالحة، كلف البعض منها بإجراء التسوية الودية في قضايا المنازعات الاستهلاكية؛ ولهذا الهدف تم إحداث صندوق بريد موحد على رأس كل مقاطعة إدارية، يحمل الرقم (5000)، من أجل جمع الشكاوي التي يتقدم بها المستهلكون. وإرسالها إلى جهة واحدة، هي المديرية الجهوية للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، على صعيد كل التراب الفرنسي، وتقوم تلك المديرية بمعالجة القضايا التي تدخل في إطار اختصاصاتها، وتتولى توزيع باقي الشكاوي على جمعيات المستهلكين والمنظمات المهنية، والإدارات المعنية بالأمر، من أجل البت فيها ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لها. وفي حالة عدم نجاح هذه الخطة، يتم اللجوء إلى لجان المصالحة التي تشتغل تحت إشراف الدولة وأمام تعثر تجربة اللجان التابعة للدولة الفرنسية المكلفة بالتسوية الودية لقضايا الاستهلاك، تم تغيير الاتجاه نحو العدالة، لكي تتولى مهمة تعيين مصالحين قضائيين، تتلخص مهامهم في تبسيط إجراءات التسوية الودية، خارج نطاق المساطر القضائية، إلا إن تدخلهم لا يتم إلا بطلب من الأطراف المعنيين بالأمر، وفي حالة ما إذا انتهت إجراءات التسوية بوقوع المصالحة ما بين الأطراف المتنازعين، فإنه يتم تحرير ملخص ما تمّ الاتفاق عليه، والذي يعرف بمعاينة الاتفاق **Constat accord'd**، مع توقيع أطراف النزاع والمصالح.⁽¹⁾

هذا ويجوز ووفقاً للقانون الفرنسي الصادر في مارس 1993م رفع الدعوى من قبل جمعيات حماية المستهلك حال عدم وقوع جريمة جنائية في حالتين أولهما: حالة المطالبة بإلغاء الشروط التعسفية، وثانيهما: حالة التدخل الاختياري من جمعيات حماية المستهلك في منازعة فردية تنظرها المحاكم.⁽²⁾

هذا ويمكن القول بأنه إذا كانت الأضرار الفردية لعدة مستهلكين ناجمة عن نفس المنتج وتسبب فيها ذات المتدخل يُمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأس كطرف مدني وهذا أمر واضح، أمّا إذا أدرج شرط المساس بالمصالح المشتركة للمستهلكين فإنّه إذا تعرض مستهلك واحد

(1) المواد من (21-26) من قانون التنظيم القضائي الصادر بتاريخ 8 فبراير 1995م، الجريدة الرسمية عدد 4220 بتاريخ 27 ربيع، رقم 125-95.

(2) يراجع: المادتين (6،5) من قانون (5) يناير 1988م، والمادة (6،421) من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في مارس 1993م.

للضرر فذلك لا يعنى أن يتسبب المنتج في ضرر لعدة مستهلكين حتى تتمكن الجمعيات من الادعاء المدني وهو ما يُفهم من عبارة: "عندما يتعرض مستهلك".⁽¹⁾

هذا وبالرغم من عدم وضوح المادة (23) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فإنّ جمعيات حماية المستهلكين لصالح المستهلك المضرور يكرس حماية فعالة له، حيث إن الإمكانات المادية والبشرية التي تتوفر عليها الجمعيات تسمح لها بمباشرة الدعاوى القضائية وتحمل التكاليف والإجراءات، وهو ما لا يتوفر للمستهلك الذي قد لا يملك الوقت والمال الكافي لمواجهة المتدخل.⁽²⁾

ويخول قانون الإجراءات الجزائية للمستهلك المتضرر رفع الدعوى أمام محكمة الجرح أو المخالفات وذلك بإيداع عريضة يعرض فيها بيان الوقائع وصفة المضرور والضرر الذي أصابه، ويتم توجيه هذه العريضة إلى رئيس المحكمة، كما يشترط القانون ذاته في حالة الادعاء المباشر استصدار الإذن من وكيل الجمهورية لدى المحكمة المختصة، وهذا ما نصت عليه المادة (337) مكرر.

هذا وبعد تلقي النيابة العامة لهذه الدعوى، فإنها تنتظر في الضرر وتحدد ما إذا كان منصوصاً عليه في قانون العقوبات، سواءً مخالفة أو جنحة أو جناية، وتقرر النيابة العامة في تكليف المتضرر بالحضور، كما ينبغي على المدعي أن يعين موطناً في دائرة اختصاص المحكمة التي تقوم بتكليف المتهم بالحضور.

حالة الادعاء المدني من طرف المستهلك المتضرر أمام قاضي التحقيق:

للقد أجاز قانون الإجراءات الجزائية في المادة (70) منه: "لكل شخص متضرر من جناية أو جنحة، بأن يتقدم بشكوى أمام قاضي التحقيق المختص"، وتعد هذه الحالة الطريقة الشائعة لدى المستهلك المتضرر عند رفع الدعوى، والغرض من ذلك الحصول على حماية أكبر.⁽³⁾

ويموجب قانون الاستهلاك يمنح المشرع الفرنسي للمستهلك الحق في الدفاع عن مصالحه أمام القضاء، وهو الأمر الذي من خلاله يُمكن تبرير وجود قواعد قانونية لتنظيم الاستهلاك؛ لضمان فعالية حماية المستهلك، ولذلك عني تخصص القانون في تنظيم الإجراءات والمساطر

(1) يراجع: المادة (23) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

(2) ثروت عبد الحميد. الأضرار الناشئة عن الغذاء الفاسد والملوث وسائل الحماية منها والتعويض عنها، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007م، ص104.

(3) قوبعي جلول، الحماية الاجرائية للمستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2009م، ص70.

القضائية؛ لتسوية المنازعات التي تنشأ عن العلاقات الاستهلاكية، بالصورة التي تعبر عن مطالب المستهلكين، إمّا بشكل فردي أو جماعي. وهي المقترضات التي تميز قانون الاستهلاك، عن القوانين المسطرية المنظمة لشكل وسير الدعاوى القضائية أمام المحاكم؛ وذلك لأنّ البعد الجماعي في تمثيل المستهلكين، يُعتبر من أهمّ المظاهر القانونية، كما سبق ذكرها، والتي تعكس حقيقة الرهانات التي تفرضها ظاهرة الاستهلاك على الساحة الاقتصادية وتحدد صورتها الواقعية، بشكل يُعبر عن أهمية دور الفرد في تطوير المجتمعات.⁽¹⁾

هذا ووفقاً للمشرع المصري وباعتبار أن الإعلان الذي قام به المعلن أظهر فيه غير الحقيقة، وذلك بإظهار حيل لإقناع المستهلك بأن يشتري هذه السلعة المعلنّة، فإن له الحق في أن يطلب تعويضه عن الضرر الواقع عليه استناداً إلى أنه لم يكن ليقدم على هذا العقد (الشراء) لولا هذا الإعلان، "الفقرة الثانية من المادة 125 مدني مصري، قد اشترطت أن يكون التدليس دافع إلى التعاقد، بمعنى أن ينصب على خصائص للسلعة، أو الخدمة تكون ذات صفات جوهرية، وإذا كان هذا الأمر مقبولاً بالنسبة للعناصر الذاتية للسلعة التي هي محل الإعلان مثل وجودها، طبيعتها، أصلها، خصائصها، ومكوناتها، فإنه لا يكون الأمر بمثل هذا الوضع بالنسبة للعناصر الخارجة عنها؛ كطرق الإنتاج، وشروط التعاقد، أو النتائج المتوقعة الحصول عليها، وينتج عن ذلك أن التدليس لا يكون له أن يتعامل مع مفردات هذه المجموعة الثانية، وبالتالي فإن مظلة دعواه تبدو قاصرة عن أن تمتد لتحتوي مثل هذه العناصر، الأمر الذي تتصف معه حماية المستهلك حينئذ بعد الشمول².

- رفع الدعوى للمحكمة الجزائية من الغير:

لقد نصت المادة (21) من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على تمثيل المستهلك من طرف جمعيات حماية المستهلك، وكذلك المادة (05) من نفس القانون أفادت أنّه: "عندما يتعرض مستهلك وعدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يُمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني" ولكي يقبل تحريك

(1)Th. BOURGOIGNIE et J. STUYCK، La représentation juridictionnelle des intérêts collectifs، in L'évolution du droit judiciaire، 1984،op. cit.، p. 602.

(2) عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص173.

الدعوى العمومية لزم توافر شروط معينة تمثلت في كون هذه الجريمة منصوص عليها في هذا القانون رقم 09-03⁽¹⁾.

الفرع الثاني

تحريك الدعوى من طرف النيابة العامة

إنَّ النيابة العامة تقوم بعدة اختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسة الدعوى العمومية، كما يزداد دورها يوماً بعد يوم نظراً لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر ضرورة لمواجهة هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.⁽²⁾

أولاً: دعاوى النيابة العامة في القانون الفرنسي

لقد تضمن قانون الإجراءات الجنائية الفرنسي الصادر بتاريخ 1958/11/23م، في مواده من المادة (5) إلى المادة (37) تحديد تشكيل النيابة العامة، ونصت المادة (31) من قانون الإجراءات الجنائية الفرنسي على أن: "النيابة العمومية تُباشر الدعوى العمومية وتطلب تطبيق القانون"، كما تنص المادة (32) من ذات القانون على أن: "تمثل النيابة العمومية لدى كلّ جهة للقضاء الجنائي وتحضر مداوالات جهات الحكم وتصدر جميع القرارات في حضورها"⁽³⁾. وتختص النيابة العامة بالدفاع عن الحق العام، وذلك يعني أنّها تهتم بمصلحة المجتمع وتدافع عن الطرف الضعيف المجرد من الوسائل المادية والقانونية للمطالبة بحقوقه، من أجل ضمان سلامته، وحمايته من تعسف الطرف القوي؛ ومن هذا المنطلق يمكن تصور قيام النيابة العامة بدور حقيقي لحماية المستهلك، عن طريق مباشرة الدعوى العمومية، أو من خلال تتبع جرائم الغش في البضائع لمحاربتها والقضاء عليها.

هذا وتعدُّ كلّ الحالات التي تمس فيها سلامة المستهلك بضرر في نظر القانون بمثابة مخالفة جنائية، وعلى هذا الأساس يكون من حق النيابة العامة رفع الدعوى القضائية أمام المحاكم

(1) عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010م، ص 113.

(2) علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنه في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، سنة 2000م، ص ص 64-65.

(3) عبدالفتاح محمود سمير، النيابة العامة، منشأة المعارف، الأسكندرية، 1986م، ص 16.

المختصة، بقصد المطالبة بمعاقبة الشخص الذي يحاول الإضرار بمصالح المستهلكين، وفي هذا الإطار تظهر فعالية الدعوى العمومية، ودورها في حماية المستهلك، وتفعيل قواعد قانون الاستهلاك، وهو الدور الذي ينحصر في استصدار حكم قضائي ضد مرتكب المخالفة، التي تضر بمصلحة المستهلك، وتؤثر بصورة سلبية على شفافية ونزاهة المعاملات التي يكون طرفاً فيها، والأمثلة على ذلك متعددة ومتنوعة، ومن بينها الغش في البضائع، والإشهار الكاذب، وعدم احترام القوانين التي تؤطر القروض الاستهلاكية، والبيع خارج المحلات التجارية بدون ضمانات حقيقية، إلى غير ذلك من الخروقات التي تنتشر في الأسواق، لاسيما تلك التي تنتج عن اختلال التوازن في العلاقة الاستهلاكية التي تجمع ما بين مصلحتين مختلفتين، مصلحة المستهلك ومصلحة المهني.⁽¹⁾

ثانياً: دعاوي النيابة العامة في القانون المصري

أمّا عن قانون الإجراءات الجنائية المصري فقد نصّ في المادة (25) على أنّه: "يجوز للنيابة العامة رفع الدعوى عنها بغير شكوي أو طلب أو إذن دو أن يبلغ النيابة العامة أو أحد مأموري الضبط القضائي عنها".⁽²⁾

وأيضاً قد درج قضاء النقض في مصر على أنّ الأصل أنّ الدعوى العمومية موكول أمرها إلى النيابة العامة تحركها كما تشاء، أمّا حقّ المدعي المدني في ذلك فإنّه قد ورد على سبيل الاستثناء. وعليه فلا يؤثر في حق النيابة العامة ما يؤثر في حقه هو أو ما يفترضه. فإذا رفعت الدعوى مباشرة من المدعي بالحق المدني ثم أقامت النيابة العمومية الدعوى بالجلسة أمام محكمة الدرجة الأولى، وكان ذلك قبل أن يبدى المتهم الدفع الذي تمسك به بعدم قبول الدعوى المباشرة واقتصرت المحكمة الابتدائية في حكمها في الدعوى على قبول هذا الدفع، فإن الدعوى العمومية تكون باقية على حالها مرفوعة من النيابة العامة، فإذا استأنف المدعي المدني الحكم الصادر بعدم قبول الدعوى فقضت المحكمة الاستئنافية بقبول استئنافه وإعادة القضية لمحكمة الجرح للفصل في الدعوى فإن المحكمة تكون عليها أن تنتظر أيضاً الدعوى المقامة من النيابة، ولا يمنع من ذلك الحكم السابق صدوره لعدم تعرضه لتلك الدعوى.⁽³⁾

(1) أنظر: المادة (L 1213) من القانون رقم 1213 لسنة 1940/6/17، مجموعة القواعد القانونية، ج5، ص240.

(2) أنظر: المادة 25 من قانون الإجراءات الجنائية

(3) يُنظر: حكم نقض جلسة 1940/6/17، مجموعة القواعد القانونية، ج5، ص240.

ثالثاً: دعاوي النيابة العامة في القانون الجزائري

الأصل أن كل جريمة تكون النيابة العامة طرفاً فيها، وكذا الجرائم الماسة بالمستهلكين، حيث إن المادة (69) من القانون رقم 90:90 نصت على أنه: "عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق (3) ملايين دينار، فإن المحضر المعد... يرسل مباشرة... إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً بقصد المتابعات القضائية"⁽¹⁾، وعموماً فإن وكيل الجمهورية كممثل لجهة المتابعة، حددت المادة (06) اختصاصه النوعي، أما اختصاصه المحلي فحدده المادة (07) من قانون الإجراءات الجزائية.⁽²⁾

المطلب الثاني

ثبوت الصفة لجمعيات حماية المستهلك كطرف في الدعوى

إنه على الرغم من أن الصفة في رفع الدعوى لا تثبت إلا لصاحب الحق نفسه، فإنها قد تثبت استثناءً لبعض التجمعات وذلك لوجود رابطة وثيقة بين مصالح صاحب الحق المدعى به وبين المصالح الخاصة للتجمع وتعد هذه الصفة استثنائية يمنحها القانون بشكل خاص وذلك لحماية مصلحة عامة جماعية.⁽³⁾

الفرع الأول

دعاوي جمعيات المستهلكين في القانون الفرنسي

لم يكن من حق الجمعيات في السابق، الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين أمام القضاء، إذ إن السماح لها بذلك كان يُعد في نظر السلطات العمومية، بمثابة مساس بقاعدة انفراد النيابة العامة بتمثيل المصالح العام، والدفاع عن حقوقه؛ ونظراً لعجز النيابة العامة عن الاهتمام بمصالح المستهلكين، بسبب كثرة انشغالاتها، واتساع نطاق عملها، طالبت فعاليات المجتمع المدني بأهمية إصدار قانون يخول لها إمكانية رفع دعوى، لتوفير الحماية القانونية للمستهلكين، والاهتمام بصورة خاصة، بقضاياهم ومشاكلهم. ولقد تحقق ذلك في فرنسا بعد صدور قانون (Royer) بتاريخ 27 ديسمبر 1973م، الذي منح للجمعيات المرخص لها بالعمل للدفاع عن

(1) القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004م، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل ومتمم، المؤرخة في: 2004/06/24م، منشور في الجريدة الرسمية، عدد 41 المؤرخة في 2004/06/20.

(2) محمد خريط، مذكرات في قانون الإجراءات الجزائية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007م، ص 53.

(3) محمد إبراهيمي، الوجيز في الإجراءات المدنية، ج(1)، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999م، ص 3334.

حقوق المستهلك الحقيقي وممارسة دعوى مدنية أمام جميع الهيئات القضائية، ضد الأفعال أو التصرفات التي تلحق أضرارًا مباشرة أو غير مباشرة بمصالح المستهلكين المشتركة.⁽¹⁾ ويمكن القول بأن حماية المستهلك هي النتيجة الحتمية لوصول المعلومات الصحيحة للمستهلك، فالإعلام يُعدُّ الأداة اللازمة، لتفعيل حقوق المستهلك، وضمان الوسائل التي تمكنه من الانتفاع بالمواد الاستهلاكية، وإشباع حاجياته، ولهذا السبب لا يمكن لأحد الفصل ما بين وسيلة الإعلام، وواقع الحماية فهما اتجاهاً متكاملان، في ظل النظام السوسيواقتصادي وهذا الوصف يبرر عمومية قانون المستهلك، الذي غطي قواعده كل المعاملات الاستهلاكية، وتشمل حمايته المستهلكين من جميع الفئات، وذلك يعني أنه يدافع بشكل آخر، عن المصلحة العامة، وهو الأمر الذي يظهر من خلال الممارسات الآتية:⁽²⁾

- مراقبة الإعلانات التجارية التي من شأنها أن تؤثر على المستهلك.
 - الاعتراف بطرق الدعوى الجماعية أمام المحاكم، وهو ما سيؤدي إلى الحد من اتخاذ الإجراءات الفردية، ويضمن الدفاع الحقيقي عن مصالح المستهلكين المشتركة.
- وبرغم ما تتمتع به السلطة الإدارية بموجب القانون بحق التدخل في العلاقة الاقتصادية، من أجل حماية المستهلك، إلا أن هذا الدور، ووفقاً لرأي البعض⁽³⁾ من شأنه أن يؤثر سلبياً على الإنتاج بصورة عامة، وعلى هذا الأساس يعتقد الباحث بأنه يجب توفير الحد الأدنى من الحماية القانونية للمستهلكين، دون إلحاق الضرر بالمهنيين، مع الأخذ بعين الاعتبار بضرورة عدم التساهل في التعامل مع المهنيين المتعسفين؛ لأنَّ مصلحة المستهلك، تفوق كلَّ الاعتبارات، حتى تلك التي تُساهم في خدمة المصلحة الاقتصادية للدولة، بمجرد تطبيق قواعد قانون المستهلك، ومن طرق التعسف التي يمارسها المهنيون، وتخول للمشرع الحق في التدخل لحماية المستهلك، نذكر على سبيل المثال: الإعلام المضلل، أو الذي يبرر الخداع، باستعمال بعض الممارسات التجارية التي تعتمد على تزوير الحقائق، واستخدام أساليب الغش والتحايل؛ لمنع المستهلك من التعبير عن حريته في اختيار حاجياته.

(1) J.C.Auloy « Les actions en justice des associations de consommateurs » Dalloz Paris, 1988, p193

(2) Th.Bourgoigni « éléments pour une théorie du droit de la consommation » édition story Scientia, paris, 1988, p 137.

(3) Op, cit, p139.

وتشيد التجربة الفرنسية بفعالية الجمعيات الوطنية والجهوية والمحلية في المنازعات الاستهلاكية، بمجرد دخول قانون (ROYER) حيز التنفيذ، بيد أن نشاطها لا يزال منحصرًا في الدعوى المدنية بسبب القرار الصادر عن محكمة النقض الفرنسية⁽¹⁾، الذي أعطى مفهومًا ضيقًا للدعوى القضائية التي تباشرها جمعيات المستهلكين، وقيّد صلاحياتها في الدعاوى التي تطالب بموجبها إصلاح الأضرار الناتجة عن المخالفات الجنائية. ولقد أثار هذا القرار جدلاً قانونيًا واسعًا في الفقه الفرنسي، وأظهر وجود ثغرة في قانون الاستهلاك، بحيث أصبحت المقتضيات المتعلقة بالوقاية من الأضرار التي تلحق المستهلك بمجرد التعاقد، إمّا نتيجة لاستغلال ضعفه أو قلة معرفته، بعيدة المنال عن حق ممارسة الدعاوى القضائية من طرف جمعيات المستهلكين، وهو الأمر الذي لا يمكن تجاهله، خصوصًا فيما يتعلق بالشروط التعسفية، التي قد ترد في العقد الاستهلاكي؛ ومن أجل ذلك تدخل المشرع الفرنسي لتجاوز تلك الثغرة التي أحدثها قرار محكمة النقض سنة 1985م، وقام بنسخ المادة (46) من قانون (Royer)، بموجب القانون الصادر بتاريخ 5 يناير 1988م، الذي أسس نظامًا خاصًا للجمعيات المعترف بها من قبل الدولة، للدفاع عن مصالح المستهلكين؛ من أجل ممارسة حقها في رفع الدعاوى القضائية، ولقد تم تكملة مقتضياته بموجب قانون حماية المستهلكين، الصادر بتاريخ 18 يناير 1992م، تحت رقم 60-92. وفي سنة 1993م ضمت اللجنة المكلفة بتقنين الاستهلاك كافة هذه المقتضيات في المواد من (L411-1) إلى (L421-3) من مدونة قانون الاستهلاك، لتشكل وثيقة موحدة تسهل على الجمعيات عملية تتبع الإجراءات القانونية، الملزمة لرفع الدعاوى القضائية.

أمّا بالنسبة لتلك الوقائع التي تكون جريمة يعاقب عليها جنائيًا، فقد جاءت المادة (16/1) من تقنين الاستهلاك الفرنسي ونصت على أنه: "من حق جمعيات حماية المستهلك في الادعاء مدنيًا أمام القضاء الجنائي المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناتجة عن الإعلانات الخادعة، وذلك دفاعًا عن المصالح الجماعية للمستهلكين"، وفي الواقع وبالرغم من الانتقادات التي طالت هذا النص القانوني إلا أن المحاكم الفرنسية ظلّت تقبل هذه الدعاوى، واتّسع نطاق قبولها وامتدت إلى مجالات كثيرة، ودفعت الكثير من التعويضات تنفيذًا لأحكام قضائية⁽²⁾.

(1) J.C.Auloy « Les actions en justice des associations de consommateurs » Dalloz Paris, 1988, p195.

(2) خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة (دراسة مقارنة)، ط1، دار النهضة العربية، 2008م، ص295.

والحقيقة أنّ معظم جمعيات المستهلكين الفرنسية، جمعيات مرخص لها بالعمل من طرف الدولة والترخيص لا يتمُّ منحه إلا بعد القيام بمجموعة من الإجراءات الإدارية في المصالح البلدية، التي يقتصر دورها على مراقبة صحتها من الناحية الشكلية فقط، والجمعيات المرخص لها بتمثيل المستهلكين هي وحدها التي تملك الحق في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء وصفتها التمثيلية هذه لا تتحقق إلا بتوفر أربعة شروط وهي:⁽¹⁾

- أن يكون قد مرّ على إنشائها سنة على الأقل.
 - أن يكون لها نشاط حقيقي وعمومي للدفاع عن المستهلكين، بمعنى أن تقوم بالعمل على تحقيق نشاط معين لخدمة مصالح المستهلكين، مثل: عقد الاجتماعات ونشر التقارير.
 - أن يكون عدد أعضائها عشرة آلاف عضو على الأقل وذلك بالنسبة للجمعيات الوطنية، وكل عضو ملزم بأداء الاشتراكات السنوية.
 - ينبغي أن يكون نشاط الجمعية مستقلاً عن كل نشاط ذي طبيعة مهنية.
- والجدير بالذكر، أنّ الجمعيات الوطنية يمكنها أن تحصل على الترخيص من الوزير المكلف بالاستهلاك وحمل الأختام، وذلك بعد صدور قرار وزاري، أما بالنسبة للجمعيات المحلية فإنها تقوم بأنشطتها بعد حصولها على ترخيص موقّع من طرف عمدة البلدية، وفي كلتا الحالتين ينبغي الأخذ برأي الوكيل العام للجمهورية، ويمتد الترخيص إلى خمس سنوات قابلة للتجديد، وتكتسب الجمعية الشخصية المعنوية، بمجرد حصولها على الترخيص بالعمل، لكن سلطتها تظل محدودة للغاية، حيث لا تستطيع الحصول على الهبات أو التبرعات. وذلك يعني أنّ قلة الموارد المالية، تشكل أحد أهم الأسباب التي تعرقل عمل جمعيات المستهلكين الفرنسية، ولتجاوز هذا العائق يسمح المشرع الفرنسي للجمعية بأن تحصل على صفة المنفعة العامة، بواسطة قرار يصدر عن مجلس الدولة، حتى يكون لها الاختصاص الكامل في تمثيل المستهلكين.

⁽¹⁾ Du code de la consommation francais. (L141, L411, R411).

الفرع الثاني

دعاوى جمعيات المستهلكين في القانون المصري

بخصوص حق جمعيات حماية المستهلك برفض دعاوى قضائية ضد المهنيين فقد نصت المادة (1/23) من القانون رقم 67 لسنة 2006م على أنه: "مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ لحماية المستهلك طبقاً لقانون الجمعيات الأهلية، يكون لها الاختصاصات التالية:

- حق مباشرة الدعوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها".

ومن خلال هذا النص يتبين أنّ القانون المصري قد سمح لجمعيات حماية المستهلك بمباشرة الدعوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين وكذلك تسمح بالتدخل فيها، وبموجب هذا النص فإنّ المشرّع المصري يمنع ما قد يُثار من التساؤل عن حق الجمعيات المخصصة لحماية المستهلك في التدخل في الدعوى المقامة من المستهلك من عدمه، ووفقاً للنص ذاته، يحقّ لجمعيات حماية المستهلك مباشرة حقّ التقاضي حماية للمصلحة الجماعية للمستهلكين، إمّا بواسطة مباشرة الدعوى بصفة مستقلة، أو عن طريق التدخل في الدعوى التي يقدمها المستهلك.⁽¹⁾

الفرع الثالث

دعاوى جمعيات المستهلكين في القانون الجزائري

لقد أشار قانون 87-15 إلى حقّ الجمعيات في التقاضي في مادته العاشرة، إلاّ إنّ لم يتحدث عن الدفاع عن المصالح الجماعية أو الفردية لأعضاء الجمعية؛ لكن قانون 90-31 قد جاء صريحاً في مادته 16 في إعطاء الجمعيات حق رفع الدعوى للدفاع عن المصلحة الجماعية أو الفردية، وإن كان هذا الاعتراف نتيجةً بديهية للاعتراف للجمعية بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية، وقد جاء النص كما يأتي: "تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقاً للمادة (07) من القانون، ويمكنها حينئذٍ أن تمثل أمام القضاء وتمارس أمام المحاكم

(1) محمد نور شحاتة، الدعوى الجماعية، دراسة تحليلية وتطبيقية مقارنة لمقتضيات وجودها وكيفية ممارستها، دار النهضة العربية، دون سنة نشر، ص10.

المختصة حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضرراً بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية".⁽¹⁾

فطبقاً لهذا النص، يمكن للجمعيات عمومًا بما فيها جمعيات حماية المستهلك أن تمثل أمام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية أو الفردية لأعضائه، وقد دعم المشرع هذا النص بنص آخر فيما يخص جمعيات حماية المستهلك، وذلك تأكيداً منه على سعيه لتحقيق حماية خاصة للمستهلك، حيث نص في المادة (12) من قانون 98-02 على أنه: "إضافة إلى ذلك فإن جمعيات المستهلكين المنشأة قانوناً لها الحق في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها".

كذلك فقد نص في المادة (96) من الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995م المتعلق بالمنافسة: "يمكن لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت وفقاً للقانون وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي أو ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضدّ كلّ عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".⁽²⁾

وعلى ذلك فإنّ صفة جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى للدفاع عن المستهلكين قد ثبتت لها من خلال النصوص السابقة، ولها على هذا الأساس ممارسة الدعاوى سواء للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين بتأسيسها كطرف مدني في الدعاوى الناجمة عن مخالفة جزائية، أو في غياب مخالفة جزائية كما هو الحال في دعوى إلغاء الشروط التعسفية، أو بالتدخل في الدعاوى التي يرفعها المستهلك بصفة فردية دعماً لادعاءاته، أو دفاعاً عن المصلحة الفردية للمستهلكين كما هو الحال بالنسبة للدعوى المقترنة والدعوى الجماعية.

(1) فهيمية نصري، المرجع السابق، ص102.

(2) Article L121-15).du code de la consommation Edition DALLOZ 1999.

المبحث الثاني

إجراءات المتابعة المتعلقة بجرائم حق المستهلك في الإعلام

إنّ المخالفات محلّ الدراسة: هي التصرفات والأفعال التي تصدر عن الشخص إمّا نتيجة قيامه بعمل غير مشروع، أو الامتناع عن عمل مشروع بالشكل الذي يعاقب عليه قانون الاستهلاك، حسب المعايير التي اعتمدها التشريع في تحديد المخالفة والعقوبة المطبقة عليها، فالأمر يتعلق بسلوك يتجاوز حدود القانون المنظم للعلاقة الاستهلاكية، الذي يطبق تحت إشراف أجهزة الدولة المختصة بمراقبة مدى احترام مقتضياته، عن طريق إجراءات البحث والمعينة، وهي في الدولة الفرنسية تعمل بتوجيه من المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش. وإذا كان الأمر كذلك فإنّ الدراسة قد استدعت تقسيم هذا المبحث على مطلبين ففي (المطلب الأول) تطبيق قواعد الإثبات الجزائية في قوانين حماية المستهلك، أما (المطلب الثاني) أدلة الإثبات الجزائية.

المطلب الأول

تطبيق قواعد الإثبات الجزائية في قوانين حماية المستهلك

يُعدّ تطبيق قواعد الإثبات الجزائية في قوانين حماية المستهلك أحد أهم وسائل قمع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، سواء في القانون الفرنسي أو القانون المصري، أو في قانوننا الجزائري وهو ما يمكن تفصيله عبر أربع فروع ففي (الفرع الأول) تطبيق قواعد الإثبات في القانون الفرنسي، أما (الفرع الثاني) تطبيق قواعد الإثبات في القانون المصري، كما خصصنا (الفرع الثالث) في تطبيق قواعد الإثبات في القانون الجزائري.

الفرع الأول

تطبيق قواعد الإثبات في القانون الفرنسي

لقد كان عمل المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، يقتصر في العهد السابق على تتبع المخالفات الجسيمة، التي تضرّ بسلامة وصحة المستهلكين، ويعاقب عليها القانون بعقوبات جنائية. وكانت هذه المسألة مصدر قلق لدى جمعيات المستهلكين، التي اعتبرت بأن الاقتصار على زجر المخالفات المعاقب عليها جنائياً يُعتبر تضييقاً لنطاق تطبيق قانون الاستهلاك، لا سيما بالنسبة لبعض المقتضيات غير الجزائية، ولهذا السبب حرصت اللجنة المكلفة

بتتقيح مدونة قانون الاستهلاك، على توسيع سلطات الموظفين، العاملين بالمصالح الإدارية التي تشرف على تطبيق قانون الاستهلاك، لكي يدخل في نطاق اختصاصاتهم جميع ما يطبق على العلاقات الاستهلاكية.⁽¹⁾

وبالفعل وافق المشرع الفرنسي على ذلك المقترح، وعليه أصبح مفهوم السلطة الإدارية، التي بموجبها يتدخل موظفو المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش لحل المنازعات الاستهلاكية، متنوعاً بحسب طبيعة ونوع المراقبة التي يلزم القيام بها. ويعزى هذا التحول إلى أسباب تقنية، كما يعبر عن ذلك الأستاذ (Auloy.C.J) بقوله: لقد وضعت مدونة قانون الاستهلاك، عن طريق تجميع نصوص قانونية مختلفة، ضمَّ بعضها إلى البعض الآخر، عبر مجموعة من المراحل منذ فترة زمنية معينة، بدأت في القرن السابق، دون الالتفات إلى مشكلة التجانس أو التناسق فيما بينها، وفي سنة 1993م تمت الموافقة على مشروع قانون الاستهلاك، بصيغته الجاري العمل بها حالياً، وبموجبه تبنى المشرع جميع النصوص المختارة كما تمت صياغتها أول مرة⁽²⁾، أي دون مراجعتها، وإعدادها بشكل يلائم وحدة الموضوع، وبطريقة تبين عمل الموظفين، وتعدد اختصاصاتهم، وفق مسطرة واحدة، وإجراءات يسهل تطبيقها بكيفية متجانسة، وذلك من أجل أن تحقق المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، تلك الغاية التي أنشئت من أجلها على النحو الأكمل.

أمَّا إجراءات البحث والمعاينة، فإنَّها تبدأ بتحرير محضر خاص⁽³⁾، يتم تسليمه إلى وكيل الجمهورية، الذي ترجع إليه سلطة الأمر برفع الطلب إلى المحكمة، من أجل تطبيق العقوبات المقررة في قانون الاستهلاك. فالسلطة الإدارية ليس من عملها فرض العقوبات، أو المبادرة إلى رفع الدعوى القضائية، بل إنَّ سلطتها تنحصر في عمليتي البحث والمعاينة فقط، وأهمية هذا الدور تبرز في التطبيق العملي، حيثُ يتمتع موظفو المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، بسلطات واسعة لإجراء البحث ومعاينة ظروف ارتكاب المخالفة.

وبصفة عامة يمكن للباحث أن يحدد سلطات موظفي المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، في الاختصاصات التالية:

(1) Th.Bourgoigni « éléments pour une théorie du droit de la consommation » édition story Scientia، paris، 1988، p 137.

(2) J.C Auloy et F.Steinmetz "Droit de la consommation " op cit، p562.

(3) Cette décision a été rendue le: 29 mars 1995 AD، publiée bz Dallo jurisprudence 268 .

- مراقبة الالتزام بالإعلام الخاص بالأسعار، والممارسة التجارية، والشروط التعاقدية.
- مراقبة مدى تطابق المنتجات والخدمات، المعروضة على المستهلك، للقواعد والإجراءات المعمول بها، وهو ما يمكن تفصيله فيما يأتي:

أولاً: مراقبة الالتزام بالإعلام

إنّ موظفي المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، يستمدون اختصاصهم بمراقبة مدى احترام المهنيين للالتزام بإعلام المستهلك من المادة (L141-1) من مدونة قانون الاستهلاك الفرنسية، التي تمّ اقتباس مقتضياتها من المادة (45) من قانون حرية الأسعار والمنافسة الصادر بتاريخ: 1 ديسمبر 1986م، ويُقتصر دور الموظفين فقط على إجراءات البحث والمعاينة، وفي كلّ قضية تُثار فيها إحدى هذه الممارسات، يكون من حقّ الموظف المؤهل، لدى المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، التدخل لمنعها.

ولتطبيق النصوص القانونية المتعلقة بإجراءات المراقبة تنص المادة (47) من قانون 01 ديسمبر 1986م، على إمكانية القيام بالتدابير التالية: (1)

- يمكن ولوج جميع المحلات التجارية، أو العقارات، وفحص كلّ وسائل النقل المستعملة لأغراض مهنية.
- كذلك يُمكن طلب الاطلاع على السجلات والفواتير وغيرها من الوثائق المهنية، وإمكانية الحصول على نسخ منها.
- أيضاً جمع المعلومات والوثائق الثبوتية، إمّا في عين المكان الذي يجري فيه البحث، أو عن طريق استدعاء المعني بالأمر؛ وكلّ شخص يعترض على عمل موظفي المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، أو يمتنع عن تقديم الوثائق المتعلقة بنشاطه المهني عند طلبها، يُعرض نفسه للعقوبة القانونية التي تتراوح ما بين الحبس لمدة ستة أشهر، والغرامة المالية. (2)

(1) المادة (47) من قانون 1 ديسمبر 1986م المؤرخ 28 ديسمبر 1986، الجريدة الرسمية العدد 17.

(2) مهدي منير، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد الأول، المغرب، 2005م، ص204.

ثانياً: مراقبة مطابقة اللوسم

إنّ المادة (L215-10) قد منحت مجموعة من الموظفين المنتمين لوزارات مختلفة العديد من السلطات القانونية من أجل القيام بمهام مراقبة مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات القانونية الجاري العمل بها، وهؤلاء هم: موظفو الجمارك، وضباط الشرطة القضائية، وموظفو الضرائب، ومفتشو البيطرة، والأطباء المفتشون، والصيادلة المفتشون العاملون بقطاع الصحة العمومية، وموظفو المصالح الخاصة بالمقاييس والموازن، وأخيراً الموظفون المعتمدون والمفوضون من طرف وزارة الزراعة، حيث إنّ كلّ هؤلاء لهم الصلاحية لإجراء البحث والمعاينة، في إطار ممارستهم لوظائفهم العادية، التي تُصادف إجراء الفحص أو البحث عن مدى صلاحية تداول مادة استهلاكية معينة، حيث يقوم الموظف بمراقبة درجة مطابقتها للمعايير القانونية التي يجري العمل بها، وذلك في حدود ما يسمح به القانون، على صعيد ممارسته لوظيفته.⁽¹⁾

وتشتمل سلطات الموظفين المكلفين بمراقبة المنتجات والخدمات، حسب نص المادة

(L215-3) من مدونة قانون الاستهلاك فيما يلي:

- يمكن لهم المطالبة بفحص كلّ الوثائق، وحجزها عند الاقتضاء.
 - كذلك لهم طلب الاطلاع على كلّ ما من شأنه أن يساعد الموظف في قيامه بمهمة المراقبة.
 - كما يكون لهم طلب الاطلاع على كلّ الوثائق التي تحتفظ بها مصالح السلطات العمومية.
- ويلاحظ هنا أنّ المشرع الفرنسي يُلزم كلّ مهني بتقديم ما يُثبت أنّه قام بالفعل بكافة الإجراءات، من أجل التحقق من مطابقة سلعته أو خدمته للمواصفات الجاري العمل بها، لاسيما إذا طُلب منه ذلك من طرف الموظف المراقب حسب ما جاء في نص المادة (L121-1) من مدونة قانون الاستهلاك، التي تمّ تدعيمها بمجموعة من النصوص التنظيمية، التي تمنح للموظفين إمكانية إجراء مراقبة أولية للبضائع وأخذ عينات منها لفحصها وتحليلها في المختبرات المتخصصة، وهذه الإجراءات تدعو بالضرورة إلى تنسيق العمل ما بين عدة مصالح إدارية، بما فيها السلطة العمومية التي يخول لها القانون إمكانية التدخل لمساعدة الموظفين المراقبين، وكلّ شخص تسبب في إعاقة السير العادي لعمل الموظف المراقب، يعاقب وفقاً لنص المادة
- (L217-10) من مدونة قانون الاستهلاك بعقوبة الحبس التي قد تصل مدتها إلى سنتين، أو بغرامة مالية، وعند التحقق من وجود مخالفة للنصوص القانونية الجاري بها العمل، يحرر

⁽¹⁾Article (L10215) du code de la consommation.

الموظف محضراً خاصاً ويلحق به تقرير المختبر ويتم إرسال الملف إلى وكيل الجمهورية الذي يأمر بإجراء المتابعة القضائية في حالة ما إذا تبين له ضرورة ذلك.⁽¹⁾

الفرع الثاني

تطبيق قواعد الإثبات في القانون المصري

أمّا المشرع المصري فإنه نصّ في المادة (12) من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006م على أن: "ينشأ لتطبيق أحكام هذا القانون جهاز يُسمى بجهاز حماية المستهلك يهدف إلى حماية المستهلك وصون مصالحه، تكون له الشخصية الاعتبارية العامة، ويتبع الوزير المختص ويكون مركزه الرئيسي: مدينة القاهرة، وله فروع ومكاتب بالمحافظات، وللجهاز القيام بما يلزم في سبيل تحقيق أهدافه، ومن ذلك:

- 1- وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها ووسائل تحقيق ذلك.
- 2- تلقي الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها.
- 3- التحقيق مع أجهزة الدولة المختلفة لتطبيق أحكام هذا القانون على النحو الذي تحدده اللائحة التنفيذية، وتلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التي يطلبها الجهاز وذلك فيما يتعلق بشكاوي المستهلكين والجمعيات.⁽²⁾

حيث إنّ المشرع المصري وبموجب هذا النصّ أنشأ شخصاً معنوياً من أشخاص القانون العام يُسمى بجهاز حماية المستهلك يتبع وزير التجارة والصناعة ومقره الرئيسي القاهرة، وتنشأ له فروع أو مكاتب في مختلف محافظات الجمهورية المصرية. وينص القانون على منح الضبطية القضائية لجهاز حماية المستهلك في المادة (47) من قانون حماية المستهلك.⁽³⁾

هذا ولتحديد اختصاصات الجهاز في إثبات الجرائم الصادرة عن المنتج أو المعلن نوضح الضبطية القضائية الممنوحة لأعضاء الجهاز.

أولاً تعريف الضبطية القضائية

تعرف الضبطية القضائية على أنّها: "مجموعة من الإجراءات والاختصاصات والعمليات التي يُنفذها المسؤول عن الضبط القضائي؛ من أجل البحث حول جريمة معينة أو الأشخاص

(1) مهدي منير، المرجع السابق، ص206.

(2) المادة (12) من قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006م، المنشور بالجريدة الرسمية، العدد 61 مكرر.

(3) أنظر: المادة (47) من قانون حماية المستهلك.

الذين ارتكبوها؛ بهدف جمع التحريات الخاصة بها⁽¹⁾، وكذلك هي: "دور الأجهزة المسؤولة عن تنفيذ المهام التي تساعد على معرفة جريمة ما.⁽²⁾ وعليه يمكن القول إنَّ الضبطية القضائية هي: "تطبيق عدّة سلطات قانونية عند ظهور خلل في النظام العام؛ نتيجة حدوث جريمة ما".

ثانياً: أعوان الضبطية القضائية

إن تطبيق الضبطية القضائية بطريقة صحيحة ووفقاً للأسس القانونية يعتمد على استخدام مجموعة من الأفراد الذين يُطلق عليهم اسم أعوان الضبطية القضائية، ويشكّلون اعضاء من جهاز حماية المستهلك.⁽³⁾

ثالثاً: الطبيعة القانونية لنشاطات الضبطية القضائية

لقد اختلفت الآراء حول الطبيعة القانونية لأعمال ونشاطات الضبطية القضائية؛ حيث إنَّ البعض يرى أنّ خطوات البحث التمهيديّ تُعدّ الخطوة الأولى في تطبيق الخصومة الجنائية؛ لذلك تُعتبر خطواته من خطوات مرحلة التحقيق، بينما تقول مجموعة أخرى أنّ الخصومة الجنائية لا تعتمد على تطبيق مرحلة البحث التمهيديّ، ولا تُعتبر من ضمن خطوات التحقيق القضائيّ بل تُعدّ خطوة مساعدة لها؛ بمعنى أنّها مرحلة شبه قضائية، وتُعدّ معظم الأعمال والنشاطات الخاصة في الضبطية القضائية بشكلٍ عام شبه قضائية؛ أيّ تسبق وتمهد لتنفيذ الدعوى العامة من خلال هيئة النيابة العامة؛ لذلك لا يُمكن تصنيف هذه الأعمال ضمن إجراءات التحقيق، أمّا نشاطات الضبطية القضائية المطبقة ضمن الإنابات القضائية فهي تفويضات صادرة عن هيئة المحكمة؛ من أجل تنفيذ مجموعة من الأعمال القضائية.⁽⁴⁾

(1) علي الفيل، "مهام الضبط القضائي الخاص في الجرائم في التشريعات العربية (دراسة)"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 2001، العدد 54، المجلد 27، صفحة 265.

(2) صيد خيرالدين مشروعية عمل الضبطية القضائية في التشريع الجزائري، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014/2015، ص 14 ومايليها

(3) علي الفيل، المرجع أعلاه، ص 265.

(4) فاطمة سعدون، السياسة الجنائية الإجرائية لمكافحة جرائم الإرهاب، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013-2014م، ص ص 13، 14.

الفرع الثالث

تطبيق قواعد الإثبات في القانون الجزائري ومعاينة جرائم المستهلك

سخرّ المشرع الجزائري عدة هيئات من أجل معاينة جرائم المستهلك، بحيث كلفها باتخاذ إجراءات التدابير التحفظية، وهذا سعياً منه لتوفير حماية كافية للمستهلك من مختلف التجاوزات الممكن ارتكابها من طرف المتدخلين، وفي المقابل قام بإصدار نصوص قانونية، تسعى لحماية الأعوان المكلفين بالمعاينة من كلّ أشكال الضغط والتهديد التي يتعرض لها هؤلاء أثناء ممارسة وظائفهم.

هذا وبالرجوع لنص المادة (25) من القانون 03-09 المتعلق بالقواعد حماية المستهلك وقمع الغش فإنّها تنص على أنّه: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعة، للوزارة المكلفة بحماية المستهلك".

وهنا يتبين أن المشرع قد قسم الأعوان المكلفون بالمعاينة إلى ثلاثة أصناف وهم:⁽¹⁾

أولاً: ضباط الشرطة القضائية

حدد المشرع الجزائري أشخاص الضبطية القضائية العامة، المكلفون ببحث ومعاينة الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك، وأشخاص الضبط القضائي الخاص الذين يعاينون الجرائم والمخالفات بصفة خاصة، وهذا بمقتضى المادة (15) من قانون الإجراءات الجزائية.

1- أشخاص الضبط القضائي العام:

يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية الأشخاص الآتي ذكرهم:

- ضباط الدرك الوطني
- محافظو الشرطة
- ضباط الشرطة
- ذو الرتب في الدرك
- رجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل، والذين تمّ تعيينهم بمقتضى قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة على ذلك.

(1) أنظر: المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم بالقانون 19-10 أنظر كذلك المادتين 14 و 16 منه

- مفتشو الأمن الوطني الذين قضاوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل، وتمّ تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل، ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة على ذلك.
- ضباط وضباط الصف الذين يتبعون المصالح العسكرية للأمن الذين تمّ تعيينهم بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.
- ويمارس جميع الأشخاص الاختصاص العام للبحث والتحري عن جميع الجرائم والمخالفات الواقعة على المستهلك.

ث - أشخاص الضبط القضائي الخاص:

- نظراً لمتنع هؤلاء الأشخاص بسلطة الضبط الإداري العام فإنّ القانون قد خوّل لهم ممارسة سلطة الضبط الخاص على المستوى المحلي، سواء البلدية والولاية متمثلة في الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.
- الوالي: وذلك باعتبار أنّه مكلف بالمحافظة على الأمن العام والسكينة، ومسئول عن المحافظة على النظام العام، فهو مطالب بضمان صحة وسلامة المستهلك، والسهر على اتّخاذ إجراءات الوقاية الصحية، وتشجيع إنشاء هياكل مرتبطة بالمراقبة والتي تسمح بدرء الخطر المحدق بالمستهلك كونه الممثل القانوني للولاية.⁽¹⁾
 - رئيس المجلس الشعبي البلدي؛ حيث يُعتبر ممثل البلدية، فأناط له المشرع طبقاً للمادة (15) من قانون الإجراءات الجزائية وبموجب المادة (92) من قانون البلدية سلطة الضبط القضائي التي يستمد منها صلاحياته في حماية المستهلك، بناء على سلطة الضبط الإداري، فهو مكلف بفرض النظام العام من خلال توفير الأمن العام والصحة العامة بالإضافة إلى السكينة العامة؛ كذلك فإنّه يؤدي وظائفه في ميادين كثيرة ومختلفة؛ لضمان مصالح وصحة المستهلكين والقيام بانشغالات السلطة الإدارية، في نطاق توسيع فكرة النظام العام، ولقد خول له المشرع الاستعانة بشرطة البلدية، وطلب مساعدتها عند فرض احترام القوانين المتعلقة بالنظافة

⁽¹⁾Cour de cassation 2 octobre 1985 Bulletin d'information de la cour de cassation 1986. Page 54.

والسكينة العامة، فيكلفها بتنفيذ برنامج البلدية، ويتقاسم مهمة البحث والتحري عن المخالفات والجرائم الواقعة على المستهلك.⁽¹⁾

ثانياً: سلطات الأعوان في المعاينة

لقد منح المشرع الجزائري للأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم صلاحية ممارسة اختصاصاتهم بغية كشف المخالفات والتجاوزات التي قد يرتكبها المتدخلون، وذلك من خلال تمكينهم من دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتجات والاطلاع على الوثائق، والاستماع إلى المتدخلين واقتطاع العينات واتخاذ كافة التدابير التحفظية كما يلي:

1- دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتجات والاطلاع على الوثائق والاستماع إلى المتدخلين

ذهب قانون حماية المستهلك 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى النص على حق أعوان قمع الغش في دخول المحلات والأماكن الموجودة بها المنتجات ليلاً ونهاراً، بما في ذلك أيام العطلات وذلك لمعاينة الجرائم الواقعة على المستهلك، لأجل مراقبة مدى توفر المحلات على شروط النظافة، واعتماد نظام رقابة داخل المحل على العتاد اللازم لممارسة النشاط، إلا أن المشرع اشترط في المحلات ذات الطابع السكني الإذن الصادر من وكيل الجمهورية، الذي يأذن للأعوان بإمكانية الدخول والتفتيش، كما منح الأعوان المكلفون بالمعاينة حق فحص كل الوثائق التي بحوزة المتدخل كشهادة المطابقة أو شهادة مخابر الجودة، كما يستمع الأعوان للمتدخل ما لديه من تصريحات في موضوع المخالفة المضبوطة.⁽²⁾

ج- تحرير المحاضر واقتطاع العينات:

لقد استلزم المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش وجوب تحرير محاضر من طرف الأعوان قمع الغش تدون فيها: (هوية العون الذي قام بمعاينة المخالفة وعنوانه، وهوية الشخص الذي تمت عنده المعاينة وعنوانه والنشاط الذي يمارسه وجميع مكونات الفاتورة والتاريخ

(1) حليلة بن شعاعة، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2013، ص31.

(2) أنظر: المادة (34) من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الذي تمت فيه المعاينة، ورقم المحضر وتاريخ تسلسل المحضر، بالإضافة إلى إمضاء العون الذي حرر المحضر والشخص المخالف⁽¹⁾.

المطلب الثاني

المتابعة والتحري

في الحقيقة يرسم القانون طرقاً محددة بدقة للإثبات، وهذه الطرق تختلف باختلاف الوقائع المراد إثباتها⁽²⁾، ويحدد لكلٍ طريق قيمته، والأحوال التي يجوز الإثبات فيها بكل طريق من هذه الطرق وكذا الإجراءات التي يقدم بها الدليل إلى القضاء⁽³⁾، فلا يستطيع الخصوم إثبات حقوقهم بغير الطرق التي يحددها القانون، كما أنه لا يمكن للقاضي أن يتخذ طريقاً آخر غير الطريق الذي يحدده القانون، كما لا يستطيع أن يُعطي لها قيمة غير القيمة التي يحددها القانون. أمّا عن هذه الطرق والوسائل فمتعددة يمكن ذكر أهمها؛ الشهادة في (الفرع الأول) والقرائن في (الفرع الثاني) والخبرة (الفرع الثالث)

الفرع الأول

الشهادة

أولاً: تعريف الشهادة

يتضمن تعريف الشهادة التطرق إلى تعريفها اللغوي والتعريف الاصطلاحي، أمّا الشهادة لغةً: فهي مصدر مشتق من شهد يشهد فهو شاهد وشهيد، وجمع شاهد: أشهاد، وشهود، وجمع شهيد: شهداء، ويأخذ لفظ الشهادة عدة معانٍ أهمها: معنى الحلف والعلم والخبر القاطع، ومعنى الحضور⁽⁴⁾.

(1) راجع المادة (31) من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك، والمادة 05 من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة.

(2) الإثبات هو إقامة الدليل أمام القضاء، بالطرق التي حددها القانون، على وجود واقعة قانونية ترتب آثارها. لتفصيل ذلك أنظر: عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص 591.

(3) الجزء الأول، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 14.

(4) أحمد عبد الفتاح الهوارين، الإثبات بالشهادة في جريمة القتل، دار وائل للطبع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص 55.

واصطلاحاً تُعرف الشهادة على أنها: "إخبار صدق لإثبات حق بلفظ الشهادة في مجلس القضاء ولو بلا دعوى"، فتخرج بذلك شهادة الزور؛ فهي ليست شهادة وإطلاق الشهادة على شهادة الزور مجازاً من قبيل إطلاق البيع على حق البيع.⁽¹⁾

1- الشهادة في النظام القانوني الفرنسي:

يقصد بمصطلح الشهادة (témoignage) في النظام القانوني الفرنسي: أنه "إخبار يهدف من جانب فاعله إلى اطلاع الغير على المعرفة الشخصية التي لديه هو متعلقة بحدث لم يؤكد على صحته"، وبهذا المعنى يخرج عن معنى الشهادة ما يقره الشخص بشأن ما نقل إليه بالتسامع أو ما عرف على أنه أمر شائع بين الناس.⁽²⁾

ولقد تبني التشريع الفرنسي فكرة ضرورة حلف اليمين في تأدية الشهادة، فينبغي على الفرد الذي سيشهد أن يؤدي اليمين وذلك تحت طائلة التجريم المنصوص عليه في نص المادة (15/1) من قانون العقوبات الفرنسي.⁽³⁾

ح- الشهادة في النظام القانوني المصري:

لقد نصت المادة (110) من قانون الإجراءات الجنائية على سماع الشهود كأحد إجراءات التحقيق الابتدائي بقولها: "يسمع قاضى التحقيق شهادة الشهود الذين يُطلب الخصوم سماعهم، ما لم ير عدم الفائدة من سماعهم، وله أن يسمع شهادة من يرى لزوم سماعه من الشهود، عن الوقائع التي تثبت أو تؤدى إلى ثبوت الجريمة وظروفها وإسنادها إلى المتهم أو براءته منها".⁽⁴⁾

(1) محمود صالح العادلي، استجواب الشهود في المسائل الجنائية، الطبعة الاولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص11.

(2) Témoignage : Dérivé de témoigner, dérivé lui même de témoin.1_ Relation faite par une personne de ce qu'elle a vu ou entendu ou plus généralement de ce qui lui est tombé sous les sens.2_ Spécialement, relation fait par ladite personne le plus souvent sous la loi de serment en vue d'éclairer la justice. HONRI CAPITANT, vocabulaire juridique. Les presses universitaires de France 49 boulevard Saint _Michel, Paris, 1930, p 472.

(3) Bernard Bouloc, Haritini Matsopoulou, op.cit, p401

(4) أنظر: المادة (110) من قانون الإجراءات الجنائية المصرية.

خ- الشهادة في النظام القانوني الجزائري:

لقد اكتفى التشريع الجزائري شأنه شأن كافة التشريعات، بتنظيمها وتحديد مجالها وشروط قبولها وحجيتها وإجراءاتها تاركًا مهمة تعريفها للفقهاء والشرّاح وكذلك للاجتهادات القضائية.⁽¹⁾ وتمّ تعريف الشهادة بأنّها "تعبّر عن مضمون الإدراك الحسي للشاهد بما رآه أو سمعه بنفسه من معلومات عن الغير، مطابقة لحقيقة الواقعة التي يشهد عليها في مجلس القضاء، بعد أداء اليمين ممن تقبل شهادتهم وممن يسمح لهم بها ومن غير الخصوم في الدعوى."⁽²⁾

ثانيًا: شروط صحة الشهادة

للشهادة في مدلولها القانوني عدة شروط يجب توافرها لكي تكون دليلاً للإثبات، وهذه الشروط منها ما يتعلق بالشهادة ذاتها، ومنها ما يتعلق بالشاهد.

1- شروط الشهادة المتعلقة بالشهادة في حدّ ذاتها:

د- أن تؤدى الشهادة في مجلس القضاء:

الأصل أن تصدر الشهادة أمام مجلس القضاء طبقًا للأوضاع المقررة قانونًا لذلك، حيث يُدلي الشاهد بأقواله حول الواقعة المستدعى لأجلها، فلا عبرة بأي شهادة يحصل الإدلاء بها خارج مجلس القضاء، لو كان ذلك أمام موظف عام مهما علت درجته طالما أنّه ليست له ولاية القضاء.⁽³⁾

ذ- شفوية الشهادة:

أيضًا لأبديّ وأن تصدر الشهادة شفويًا، حيث ينبغي على المحكمة أن تسمع بنفسها وأن تناقش شفويًا الشهود، فالأصل أنّه لا يجوز الاكتفاء بالشهادة المدونة في المحضر؛ إنّما ينبغي على المحكمة أن تسمع هذه الشهادة بنفسها لكي تقدر تمام التقدير مدى صحتها أو صدقها، فلا يستعين الشاهد بمذكرات كتابية إلا إذا كان الموضوع معقدًا يحتاج إلى ذكر أرقام وتواريخ، وحكمة

⁽¹⁾صالح إبراهيمي، الإثبات بشهادة الشهود في القانون الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد الحقوق والعلوم الادارية بن عكنون، الجزائر، دون سنة النشر، ص7.

⁽²⁾ إبراهيم إبراهيم الغماز، الشهادة كدليل إثبات في المواد الجنائية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002م، ص13.

⁽³⁾ محمد حسن قاسم، الإثبات في المواد المدنية والتجارية، الدار الجامعية للطبع والنشر، القاهرة، ص209

هذه القاعدة أنّ تفرس القاضي في وجه الشاهد وملاحظة حالته النفسية عند تأدية الشهادة يساعد القاضي كثيراً على تقديره.⁽¹⁾

ر - علنية الشهادة:

تحمي العلنية مصالح المتقاضين والمتهم، وتخدم العدالة كما تطمئن الجمهور، وفضلاً عن ذلك فهي تعمل على تقويم الشهادة من خلال جعل الشاهد أكثر دقة في الإدلاء بالمعلومات، كما تفتح المجال إلى خلق شهود آخرين في القضية من خلال لفت نظر شاهد لم تُسمع شهادته، غير أنّ هناك من يأخذ على مبدأ العلنية عيب تأثر الشهود بالرأي العام.⁽²⁾

وتعدّ العلنية مبدئاً أساسياً في القضاء الفرنسي والدول المقارنة إلّا في حالة ما إذا ما شكلت هذه العلنية خطراً بالنسبة للأخلاق أو النظام العام أو السير الحسن للمرافعات أو شرف واعتبار الأشخاص، هنا يأمر القاضي بسرية المرافعات.⁽³⁾

ز - الشروط الواجب توفرها في الشاهد:

س - التمييز والإدراك:

التمييز هو القدرة على فهم ماهية الفعل وطبيعته وكذلك توقع الآثار التي من شأنها إحداثها، وهذه القدرة تنصرف إلى ماديّات الفعل فتتعلق بكيانه وخصائصه، وتنصرف كذلك إلى آثاره من حيث ما تتطوي عليه من خطورة على المصلحة أو الحق الذي يحميه القانون وما تنذر به اعتداء عليه.⁽⁴⁾

ولقد حدد المشرع الجزائري سن وجوب أداء اليمين القانوني وفقاً لنص المادة (93) من قانون الإجراءات الجزائرية، بسن السادسة عشر حيث تُسمع شهادة القصر دون السادسة عشر دون حلف اليمين، كما أنّه يجوز أن يُسمع أقوال القاصر دون السادسة عشر بعد حلف

(1) خالد عبد العظيم أبو غابة، كمال محمد عواد عوض، كرم مصطفى خلف الله، مدى حجية الشهادة والقرائن وضوابط مشروعيتها في الإثبات دراسة مقارنة بين النظم الإسلامية والأنظمة الوضعية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013م، ص52.

(2) إبراهيم إبراهيم الغماز، الشهادة كدليل إثبات في المواد الجنائية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002م، ص34.

(3) Bernard Bouloc، Haritini Matsopoulou، op.cit، p419.

(4) خالد عبد العظيم أبو غابة، كمال محمود عواد عوض، كرم مصطفى خلف الله، المرجع أعلاه، ص4

اليمين إلا على سبيل الاستدلال إذا لم تعارض ذلك النيابة العامة أو أحد أطراف الدعوى وهذا ما نصت عليه الفقرة الأخيرة من المادة سابقة الذكر.⁽¹⁾

وبالنسبة للتشريع الفرنسي فإنه جعل سن السادسة عشر هو السن المناسب لأداء اليمين وتُسمع شهادتهم على سبيل الاستدلال حتى بعد حلف اليمين.⁽²⁾

أمّا بالنسبة للقانون المصري ووفقاً لنص المادة (64) من قانون الإثبات فإنه: "لا يكون أهلاً للشهادة من لم تبلغ سنه 15 سنة على أنه يجوز أن تُسمع أقوال من لم يبلغ هذا السن بغير يمين على سبيل الاستدلال"، وعليه لا يقبل شهادة من لم يبلغ سن 15 عام، وإن كان يمكن الاستماع للشاهد الذي يقل سنه عن 15 على سبيل الاستدلال.

ش- الحرية والإرادة:

ينبغي أن يبدي الشاهد أقواله بحرية واختيار، فإذا أكره الشخص على أداء الشهادة بما يخالف الحقيقة أو إكراهه على عدم أدائها، فهنا لا اعتبار لهذه الشهادة.

ص- عدم تعارض صفة الشاهد مع أي صفة أخرى في الدعوى:

ينبغي أن تتوافر الصلاحية الكاملة لدى الشاهد؛ وعليه لا يصلح للشهادة من تتعارض صفته مع صفة الخصوم في الدعوى.⁽³⁾

ض- ألا يكون الشاهد محكوماً عليه بعقوبة جنائية:

حيث ورد في نص المادة (8) الملغاة من قانون العقوبات في فقرتها الثالثة على عقوبة تبعية تتمثل في المنع من الشهادة بالنسبة للأشخاص المحكوم عليهم بعقوبات جنائية، وجاء في المادة التاسعة المتعلقة بالعقوبات التكميلية النص على الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية في الفقرة الثانية منها.⁽⁴⁾

(1) يراجع: المادة (288) قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، وحكم محكمة النقض بأن العبرة في أهلية الشهادة هي بوقت وقوع الأمر الذي تودى عنه وبوقت أدائها. وللمزيد يراجع: إدوارد غالي الذهبي، الإجراءات الجنائية، الطبعة الثانية، مكتبة غريب، مصر، 1990م، ص436.

(2) Be rnard Bouloc، op.cit.، p246.

(3) خالد عبد العظيم أبوغابة، كمال محمد عواد عوض، كرم مصطفى خلف الله، المرجع السابق، ص50.

(4) قانون العقوبات رقم 16 / 1960 وجميع تعديلاته والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 1487 تاريخ 1960/1/1 والمعدل بآخر قانون رقم 2011/8 والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 5090 تاريخ 2011/5/2

وذلك الحال بالنسبة للقانون الفرنسي الذي خول للمحكمة أن تحرم المحكوم عليه من ممارسة الحقوق التي تتعلق بالمواطن والحقوق المدنية والعائلية، أي بما في ذلك الحرمان من حق الشهادة أمام القضاء.⁽¹⁾

الفرع الثاني القرينة

أولاً: تعريف القرينة 1- القرينة لغةً:

جمعها قرائن، حيث يُقال قرينة الكلام؛ أي ما يصاحبه ويدل على المراد به، ويُقال دور قرائن أي يستقبل بعضها بعضًا⁽²⁾. كما تعرف القرينة بأنها: حدس وتخمين وشبهة وافتراض الخطأ⁽³⁾. كما قيل أنّ القرينة هي افتراض وفرض وحدس وتخمين وزهو.⁽⁴⁾

2- تعريف القرائن في الاصطلاح القانوني:

أ- في القانون الفرنسي:

لقد عرفت المادة (1349) من القانون المدني الفرنسي القرائن بصفة عامة بقولها:
"Les présomptions sont des conséquences que la loi ou le magistrat titre d'un fait connu à un fait inconnu".
أي أن القرائن هي: "نتائج يستخلصها القانون أو القاضي من واقعة معلومة لمعرفة واقعة مجهولة".

ومن هذا التعريف يرى الباحث أنّ القرائن أدلة إثبات غير مباشرة تقوم أساسًا على الاستنباط والاستنتاج، ويتمّ من خلالها الاعتماد على واقعة معلومة للاستدلال على واقعة مجهولة، وهذه العملية قد يقوم بها المشرع كما يمكن أن يقوم بها القاضي. إلا أنّه يُؤخذ على هذا التعريف أنّه يبدو ناقصًا يتسم بعدم الدقة والعمومية بحيث يشتمل هذا التعريف الدليل بصفة عامة لا القرينة

(1) محمود صالح العادلي، المرجع السابق، ص 45، 46.

(2) لويس معلوف اليسوعي، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، الطبعة السابعة عشر، المطبعة الكاثوليكية، لبنان، 1970م، ص 625.

(3) سهيل إدريس، المنهل قاموس فرنسي عربي، الطبعة الرابعة والثلاثون، دار الآداب للنشر والتوزيع، بيروت، 2005م، ص 967.

(4) بطرس البستاني، محيط المحيط، قاموس مطول للغة العربية، مكتبة لبنان، بيروت، 1998م، ص 722.

بصفة خاصة، فالدليل هو كل ما يدلنا على شيء مجهول وينطبق ذلك على شهادة الشاهد أو الاعتراف أو غيرها من عناصر الإثبات.⁽¹⁾

ب- في التشريع المصري:

أمّا المشرع المصري فلم يُعرف القرينة؛ إنّما اكتفي بتنظيم أحكامها بحيث نظمها المشرع المصري في المادة (99) حيث نص على أنّ: "القرينة القانونية تعنى من قررت لمصلحته عن أية طريقه أخرى من طرق الإثبات، على أنّه يجوز نقض هذه القرينة بالدليل العكسي ما لم يوجد نص يقضى بغير ذلك" وأيضًا المادة (100) التي نصت على أنّ: "يترك لتقدير القاضى استنباط كلّ قرينة لم يقررها القانون ولا يجوز الإثبات بهذه القرائن إلاّ في الأحوال التي يجوز فيها الإثبات بشهادة الشهود".⁽²⁾

ت- في القانون الجزائري:

في الواقع لم يحذ المشرع الجزائري حذو المشرع الفرنسي، فلم يضع أي تعريف للقرائن في هذه التشريعات، والحقيقة أنّ المشرع الجزائري قد أحسن صنعًا بعدم تعريفه للقرائن؛ لأنّ التعاريف هي من عمل الفقهاء لا من عمل المشرعين، ولكن المشرع الجزائري قد نظم أحكام القرائن في القانون المدني الجزائري الصادر بموجب الأمر رقم 75-58 المؤرخ في: 20 رمضان عام 1395م الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975م، المتضمن القانون المدني المعدل والمتهم بالقانون رقم 80-07 المؤرخ في: 9 أغسطس 1980م المعدل والمتمم بالقانون رقم 83-01 المؤرخ في 29 يناير 1983م، والقانون رقم 84-21 المؤرخ في 29 ديسمبر 1984م، والقانون رقم 88-14 المؤرخ في 3 مايو 1988م، والقانون رقم 89-01 المؤرخ في 07 فبراير 1989م، والقانون رقم 05-01 المؤرخ في 20 يونيو 2005م، والقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 2007م، بحيث نظّم المشرع الجزائري أحكام القرائن في المواد (337،338،339،340)، من القانون المدني دون أن يعرفها بحيث تكلم عن حجية القرينة القانونية في المادة (337) منه بحيث تغني من تقررت لمصلحته من عبء الإثبات مع إمكانية نقضها بالدليل العكسي، ثم تناول في المادة (338) حجية الأحكام الحائزة قوة الشيء المقضي فيه كقرينة قانونية، ليخصص المادة (340) للسلطة

(1) مسعود زيدة، القرائن القضائية، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001م، ص28.

(2) أنظر: قانون رقم 25 لسنة 1968م، بإصدار قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية معدلاً بالقانون 23 لسنة 1992م، والقانون 18 لسنة 1999م، مصر، الجريدة الرسمية العدد 22 الصادر في 30 / 05 / 1968م.

التقديرية الممنوحة للقاضي المدني من خلال استنباط القرائن القضائية في الحالات التي لم ينص فيها المشرع على قرائن قانونية وأيضاً في الأحوال التي يجيز فيها القانون إثبات بشهادة الشهود وهذين القيدين هما اللذان يوضحان حدود حرية القاضي المدني في استنباط القرائن القضائية؛ فحرية في هذا المجال ليست مطلقة.⁽¹⁾

وذلك في حين أنّ العقوبات الجزائية لم تتضمن قانوناً أي ذكر أو توضيح للقرائن رغم وجود العديد من المواد الواردة سواء في قانون العقوبات أو القوانين المكملة له التي تتناول افتراض قيام الركن المادي أو المعنوي، والتي تعتبر نماذج عن القرائن القانونية ودون أن ننسى سلطة القاضي الجزائي وجنائية في استنباط قرائن قضائية ولكن دون أن يرد نص صريح ينظم أحكام القرائن أو يعرفها.

ثانياً: حجية القرائن القانونية في الإثبات

1- في القانون الفرنسي:

نظم المشرع الفرنسي حجية القرينة في الإثبات بصفة عامة، حيث نص في المادة (2/1352) على أنه: "لا يجوز إثبات ما ينقض القرينة القانونية إذا كان القانون يُبطل على أساسها بعض التصرفات أو يجعل الدعوى غير مقبولة، هذا ما لم يحفظ القانون الحق في إقامة الدليل العكسي، وذلك مع عدم الإخلال بما سيتقرر في خصوص اليمين والإقرار القضائيين."⁽²⁾

2- في القانون المصري:

لقد نصت المادة (301) من قانون الإجراءات الجنائية المصري على أنّ: "المحاضر المحررة في مواد المخالفات، بالنسبة للوقائع التي يثبتها المأمورون المختصون تُعتبر صحيحة إلى أن يثبت ما ينفيها"، وهي قرينة بسيطة قابلة لإثبات عكسها.⁽³⁾

والحقيقة إن القرينة القانونية ليست إلا حجة يقيمها المشرع، فإذا لم يقم الدليل بوجه عام على صحة هذه الحجة، فإنها لا تعدو أن تكون مجرد احتمال يصح فيه الخطأ في بعض الأحوال،

(1) زوزو هدى، الإثبات بالقرائن في المواد الجزائية والمدنية دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد خضر، بسكرة، 2011م، ص15.

(2) عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الثاني، منشأة المعارف، مصر، 2004م، ص562، 563.

(3) عبد الحميد الشواربي، المسؤولية الجنائية في قانون العقوبات والإجراءات الجنائية، الطبعة الثالثة، منشأة المعارف، القاهرة، 1993م، ص128.

لذلك يكون الأصل هو جواز إقامة الدليل العكسي لنفي القرينة، فيما عدا الأحوال التي ينص فيها القانون صراحة على عدم جواز ذلك، والأحوال التي تؤسس فيها القرينة على النظام العام (1). وعندما نقول، بالإمكان إثبات خلاف القرينة القانونية، فليس معنى ذلك إثبات عكس القرينة التي قررها المشرع بوصفها قاعدة تشريعية أو مناقشة الاستنباط الذي قرره المشرع بصفة عامة بهدف إظهار عدم صحته، مما يوحي بأن ذلك اعتراض على القاعدة التي قررها المشرع، أن يؤدي الأمر بنا إلى نسخ النص القانوني الذي أقام القرينة القانونية، وعليه يقصد بأثبات خلاف القرينة القانونية، إثبات خلاف الحالة الخاصة التي يكون الخصم بصددها، أي عدم مطابقتها للواقع في القضية المطروحة في النزاع، والتي يتمسك أحد الخصمين بتلك القرينة، كما أن للخصم الذي يحتج عليه بالقرينة القانونية، أن ينازع أيضًا في توفر الشروط التي يتطلبها القانون لقيامها، وأن يدحض أدلة خصمه في هذا الشأن (2). فلا يجوز للمحكمة أن تأخذ بالقرينة القانونية إلا بعد أن تسمح للخصم إثبات خلافها.

3- في التشريع الجزائري:

لقد أقرّ المشرع الجزائري بحجية القرائن في الإثبات وذلك وفقًا لما قرره المشرع الجنائي لبعض المحاضر المتعلقة بإثبات الجرائم؛ إذ منحها حجية خاصة يتوجب على القضاة أن يسلموا بما ورد فيها، ويعني هذا إعفاء سلطة الاتهام من إثبات ذلك، وتحميل المتهم عبء إثبات عكسه، ليس هذا فقط؛ بل إنّ المشرع في بعض الحالات قد أصبغ حجية مطلقة على المحضر، بحيث لا يجوز للمتهم إثبات عكس ما ورد فيها إلا عن طريق الطعن بالتزوير، وهذا ما تناولته المادة (01/218) من قانون الإجراءات الجزائية التي نصّت على أنّ: "المواد التي تُحرر عنها محاضر لها حجيتها إلى أن يُطعن فيها بالتزوير وتنظيمها قوانين خاصة". إلى جانب هذه المحاضر ذات الحجية المطلقة على قيام الركن المادي، نجد أنّ هناك محاضر أخرى نصّت عليها المادة (216) من قانون الإجراءات الجزائية بالقول: "في الأحوال التي يُخول القانون فيها بنص خاص لضباط الشرطة القضائية سلطة إثبات جنح في محاضر أو تقارير مثبتة لها؛ ويؤخذ بالمحاضر والتقارير المحررة بمعرفة ضباط أو معاوني الضبط القضائي والضباط المنوط بهم مهام معينة للضبط

(1) مجموعة الأعمال التحضيرية للقانون المدني المصري، الجزء الثالث، ص 418

(2) عبد الحميد الشواربي، مرجع سابق، ص 132.

القضائي الذين يخول لهم القانون سلطة إثبات المخالفات كدليل إثبات إلى أن يقوم الدليل العكسي على ما تضمنته، وذلك عدا الحالات التي ينص فيها القانون على خلاف ذلك".⁽¹⁾

الفرع الثالث

الخبرة

الخبرة لغةً من خبر بمعنى علم، والخبر بالشيء: العلم به، والخبير: العالم بالشيء، واختبرت شيئاً: امتحنته⁽²⁾. أما اصطلاحاً فالخبرة: هي الإخبار عن وقوع المتنازع فيه من قبل مختص به على وجه يُظهر حقيقة أمره.⁽³⁾ هذا ويمكن تناول الخبرة بشيء من التفصيل في التشريعات الثلاثة المقارنة كما يأتي:

أولاً: الخبرة في القانون الفرنسي

لم يضع القانون الفرنسي تعريفاً واضحاً للخبرة إلا أن القضاء تصدى لذلك حين عرفها مجلس الدولة الفرنسي بقوله: "الخبرة هي النموذج الأمثل لإجراءات التحقيق التي يأمر بها القاضي الإداري وكان قانون مجلس الدولة لم ينص عليها".⁽⁴⁾

وكذا فقد اعتبر التشريع الفرنسي أن طلب إجراء الخبرة ليس حقاً للخصوم يجب على المحكمة الاستجابة إليه متى طلبوا ذلك، إنما هو أمر متروك لمحكمة الموضوع باعتبارها المختصة بذلك، حيث لها كامل السلطة في قبول طلبهم من عدمه⁽⁵⁾. حيث اعتبر أن نذب الخبراء من الأعمال الجوازية للمحقق متروك لتقديره فإذا رأى أن الأمر يستحق الاستعانة بخبير فله ذلك من تلقاء نفسه أو بناءً على طلب الخصوم.

وفي هذا الصدد يقول الفقيه الفرنسي "جين كلود سير" إن: "بعض المعايينات المادية لا يمكن إجراؤها أو الاستفادة منها إلا بمعرفة المتخصصين الذين لهم دراية وهم الخبراء".⁽⁶⁾

(1) مروك نصر الدين، محاضرات في الإثبات الجنائي، الجزء الأول، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص ص 275، 276.

(2) معجم مقاييس اللغة لابن فارس (2/239).

(3) أنظر: توصيف الأقضية في الشريعة الإسلامية، لعبدالله بن محمد آل خنين، 2017، (1/310).

(4) علي عوض حسن، الخبرة في المواد المدنية والجنائية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2002م، ص 7.

(5) بغاشي كريمة، الخبرة القضائية في المواد المدنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000م، ص 68.

(6) محمد فاضل زيدان، سلطة القاضي الجنائي في تقدير الأدلة، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، 2006م، ص 157.

وفي الواقع يقتصر دور الخبير في إبداء الرأي الفني في الدليل المنظور أمامه أو في موضوع الدعوى، وهذا ما يمكن استنتاجه من أحكام النقض الفرنسية ويذكر الباحث منها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بأنه: "لا يجوز الطعن في تقرير الخبير لسبب عدم سماع أقوال المتهم، فإذا كان للخبير الحق في جمع مختلف المعلومات والبيانات إلا أنه ليس له الحق في استجواب المتهم".⁽¹⁾

ويرى غالبية الفقه الفرنسي أنّ الخبرة إجراء فرعي؛ فهي بحق خصومة ملحقة أي أنّها لا تُشكل هدفًا في حدّ ذاتها بيد أنّها وُضعت لخدمة التحقيق في الخصومة الرئيسية التي لا يمكن أن توجد الخبرة مستقلة عنها، كما هو الحال في المواد الاستعجالية، وتطبق عليها المبادئ العامة لتدابير التحقيق، وللقاضي الخيار بالأمر بالخبرة أو عدمه بناءً على طلب الطرفين أو من تلقاء نفسه.⁽²⁾

هذا ويرى المشرع الفرنسي أنّه لا يوجد أي التزام باستدعاء الأطراف لحضور العمليات التي يقوم بها الخبراء المعينون من طرف القضاء الجزائي، إذ لا يوجد أي نصّ جنائي يُحتم حضور الخصوم أثناء أداء الخبير المهمة المكلف بها.⁽³⁾

ولقد أجاز القانون الفرنسي في المادة (235) من قانون المرافعات للقاضي بناءً على طلب الخصوم أو من تلقاء نفسه استبعاد الخبير الذي يُقصر في أداء واجباته بعد سماع أقواله كعدم بدئه في تنفيذ الأمور أو توقيفه عن تنفيذها بدون مبرر، أو لم يحترم ميعاد إيداع التقرير، أو أفشى معلومات سرية أو هامة.⁽⁴⁾

ثانيًا: الخبرة في القانون المصري

نصّ المشرع في المادة (155) من قانون المرافعات على أنّ: "للمحكمة أن تعين خبيرًا لإبداء رأيه مشافهة بالجلسة بدون تقديم تقرير ويثبت رأيه في المحضر".

(1) أنظر: نقض فرنسي، قرار بتاريخ: 19 مايو 1936م نقلًا عن الموقع www.courdecassation.fr تاريخ الاطلاع 2019/9/12

(2) ميشال بونشير، مدخل القانون، ترجمة محمد أرزقي نسيب، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004، ص25.

(3) أحمد هلالى عبد الله، النظرية العامة للإثبات في المواد الجنائية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1987م، ص1047.

(4) Voir:CH Violente op.cit. 930 J Voulet op.cit. p45.

ومن القواعد العامة أنّ القاضي يلتزم بحكم مهنته بتحقيق الوقائع المعروضة عليه ودراستها بدقة وصولاً إلى بناء عقيدته، لكن قد يتعرض لنازعات تخرج من اختصاصه ولا يُفترض فيه العلم والإدراك بها، وهذا ما فتح المجال للخروج من هذه القاعدة؛ إذ يُسمح للقاضي من اللجوء إلى أصحاب الخبرة والاختصاص للتحقيق في موضوع محل النزاع، من هنا اعتبرت الخبرة أداة إثبات؛ حيثُ هي إجراء يساعد القاضي في تكوين قناعته في بعض القضايا المطروحة، للحسم في النزاع الذي تعذر عليه التحقيق فيه شخصياً؛ فيلجأ إلى من يستشير به بعلمه ومعرفته ليضيء إليه طريق العدل.

هذا وللخصوم الحق في الاتفاق على اختيار خبير معين، فإذا لم يمارسوا هذا الحق، فإنَّ للمحكمة أن تعين من تراه مناسباً من الخبراء المشهود لهم بالكفاءة والنزاهة والثقة، لعدم مقدرة القاضي على مناقشة المسائل الفنية محل النزاع والفصل فيها أو المفاضلة بين آراء المختصين في أمر فني بحت، لعدم اطلاعه بهذا العلم، وعلي الخبير الإجابة بدقة ووضوح على المهام والنقاط التي تُكلفه المحكمة بتوضيحها استناداً إلى قواعد وأصول علمه المستقرة وبعيداً عن الآراء العلمية التي لا تزال مثاراً للجدل، وعن آرائه الشخصية إذا كانت ليست محل اتفاق أو قبول.

كما يجب على الخبير أن ينأى بنفسه عن الدخول في المسائل القانونية، وأن يُقصر تقريره على بحث الوقائع المتعلقة بسلوك المنتج أو المعلن وتقديرها من الناحية الفنية للتوصل فيما إذا كان المهني المدعي عليه قد ارتكب خطأ أم لا، قياساً بالأصول. وله في سبيل ذلك الإستعانة بآراء أهل الإختصاص، لكن لا يجوز له أن يعهد بالمهمة الموكلة إليه إلى خبير آخر. وفي حالة تكليف المحكمة فريق من الخبراء للقيام بنفس المهمة، فإنَّه يكون عليهم الاشتراك في إنجازها، ولا يصح اقتسام المهمة بينهم، وينبغي أن يتمتع الخبير بالحرية والاستقلال في التصرف بتقريره، فلا يحق للمحكمة أن تحدد له الوسائل التي يعتمد عليها في التقرير.⁽¹⁾

ويرى غالبية الفقه أنّ رأي الخبير رأي استشاري لا يلزم للقاضي، فله أن يأخذ به أو أن يدعه وفق ما يمليه عليه اقتناعه وتقديره الخاص، مع اشتراطهم وجود أسباب لمخالفة رأي الخبير؛ لأنَّ الأحكام تُبنى على قناعة، ولا يمكن للقاضي أن يقضي بغير إقتناعه وبما يرتاح له ضميره.⁽²⁾

(1) أنظر: محمد القاسم، المرجع السابق، ص1516، أحمد حسن الحيارى، المسؤولية المدنية، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني،

دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008م، ص115.

(2) أحمد الحيارى، المرجع نفسه، ص116.

ثالثاً: الخبرة في القانون الجزائري

لقد نصَّ قانون الإجراءات الجزائية الجزائري الصادر بأمر رقم 155-66 المؤرخ في 8 يونيو 1966م، في المادة (43) منه على أن يكون: "لجهات التحقيق أو الحكم عندما تعرض لها مسألة ذات طابع فني أن تأمر بندب خبير...". فأعطت الصبغة الفنية لعمل الخبير أي المتخصص في فن من الفنون، كم أكد في المواد (156، 155، 152، 146، 143)، أن الخبرة القضائية تتعلق بالنظر في مسألة فنية.⁽¹⁾

ودواعي اللجوء إلى الخبرة الفنية متعددة، وهي في تكاثر مستمر نتيجة للمستجدات على الساحة العلمية ولجوء المهنيين إلى طرق للخداع لا يمكن الكشف عنها إلا بواسطة أهل التخصص والخبرة.

هذا وقد ترى المحكمة اللجوء إلى الخبرة من أول مرة حينما يستعصي عليها الأمر في فهم مسائل فنية أو عندما تتوفر في إحدى القضايا المطروحة عليها للفصل فيها ظروف أو شروط معينة، فتسندها إلى خبير واحد أو عدة خبراء وذلك بحسب نوع الخبرة الأمور بها حسب موضوعها أو طبيعتها أو أهميتها، وقد يحدث أن يطلب الخصوم ندب خبراء ويكون موضوع الخبرة؛ مراقبة صحة المعطيات وسلامة خبرة سابقة في نفس الموضوع وذلك بواسطة خبير أو عدة خبراء.⁽²⁾

أمّا في الحالة التي يتبين للقاضي فيها أنّ هؤلاء قد أنجزوا المهمة التي كُلفوا بها إلا أنّه ليس باستطاعته الفصل في القضية، إمّا لعدم عدالة الحل المقترح، أو أنّ تقاريره المختلفة والمطروحة أمام القاضي متناقضة، ففي هذه الحالة وغيرها يُمكن لهذا الأخير اللجوء إلى خبرة مضادة يلتزم فيها الخبير المكلف بالقيام بالمهام نفسها، بمراقبة صحة المعطيات وسلامة النتائج وخلصات الخبير وتُسمى الخبرة في هذه الحالة بالخبرة المضادة.⁽³⁾

ولم تلبث المحكمة العليا إلا أن كرست هذا النوع من الخبرات في قرارها الصادر بتاريخ 1 نوفمبر 1998م تحت رقم 155373 بقولها: "إذا ثبت وجود تناقض بين خبرة وأخرى، وتعدر فض

(1) عبدالعلي بولوح، الخبرة القضائية وسلطة القاضي في الأخذ بها، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2010م، ص 87.

(2) مولاي مكيان البغدادي، الخبرة القضائية في المواد المدنية، مطبعة دحلبي، الجزائر، 1992م، ص 14.

(3) بن حاج يسينة، الخبرة القضائية في المادة الجزائية، رسالة ماجستير، غير منشورة، بجاية، الجزائر 2013م، ص 15.

النزاع بين الطرفين وجب الاستعانة بخبرة فاصلة وعدم الاقتصار على خبرة واحدة تماشيًا مع متطلبات العدل".⁽¹⁾

⁽¹⁾ نفس المرجع، ص 16.

الفصل الثاني

المحاكمة وطرق الطعن فيها

الفصل الثاني

المحاكمة وطرق الطعن فيها

تُعَدُّ السلطة القضائية من أهمّ السلطات التي تقوم عليها الدولة الحديثة، وحيث كانت هذه السلطة منوطة -في إطار وظيفتها- بممارسة العملية القضائية فإنّ دورها الأساسي يتمثل في الفصل في الخصومات والنزاعات بين المتنازعين، وتمكين كلّ ذي حق من حقه؛ وعليه يُعَدُّ نظام العدالة الجنائية أحد أهمّ مؤسسات الضبط الاجتماعي لمنع الجريمة وردع الجناة، وفي إطار هذا النظام يهدف القانون الجنائي إلى ضمان التطبيق الفعال لقانون العقوبات وضمان الحرية الشخصية للمتهم وكفالة تعويض الضحية وحفظ حقوقه، هذا وتقع على عاتق القضاء مهمة تطبيق القانون تطبيقاً صحيحاً من خلال الإجراءات الجنائية التي تهدف إلى إصدار الحكم الجنائي وفقاً لضوابط الشرعية الدستورية.⁽¹⁾

ومن هنا تتجلى أهمية الحكم الجنائي الصادر بالإدانة؛ على اعتبار أنّه من أهمّ الإجراءات القانونية التي تكفل حماية مصالح المجتمع ومقصدًا هامًا من مقاصد المشرع بنصوص التجريم، فالحكم بالإدانة هو القوة القانونية الاجتماعية للضبط الذي تتولاه هذه السلطة، وعلى الرغم من اجتهاد العدالة البشرية في إرساء قواعد القوانين الوضعية بشكل يتماشى مع المبادئ العامة فإنّها تظلُّ عدالة نسبية؛ لأنّها موضوعة وفق مفاهيم بشرية قد تكون صحيحة كما قد تكون مغلوطة، والقول نفسه بالنسبة للأحكام الجنائية التي وإن كانت تهدف إلى إدانة المذنبين وعقابهم وتبرئة الأشراف وحمايتهم، فإنّ ذلك لا يمنع من احتمالية أن يشوبها خطأ أو قصور، فالحكم الذي يعلنه القاضي الجنائي في الدعوى قد يعبر عن معرفة مضبوطة للوقائع والقانون، وقد يعبر كذلك عن معرفة ناقصة أو مبالغ فيها خاصة مع ذوبان المسافة بين كلمة إنسان وكلمة متهم في ظل الدولة الحديثة أيًا كانت المبادئ القانونية التي تسودها فقد كان لزاما -قبل افتراض السلامة النهائية للحكم الجنائي- وضع أنظمة رقابية تحكمها وتدقق في صحتها، ومن ثمّ عنت التشريعات بتحديد مقومات وجوده من حيث الشكل والموضوع وضوابط الطعن فيه وتنفيذه.

(1) محمد محدة، ضمانات المتهم أثناء التحقيق، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 1992م، ص 171.

لذا ارتأى الباحث أن يتناول بالشرح في هذا الفصل الأحكام العقابية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (مبحث أول) والحماية القانونية للمستهلك المتعاقد إلكترونياً (مبحث ثاني).

المبحث الأول

الأحكام العقابية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

يتطلب صدور الحكم بالإدانة انعقاد الاختصاص ووجود قانوني شكلي، وكذا وجوده المادي والواقعي، ويُضاف إليها المصدر الشرعي الذي يقوم عليه هذا الوجود، فإن فقد أحد هذه الأركان كان الحكم بالإدانة منعدماً أصلاً، أمّا شروط صحته فهي ما يتوقف عليه ثبوت سلامته القانونية موضوعياً وإجرائياً، فقد تعلق بالحكم الجنائي بالإدانة بعض الشوائب التي تؤثر على صحته دون أن تمتد إلى كيانه فتعدمه وتفقده طبيعته كحكم - كما هو الشأن بالنسبة للأركان - بل تضعه تحت طائلة البطلان¹.

هذا ولقد نوع كل من المشرّع المصري والفرنسي والجزائري من صور الجزاءات الجنائية التي توقع على الفاعلين والشركاء حال ثبوت مسؤوليتهم عن جريمة الإعلان الخادع، إذ نصّا على عدة جزاءات أصلية وأخرى تكميلية، وعلى ذلك ومن خلال هذا المبحث نتناول الحكم الجزائي وطرق الطعن فيه؛ ففي (المطلب أول) والعقوبات المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (المطلب ثاني).

المطلب الأول

الحكم الجزائي وطرق الطعن فيه

الحكم بالإدانة هو إحدى مراحل الخصومة الجنائية بل أهمها؛ نظراً لطبيعته الحاسمة: الإدانة، وأثره القانوني: حسم الخصومة الجنائية وإنهاؤها، وجوهر الحكم بالإدانة هو العمل الإجرائي الذي يدور وجوداً وعدمًا مع وجود الخصومة في حد ذاتها؛ وهو ما يُعدُّ جوهرًا وضعياً خاصًا مستمدًا من طبيعته، وذلك على اعتبار أنه قرار خطير يهدم مركزًا قانونيًا قائمًا يتمثل في البراءة؛ لينشئ مركزًا قانونيًا جديدًا عن طريق الإدانة وتوقيع الجزاء²، مما يجعله ظاهرة خطيرة في الواقع القانوني، فإذا كان الحكم الجنائي صادرًا بالإدانة فإنه يلزم أن يكون مشتملاً على أركان وشروط صحة، وهو ما يمكن تفصيله (فرع أول)، فإذا اعتور الحكم شائبة قد تؤدي به لخلل في

(1) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية، ط1، 2008م، ص 349.

(2) محمد محدة، ضمانات المتهم أثناء التحقيق، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 1992م، ص 175.

أركانه أو شروط صحته كان للمتضرر صاحب المصلحة الطعن على الحكم وهو ما يمكن تفصيله من خلال (فرع ثاني)، ف جاء التقسيم في (الفرع الأول) أركان الحكم الجزائي وشروط صحته، اما (الفرع الثاني) تناولنا فيه طرق الطعن.

الفرع الأول

أركان الحكم الجزائي وشروط صحته

يقوم الحكم بالإدانة ظاهرة في الواقع القانوني تقوم على ثلاثة أركان يتضح ذلك في العناصر الثلاث الموائية والآثار المترتبة على توافر هذه الأركان، إذ جاء على النحو التالي:

أولاً: الركن الموضوعي والشكلي والشرعي.

ثانياً: شروط صحة الحكم الصادر بالإدانة.

ثالثاً: سلطة القاضي في إصدار الحكم الجنائي.

أولاً: أركان الحكم (الركن الموضوعي، الشكلي، الشرعي)

للحكم الجنائي أركان ثلاثة لا يقوم إلا بها وهي الركن الموضوعي، والركن الشكلي، والركن الشرعي وهو ما يمكن تفصيله عبر الفقرات الآتية:

1-الركن الموضوعي:

موضوع الحكم بالإدانة هو: إدانة المتهم بارتكاب جريمة أي تقرير ثبوتها كواقعة وثبوت إسنادها إليه، ثم توقيع الجزاء الجنائي المقرر قانوناً لهذه الجريمة، وهو مرآة عاكسة لما تنتجه الخصومة الجنائية عند مطابقة القواعد القانونية على الواقع، وينصب دور قاضي الموضوع في الوصول إلى الحقيقة القضائية وإعلان الحكم، بعد تقدير الواقع القانوني الذي يرد على الوقائع وشخص المتهم والقاعدة

القانونية أو على العلاقة بينهما وهذه العناصر هي محل الحكم الصادر بالإدانة في كافة التشريعات المقارنة.⁽¹⁾

(1) سعيد عبد اللطيف حسن، المرجع السابق، ص20.

2-الركن الشكلي:

للحكم بالإدانة أيضًا طبيعته المعيارية الشكلية وهي تلك المعيارية التي تحكم السلوك القضائي باعتباره تصرفًا قانونيًا وعملاً إجرائيًا هامًا، أي الصيغة أو الشكل الإجرائي الذي يصدر من خلاله الحكم بالإدانة، والنطق بالحكم هو المظهر الحقيقي لذلك الركن؛ حيث يتعلق بإعلان كلمة القانون، وذلك بفصله في الدعوى طبقًا لتلك القواعد الإجرائية، وبمقتضاها أيضًا ينعقد وجود الحكم بالإدانة بعدم النطق بالحكم، فالانعدام هنا ينصرف إلى وجود شكل للحكم بالإدانة، وهو يعني وجوب التمييز بين الانعدام القانوني الشرعي والانعدام القانوني الشكلي، فالأول يفترض الوجود الشكلي، أمّا الثاني فلا وجود له على الإطلاق، ويرتكز التمييز بينهما على أنه إذا كان فعل الإصدار لا يستند إلى القانون كمصدر فإنّ الركن المنعدم هو الركن القانوني الشرعي، أمّا إذا كان فعل الإصدار مستوفيًا للشكل الإجرائي الذي قرره القانون، فالركن المنعدم هو الركن القانوني الشكلي، وتأسيسًا على ذلك فإنّ الإخلال بالشكلية الإجرائية يعدم الوجود القانوني للحكم بالإدانة من حيث الشكل، في حين أنّ الإخلال بالمشروعية يعدم المصدر الشرعي لهذا الوجود.⁽¹⁾

3-الركن الشرعي:

إنّ الشرعية الإجرائية تقوم على ثلاثة عناصر:

- البراءة كأصل في المتهم.
- القانون كمصدر للإجراءات.
- الإشراف القضائي على هذه الإجراءات.

هذا ويكفل القانون التعبير عن العنصر الأول والثالث من خلال ضمانات محددة، ينبغي توافرها في الأعمال الإجرائية الجنائية وهذه الضمانات على نوعين: الأول يتمثل في ضمانات الحرية الشخصية وهي تؤكد العنصر الأول في الشرعية ويعبر عنها القانون من خلال الشروط القانونية للفعل الإجرائي، أما النوع الثاني: فهو ضمانات الإشراف القضائي على الإجراءات، وهي تؤكد العنصر الثاني في الشرعية، وتبدو في جميع الإجراءات في التنظيم القضائي، وهذان النوعان من الضمانات يعدان شرطين أساسيين لصحة الحكم بالإدانة، أمّا العنصر المتمثل في القانون كمصدر للعمل الإجرائي فإنّ وجود هذا العمل أصلًا يرتبط بنفس المصدر، وشرعية الحكم بالإدانة بشقيها الموضوعي والإجرائي ترد إلى أصلين: أصل فلسفي وأصل قانوني.

(1) أنظر: أحمد فتحي سرور، المرجع السابق، ص 521

أما عن الأصل الفلسفي: فإنَّ جذور هذه الشرعية تعود إلى الاعتراف بأنَّ الدولة تُعبر عن الإرادة الوطنية، وتمارس سلطتها على الأفراد بموجب أفكار فلسفية رسختها في الفكر الوضعي العديد من النظريات، أهمها نظرية العقد الاجتماعي التي بمقتضاها يتنازل الأفراد عن القدر اللازم من حقوقهم وحررياتهم بما يسمح للدولة بالقيام بوظيفتها وذلك بوضع قوانين وحماية مصالح المجتمع ورعاية حقوق الأفراد لضمان الأمن.

والأصل القانوني: هو إذا كانت السلطة التشريعية منوطة بتطبيقها ومعاقبة المخلين بها، فإنَّه يُمكن القول بأنَّ الوجود القانوني للحكم الجنائي الصادر بالإدانة يرتكز على القانون كمصدر له، ويُعدُّ منعدماً إذا لم يستند إلى أصل قانوني، ذلك أنَّ صدور الحكم يتمُّ بإرادة القانون وباسمه فإن طبق قاعدة أخلاقية أو دينية لا يعترف بها القانون ولا يحميها فالحكم يكون منعدماً¹.

أساس مبدأ الشرعية: ترجع هذه القاعدة في أصولها في التشريع الفرنسي إلى الثورة الفرنسية التي عبَّرت عن آراء فلاسفة القرن الثامن عشر وتُعدُّ سبباً للحرية الشخصية للأفراد والتي تنحصر في فعل ما يُبيحه القانون لا في فعل ما يريده الفرد؛ حيثُ وردت لأول مرة ضمن ما أعلنته الثورة الفرنسية من حقوق للإنسان، ثم نُصَّ عليها في المادة (4) من قانون العقوبات الفرنسي الصادر سنة: 1810م، وأيضاً قضت المحكمة الدستورية العليا المصرية بأنَّ: "استقرار مبدأ شرعية الجرائم والعقوبات في مفاهيم الدولة المتحضرة، قد دعا على توكيده بينها ومن ثمَّ وُجد صداه في عديد من المواثيق الدولية، من بينها الفقرة الأخيرة من المادة (11) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والمادة (1/15) من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، والمادة (7) من الاتفاقية الأوروبية لحماية حقوق الإنسان."⁽²⁾

هذا ولقد تردد هذا المبدأ كذلك في دساتير كثيرة يندرج تحتها ما تنص عليه المادة (66) من دستور جمهورية مصر العربية من أنَّه لا عقاب إلا على الأفعال اللاحقة لنفاذ القانون الذي ينصُّ عليها، وما تقرره كذلك المادة (187) من ذات الدستور المصري التي تقضي بأنَّ الأصل

(1) محمد محدة، ضمانات المتهم أثناء التحقيق، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 1992م، ص177.

(2) أنظر: حكم المحكمة الدستورية العليا في القضية رقم 48 لسنة 17 قضائية دستورية، جلسة 22 فبراير سنة 1977م. نشر بالجريدة الرسمية العدد رقم 10 في 6/3/1997م. والقضية رقم 84 لسنة 17 قضائية دستورية، وجلسة 15 مارس سنة 1997م. نشر بالجريدة الرسمية العدد رقم 13 في 27/3/1997م.

في أحكام القوانين هو سريانها اعتباراً من تاريخ العمل بها ولا أثر لها فيما وقع قبلها إلا بنص خاص تقره أغلبية أعضاء السلطة التشريعية في مجموعهم.⁽¹⁾

أمّا عن المشرع الجزائري فإنّه قد رسخ مبدأ الشرعية وجعله ركيزة أساسية للنظام القانوني وهذا ما يظهر من المادة (45) من الدستور الجزائرية⁽²⁾ التي جاء فيها إن: "كل شخص يُعتبر بريئاً حتى تثبت جهة قضائية نظامية إدانته مع كل الضمانات التي يتطلبها القانون" وكذا المادة (46) التي تنص على أنّه: "لا إدانة إلاّ بمقتضى القانون الصادر قبل ارتكاب الفعل المحرم"

ولقد نصت المادة (142) أيضاً من الدستور على أن: "تخضع العقوبات الجزائية إلى مبدأي الشرعية والشخصية"، وذلك إلى جانب المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري التي تنص على أن: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدبير أمن بغير قانون".⁽³⁾

ثانياً: شروط صحة الحكم الجنائي الصادر بالإدانة

يستلزم الحكم الجنائي ليكون سليماً توفر عدة شروط تتعلق بتشكيل المحكمة وبصدور الحكم بعد مداولة قانونية، وكذا النطق بالحكم ومشمولاته وكيفية بنائه على أساس إجراءات صحيحة وهذا محور العنصر.

1- تشكيل المحكمة:

يجب أن يصدر الحكم من محكمة اكتملت عناصر تشكيلها، وإلاّ كان الحكم باطلاً لتعلقه بالنظام العام، ويصدر الحكم من القضاة الذين حضروا جميع الجلسات وإلاّ كان باطلاً وفقاً لنص المادة (341) من (ق أ ج ج)، حيث يتوجب على القاضي الذي يفصل في الدعوى أن يكون قد باشر جميع إجراءاتها تطبيقاً لمبدأ شفوية المرافعات، إلاّ أنّ عدم حضور أحد القضاة لا يحول دون اشتراكه في إصدار الحكم في حالة عدم حدوث مرافعات أو إجراءات التحقيق، كأن تقتصر الجلسة على التأجيل مثلاً، وكذا في حالة ندب أحد القضاة لإجراء تحقيق تكميلي أو صدور حكم تمهيدي أو تحضيري فيها⁽⁴⁾، وتنص المادة (341) ق ج ج على أنّه: "في حالة حدوث طارئ ما

(1) أنظر: المادة (66، 187) من الدستور المصري لسنة 1971م.

(2) أنظر: المواد (47-48) من الدستور الجزائري.

(3) وما جاء في المواد (50)، (51 مكرراً 1)، (65، 53، 52) من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري، إلى غير ذلك من المواد التي ترسي مبادئ وأحكام متوافقة مع مبدأ الشرعية.

(4) نقض مصري، بتاريخ: 28 / 13 / 1965م. س 6 رقم 230، مجلة القانون تصدر عن جامعة القاهرة، ص 15 لعام 2014.

منع حضور أحد القضاة الذين سمعوا المرافعة لسبب ما سواء كان النقل أو الوفاة أو التقاعد، يجب إعادة المرافعة في الدعوى مرة أخرى، حيث لا يجيز القانون للقاضي الذي لم يستمع إلى المرافعة أن يفصل في الدعوى، في حين أن تغيير ممثل النيابة العامة لا يؤثر في سلامة الحكم من الناحية الإجرائية عند حضور من يؤدي وظيفته والأمر نفسه يسري أيضاً على كاتب الجلسة".⁽¹⁾

2-المداولات:

بعد أن تنتهي إجراءات المحاكمة وتنتهي المرافعات تصدر المحكمة قرارها بإقفال باب المرافعات وافتتاح المداولات، وفيها يدخل القضاة إلى غرفة المشورة أو المداولات، ليتباحثوا فيها بينهم ويتذكروا بشأن ثبوت وقائع الدعوى أو انتقائها، وليدققوا في قرار الاتهام ويناقشوا الطلبات والدفع وكذلك مواد القانون الواجبة التطبيق، ليخلصوا في النهاية إلى الحكم في الدعوى بحسب اقتناعهم، وتجري المداولة بواسطة القضاة الذين باشروا جميع إجراءات الدعوى وسمعوا المرافعة فيها وذلك بشكل سري لا يطلع عليه الجمهور، ولا يحضر المداولة ممثل النيابة أو دفاع الخصوم أو كاتب الجلسة أو أي شخص آخر لم تكن له صفة في الدعوى؛ ذلك أن إهدار هذه السرية يُبطل الحكم، فمن أقدس واجبات القضاء المحافظة على سرية المداولات، وتصدر الأحكام بأغلبية الآراء خلال المداولات حيث تنص المادة (309) من ق... ج على أن:

"يتداول أعضاء محكمة الجنايات بعد ذلك بأخذ الأصوات في أوراق تصويت سرية وبواسطة اقتراع لكل سؤال من الأسئلة الموضوعية، وعن الظروف المخففة التي يلتزم الرئيس بطرحها عندما تكون قد تثبت إدانة المتهم، ويعد في صالح المتهم أوراق التصويت البيضاء أو تقرر أغلبية الأعضاء بطلاناً، وتصدر كافة الأحكام بالأغلبية، وفي حالة الإجابة بالإيجاب على سؤال إدانة المتهم تتداول محكمة الجنايات في تطبيق العقوبة، وبعد ذلك تُؤخذ الأصوات بواسطة أوراق تصويت سرية بالأغلبية المطلقة، وإذا ما أصدرت محكمة الجنايات الحكم بعقوبة جنحة فلها أن تأمر بوقف تنفيذ هذه العقوبة".

(1) أحمد فتحي سرور، المرجع السابق، ص 620.

هذا ولقد أبطلت المحكمة العليا الأحكام التي لا تلتزم بهذه الإجراءات⁽¹⁾، حيث رأت أنها تستوجب النقض متى جاءت خلافاً لما سنه المشرع بخصوص المداولات كما لا بدّ أن ينص الحكم على أنّه صدر بالإجماع بناءً على رأي الأغلبية.⁽²⁾

3-النطق بالحكم:

النطق بالحكم يعد آخر إجراءات التحقيق النهائي الذي تجريه المحكمة، حيث لا يصدر الحكم الجنائي إلا بالنطق به، ويُقصد بذلك تلاوة منطوقة شفوية من قبل رئيس الجلسة أو من ينوبه لمسودة الحكم الموقعة من طرف هيئة المداولة⁽³⁾، حيث لا تكون نسخة الحكم الأصلية قد كتبت بعد، والأصل أن يحضر القضاة الذين نظروا في الدعوى وتداولوا في الحكم لا سيّما وأنّه يجوز لكل قاضي أن يعدل عن رأيه ويطلب إعادة المناقشة في أيّة لحظة قبل النطق بالحكم وإعلانه، كما يجوز أن يغيب بعض القضاة ممن حضر المداولة أو أن تتلو هيئة محكمة أخرى منطوق الحكم، ما دام الثابت أنّ الحكم قد صدر من القضاة الذين سمعوا المرافعة، وذلك بتوقيعهم على مسودة الحكم، ويشتمل النطق بالحكم على تلاوة منطوقه وأسبابه مع توضيح ثوابت الفعل الإجرامي الذي يقرر إدانة المتهم ومسؤوليته عنه، إلى جانب ذكر العقوبة والنص القانوني المطبّق والحكم في الدعوى المدنية، وتكون الأسباب أساس الحكم بنص المادة (379) ق إ ج ج، ويتم النطق بالحكم سواء أكان بالبراءة أم بالإدانة في جلسة علنية وبحضور المتهم، حسب ما جاء في الفقرة الأخيرة من المادة (309) (ق إ ج ج) وذلك ولو نُظرت الدعوى في جلسة سرية، وإلا يكون الحكم باطلاً وفقاً لنص المادة (314) من (ق إ ج ج) بالنسبة لمحكمة الجنايات⁽⁴⁾، كما يصدر الحكم في الجلسة التي سمعت فيها المرافعة، أو في جلسة تالية إذا لم يحدد القانون أجلاً للنطق به، وبدون الحكم بمحضر الجلسة ويوقع عليه رئيس المحكمة وكذلك كاتب الجلسة.

(1) نقض جنائي جزائري، 15/05/1984م، المجلة القضائية، العدد الأول، 1989م، ص291.

(2) كامل السعيد، المرجع السابق، ص23.

(3) بشرط أن لا يكون غياب القاضي عائداً إلى الوفاة أو وجود مانع يتعلق بالولاية، فزوال صفة القاضي قبل النطق بالحكم توجب فتح باب المرافعة من جديد وإعادة الإجراءات أمام الهيئة الجديدة.

(4) المادة (355) من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري بالنسبة لأحكام محكمة الجنايات والمخالفات.

4-تحرير الحكم:

لا يكتمل صدور الحكم بمجرد النطق به؛ إنَّما لزم تدوينه واشتماله على بيانات معينة استلزمها القانون لصحة الحكم، وتتمثل في البيانات الواردة خاصة في المادة (314) من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري بوجه خاص، وذلك بمراعاة الإجراءات الشكلية المقررة قانوناً، وهذا ما يمكن بيانه فيما يلي:

أ-تدوين الحكم:

عند النطق بالحكم في الجلسة العلنية فإنَّه يثبت في محضر الجلسة، وتحرر ذلك نسخة الحكم الأصلية، وهي محرر رسمي لا يدحض ما جاء فيه بطريق الطعن بالتزوير، ويدون كاتب الجلسة الحكم طبقاً لما جاء بمحضر الجلسة ومسودة الحكم التي يحررها رئيس المحكمة أو أحد قضاتها، ويُوقَّع عليها الرئيس وكاتب الجلسة.⁽¹⁾

ولكنها ليست سوى ورقة تحضيرية، فالعبرة في الأحكام بالنسخة الأصلية، ويقع الحكم تحت طائلة البطلان في حالة عدم توقيعه من الرئيس، في حين أنَّ إهمال الكاتب في التوقيع لا يترتب عليه بطلان الحكم؛ حيثُ يستمدُّ هذا الأخير قوامه القانوني بمجرد توقيع رئيس المحكمة على نسخة الحكم الأصلية، وذلك قصد تنظيم العمل القضائي وتوحيده قبل التوقيع⁽²⁾، وإلَّا كان الحكم باطلاً باعتبار نسخة الحكم محرراً رسمياً يجب صدوره بتوقيع موظف مختص، وبعد التوقيع على النسخة تودع لدى قلم كتاب المحكمة خلال ثلاثة أيام على الأكثر من تاريخ النطق بالحكم، وينوه بهذا الإيداع بالسجل المخصص لذلك بنص الفقرة الثانية من المادة (380) من قانون الإجراءات الجنائية الجزائري، ومن خلال ذلك يمكن لأطراف النزاع الحصول على صور من الحكم لاستعمالها في التنفيذ أو الاحتجاج أو كملخصات تستخدم في صحيفة السوابق العدلية.

(1)أنظر: المواد (314، 380) من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري

(2) إن طرأ أي مانع قهري يحول دون التوقيع على ما أسفرت عليها المداولة كزوال صفة الرئيس أو وفاته جاز لأي عضو من

ذات الهيئة أن يوقع على تلك النسخة

ب- مشتملات الحكم:

لقد أوجب المشرع لصحة الحكم اشتماله على بيانات معينة، تتمثل فيما يلي:

ب-1- ديباجة الحكم:

والديباجة هي رأس الحكم، وتأتي في مقدمته وتشمل النص على صدور الحكم باسم الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وباسم الشعب الجزائري، كما يتضمن اسم المحكمة المصدرة للحكم بهدف تحديد اختصاصها المكاني والنوعي، وسلامة تشكيلها؛ وعليه فإن إغفاله يُبطل الحكم حيث يؤدي إلى الجهالة مما يؤثر سلبياً على سلامة الحكم، كما تحتوي الديباجة - بالعودة إلى المادتين (375، 380) من ق ج ج- على اسم ممثل النيابة لبيان حضورها وتاريخ صدور الحكم، وأسماء القضاة الذين أصدره وحضروا جلساته إلى جانب كاتب الجلسة⁽¹⁾، واسم المترجم عند الاقتضاء، وهوية أطراف الخصومة وبيان حضورهم أو غيابهم يوم النطق بالحكم، وإغفال أحد هذه البيانات يجعل الحكم باطلاً، كما تتضمن الديباجة كيفية إحالة الدعوى إلى المحكمة ونص الاتهام وعلنية الحكم وأداء الشهود لليمين وطلبات النيابة وكلمة المتهم كآخر من يتكلم، وهي البيانات التي تجعل الحكم بالإدانة دالاً بذاته على سلامتها.⁽²⁾

ب-2- أسباب الحكم:

وأسباب الحكم تُعدُّ إحدى البيانات الجوهرية الهامة التي تتطلبها النصوص القانونية ضماناً لجديتها في البحث عن الحقيقة وبعث الثقة في سلامتها، ويكاد الفقه يُجمع على أنّ أسباب الحكم تعبر عن الأدلة والحجج للواقعة والأسانيد القانونية والمقدمات المنطقية التي تصل إلى النتيجة التي خلص إليها الحكم من حيث إدانة المتهم أو براءته، لذلك كانت المحاكم ملزمة ببيان الأسباب والأدلة التي اعتمدها كمصدر لاقتناعها، وهو أمر جوهري سواء بالنسبة للأحكام الفاصلة في الموضوع أو السابقة على الفصل فيه، إذ يقف الخصوم على الأسباب التي دفعت القاضي إلى الأخذ بوجهة نظر دون أخرى ويوفر لهم ضمانة طبيعية، حيث يجعل ذلك القاضي مدفوعاً تلقائياً إلى تمحيص رأيه لصياغة مقدمات تؤدي منطقياً إلى النتيجة التي يتبناها حكمه، ويمكن بذلك قضاء النقض من ممارسة رقابته على صحة تطبيق القانون على الوقائع مما يدعم الثقة في نزاهة القضاء، ناهيك عن أنّ التزام صياغة هذه الأسباب يُتيح للمتهم تقبل الحكم سواء بإدانته أو

(1) أنظر: المادة (38) من قانون الإجراءات المدنية الجزائري.

(2) أنظر: نقض مصري - 1957/11/05م - السنة 8 رقم 236، مجلة القانون تصدر عن جامعة القاهرة، ص 15 لعام 2014.

ببراءته، ويعزز ثقته بعدالة الحكم والمرجع القضائي الذي أصدره، وتقرُّ أيضًا بذلك عين الضحية بغض النظر عن نتيجة الحكم، ولعلَّ أكبر المستفيدين من الحكم المسبب والدقيق هو المجتمع، الذي تعتبر من أولوياته أن لا يُدان بريء ولا يفلت مجرم من العقاب الذي يستحقه.⁽¹⁾

وتقوم أسباب الحكم على نوعين: أسباب قانونية وأخرى موضوعية، ويُقصد بالأولى: بيان أركان الواقعة وظروفها القانونية والنص القانوني المطبق عليها، أمَّا الأسباب الموضوعية فيُقصد بها الأسباب أو الأدلة التي يُبنى عليها الحكم كتعبير عن اقتناع القاضي إثباتًا أو نفيًا، وذلك من خلال بيانها بيانًا كافيًا ومنطقيًا، وتتضمن أسباب الحكم جانبًا آخر هو الردّ على أوجه الدفاع الجوهرية التي أبدت أثناء نظر الدعوى، فإذا كانت الأسباب القانونية والموضوعية تمثل الحجج الايجابية للحكم فإنّ الردّ على الدفع يكون بمثابة ردّ مسبق ودفع للنقد المحتمل للحكم، خصوصًا وأنّ عدم تحرير الأسباب يضع الحكم تحت طائلة البطلان، ودراسة أسباب الحكم تستلزم دراسة التسبب كمبدأ قانوني، وبالتالي أيضًا عناصره كبيان الواقعة المستوجبة للتجريم والمادة القانونية المنطبقة عليها، حيث يكون من الصعب التطرق إلى الأدلة القانونية دون عرض أركان الواقعة وظروفها وأدلة إسنادها للمتهم ومسؤوليته عنها، وهذا ما ستم دراسته بالتفصيل في الصفحات الآتية.

-شروط صحة أسباب الحكم:

حتى تكون أسباب الحكم صحيحة يلزم توافر الشروط التالية:

- ❖ **من حيث طبيعة الحكم بالإدانة:** يجب على المحكمة بيان الواقعة المستوجبة للعقوبة والعناصر القانونية للجريمة المستخلصة منها، وأي ظروف أخرى يعتد بها المشرع في تقدير العقوبة من حيث تشديدها أو تخفيفها، حيث تكون الأسباب قاصرة إذا اكتفت بمجرد الإشارة إلى الأدلة دون سردها وبيان مضمونها، ولكن لا يُعدُّ الحكم معيبًا إذا أغفل فيها ذكر الباعث على ارتكاب الجريمة باعتباره خارجًا عن ظروف الجريمة وعناصرها.
- ❖ **أمَّا إذا حُكم بالبراءة فيكفي أن تبين المحكمة العناصر والأدلة التي بنت قناعتها ببراءة المتهم من الجريمة المنسوبة إليه؛ لأنَّ إغفالها التحدث عن أدلة الاتهام لا يؤثر في الحكم ما دامت لم ترَ فيها ما تطمئن معه إلى إدانة المتهم.⁽²⁾**

(1) كامل السعيد، المرجع السابق، ص52.

(2) يُنظر: نقض مصري، 1967/11/28، السنة 18 رقم 216، مجلة، المرجع السابق.

❖ **من حيث كفاية الأسباب:** يجب أن تكون الأسباب شاملة وافية وتتضمن الردّ الكافي على كلّ طلب أو دفع جوهرى منتج في الدعوى من شأنه تغيير وجهة نظر المحكمة قبل إقفال باب المرافعة متى كان هذا الطلب أو الدفع جازماً وصريحاً، فإن لم يكن كذلك فالمحكمة غير ملزمة بالردّ على كلّ شبهة يثيرها الدفاع طالما أنّ الردّ يُستقي ضمناً من عدم أخذها بهذا الدفاع وطرحها له.⁽¹⁾

❖ **من حيث وضوح الأسباب:** يجب أن تكون أسباب الحكم -سواء صدر بالبراءة أو الإدانة- واضحة لا يكتنفها أيّ غموض أو إبهام، وألاً يشوبها أيّ تناقض، وأن تكون متناسبة ومتماشية مع ما توصل إليه رأي المحكمة وما جاء في منطوق الحكم.

❖ **من حيث إجراءات الحكم:** استقرّ الفقه والقضاء على قاعدة: إنّ كلّ حكم يلزم أن ينطوي في حدّ ذاته على عناصر صحته ومطابقته للقانون، حيث يجب أن يُبنى الحكم على إجراءات صحيحة⁽²⁾، فإذا أغفل النص على إجراء محدد يدل على عدم حدوثه، ولا يجوز إثبات العكس بأيّ طريق آخر كشهادة قلم كتاب المحكمة، في حين أنّ كلّ إجراء شكلي أثبتته المحكمة يُفترض صحته ولا يجوز لأيّ من الخصوم إثبات عكسه، ولقد تبنى المشرع الجزائري شأن المشرع الفرنسي ذلك بالنسبة لأحكام محكمة الجنايات إلا ما تعلق بتضمين في المحضر أو الحكم أو في إشهاد يفهم منه صراحة وجود نقص في استيفاء الإجراءات طبقاً لنص المادة (315) من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

ويُستخلص من ذلك أنّه يجب أن يبين الحكم الأدلة التي طُرحت على المحكمة خلال الدعوى، ولذلك فإنّ الحكم يُعدّ معيباً إذا بُني على أمور لا سند لها خلال التحقيقات وإجراءات المحاكمة.

ب-3- منطوق الحكم:

يُعبّر منطوق الحكم على ما قضت به المحكمة في الدعوى بعد مناقشة الطلبات المطروحة عليها، وهو الذي ينطق به في الجلسة ويتمُّ به تعيين حقوق الخصوم في موضوع الدعوى، ويحوز المنطوق بمجرد صدوره حجية الشيء المقضي به، مع جواز التظلم منه بطرق الطعن المختلفة،

(1) يُنظر: نقض مصري، 1974/12/13، السنة 25 رقم 19، مجلة القانون، المرجع السابق.

(2) أنظر: أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الاجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998م،

ويكتب المنطوق بعد الأسباب ويتضمن باعتباره الفاصل في موضوع الدعوى مدى مسؤولية المتهمين عن الجرائم المنسوبة إليهم من حيث الإدانة والعقوبة المسلطة عليهم أو البراءة، ففي حالة الحكم بالإدانة لزم أن ينص المنطوق على الأفعال المجرمة قانوناً المنسوبة للمتهم والتي تقرر إدانته ومسؤوليته عنها، وينص كذلك على العقوبة المفروضة عليه ونصوص القانون المتناسبة مع الفعل والمطبقة عليه، وذلك إعمالاً لقاعدة شرعية الجرائم والعقوبات وإغفال ذكر هذه النصوص يبطل الحكم⁽¹⁾، كما يجب على المحكمة أن تفصل في كل الطلبات المقدمة إليها بالطرق القانونية حتى لو لم ينص المنطوق صراحة على قرار المحكمة بشأن الطلبات فالتوضيح الضمني كافٍ، كما يلزم أيضاً أن يحدد المنطوق الحكم الذي يفصل في الدعوى المدنية كما تنص المادة (379) من قانون الاجراءات الجنائية الجزائري وأن يكون مطابقاً للحكم الذي نطق به القاضي في الجلسة وإلا كان باطلاً؛ لأن الأصل في نسخة الحكم الأصلية أنها تسجيل لما نطقت به المحكمة شفويًا.

ويكون النطق بالحكم بمثابة قانون واقعي خاص بالدعوى، ومعنى ذلك أن الحكم يبرز لأطراف الدعوى القاعدة القانونية الواجبة التطبيق على علاقاتهم⁽²⁾، وكذا استنفاد المحكمة سلطتها على الدعوى العمومية التي صدر بشأنها حكم فاصل في موضوع النزاع ومن ثم خروجها من حوزة المحكمة، فلا يجوز لها الرجوع إليه أو العدول عنه أو تغييره⁽³⁾.

ويترتب على هذا الأثر العام أثر خاص مفاده أنه عندما يكون الحكم الجنائي صادراً بالإدانة لكونها ظاهرة قانونية خاصة، حيث إن الحكم بالبراءة مقرر لمركز قانوني سابق يعتمد على عدم قيام الدليل على وقوع الفعل أو نسبته إلى المتهم، مما يعني أنه في حدود علم القاضي لم يكن المتهم خاضعاً بسلوكه لسطوة القانون.

وهذا الوضع سابق على الحكم، أمّا الحكم بالإدانة فيختلف في أنه يعتبر منشأً لمركز قانوني لا مقررًا له، حيث إن جزءًا منه تقرر لمركز سابق وجزءًا آخر منشأً لمركز آخر، فما دامت مسؤولية المتهم تنهض بارتكاب الفعل المسند إليه، فإن إصدار الحكم بالإدانة هو إثبات لوضع سابق على الحكم خلافًا لما هو عليه الحال بالنسبة لفرض العقوبة، فتوقيع العقوبة بعد

(1) د: أحمد شوقي الشلقاني، المرجع السابق، ص472.

(2) محمود نجيب حسني، الدستور والقانون الجنائي، دار الكتب القانونية، 1997، مصر، ص179.

(3) د أحمد شوقي الشلقاني، المرجع أعلاه، ص473

- الحكم بالإدانة هو إنشاء المركز جديد، فالمتهم قبل صدور الحكم كان شخصاً مستحقاً للعقاب إن صحَّ إسناد الفعل الإجرامي إليه، أمّا بصدوره فقد أصبح خاضعاً للعقاب بالفعل، إلى جانب ذلك يترتب على النطق بالحكم بالتنفيذ الجبري متى صار الحكم باتاً بالأحوال التي أُشير إليها سابقاً، وإدراجه في صحيفة السوابق العدلية للمحكوم عليه وأداء ما حكم به من مصاريف، إلا أنه واستثناءً على ذلك يجوز للمحكمة التي أصدرت الحكم أن تعود إلى نظر الدعوى في الأحوال التالية:
- إذا كان الحكم غائبياً، ثم عارض فيه المتهم، أو كان الحكم صادراً من محكمة الجنايات طبقاً لإجراءات التخلف عن الحضور وحضور المتهم أو القبض عليه.⁽¹⁾
 - إذا وجد خطأ مادي، بشرط ألا يتناول تصحيح هذا الخطأ أي تعديل للحكم أو المساس بحجتيه ومثال ذلك: أن يخطئ الحكم في مقدار صافي الحساب أو أن يخطئ في اسم المتهم.
 - عدم تحرير الأسباب وعدم إيداعها في الميعاد القانوني مما يترتب عليه بطلان الحكم.
 - إذا احتاج الحكم الصادر إلى تفسير وأن يؤدي ذلك إلى إحداث تعديل على الحكم.
 - إذا ما وجد إشكال من إشكالات التنفيذ.

ثالثاً: سلطة القاضي في إصدار الحكم الجزائي

ذهب جانب من الفقه، في تعريف السلطة التقديرية إلى أنّها: "النشاط الذهني والعقلي الذي يقوم به القاضي في فهم الواقع المعروض عليه، واستتباط العناصر التي تدخل هذا الواقع في نطاق قاعدة قانونية معينة".⁽²⁾

ويقوم الحكم على مبدأ "اقتناع القاضي"، ويعرف هذا المبدأ على أنّه: "حالة ذهنية ذاتية تستنتج من الوقائع المعروض على بساط البحث، إحتتمالات ذات درجة عالية من التأكيد الذي نصل إليه نتيجة لإستبعاد أسباب الشكّ بطريقة جازمة وقاطعة".⁽³⁾

(1) أحمد شوقي الشلقاني، المرجع السابق، ص 473.

(2) خير الدين كاظم، المرجع السابق، ص 824.

(3) زبدة مسعود، الاقتناع الشخصي للقاضي الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1989م، ص 36.

ويتمتع القاضي في ظلّ هذا المبدأ بحرية واسعة في تقييم عناصر الإثبات، ووزن الأدلة وتقديرها وهنا تظهر سمات السلطة التقديرية للقاضي الجزائي من خلال تكوين عقيدته في الدعوى.⁽¹⁾

1- تطبيق السلطة التقديرية للقاضي عبر كافة مراحل الدعوى:

إنّ الدعوى تمرُّ بمرحلتين أساسيتين، المرحلة الأولى هي مرحلة التحقيق الابتدائي، والمرحلة الثانية هي مرحلة المحاكمة.

أ- مرحلة التحقيق الابتدائي

التحقيق الابتدائي هو الذي يتولاه قضاء التحقيق كدرجة أولى، وغرفة الاتهام كدرجة ثانية في بعض الحالات؛ من أجل جمع الأدلة على الجريمة وكل من ساهم في اقترافها وينتهي باتّخاذ القرار النهائي في ضوءها وذلك بإحالة الدعوى على جهة الحكم إذا كان الجرم قائماً ومرتكبه معروفاً والأدلة كافية، أو لم تكن تتوافر الأدلة ضد الشخص المتهم باقترافه.⁽²⁾

فالتحقيق الإبتدائي هو أول مراحل الدعوى العمومية، بهدف جمع الأدلة فور وقوع الجريمة، كي لا تندثر وتضيع الحقيقة ويتعطل حق الدولة في العقاب، إضافة إلى أنّه يمحص الشبهات والأدلة القائمة من قبل المتهم، فلا يطرح على القضاء سوى الدعاوى المستندة إلى أساس قوي من الوقائع والقانون، ولا يضيع وقته في دعاوى واهية الأساس كان من الممكن حفظها، ثم هو يكفل أيضاً صيانة كرامة الأفراد فلا يزجُّ بهم في ساحات المحاكم الجزائية قبل التأكد من جدية اتهامهم.⁽³⁾

وإذا كانت السلطة التقديرية وُجدت في الأصل للتطبيق في مرحلة المحاكمة أمام قضاة الحكم، فإنّه يجري تطبيقها كذلك في مرحلة التحقيق الإبتدائي أمام قضاة التحقيق وغرفة الاتهام، حيث إنّهُ لا يتعلق فقط بتقدير عناصر الإثبات من طرف الجهات المختصة بالحكم وإنّما يتعلق فقط بتقدير عناصر الإثبات من طرف الجهات المختصة بالحكم، ويتعلق أيضاً باستنتاج قرائن

(1) موسى مسعود رحومة عبد الله، حرية القاضي الجنائي في تكوين عقيدته، الطبعة الأولى، دار الجماهيرية للنشر والتوزيع، طرابلس، 1988م، ص.37.

(2) حيلالي بغدادي، التحقيق، الطبعة الأولى، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 1999م، ص.61.

(3) أحمد شوقي الشلقاني، المرجع السابق، ص.211.

الاتهام وتحديد الأعباء الكافية أثناء التحقيق الابتدائي، ومدى الضمانات التي تُمنح للمتهم أثناء هذه المرحلة من مراحل الدعوى الجنائية وهي مشروعية هذه الإجراءات.⁽¹⁾

2- مرحلة المحاكمة

المحاكمة هي المرحلة الثانية للدعوى الجنائية، ويُطلق عليها أيضًا عبارة التحقيق النهائي، والمحاكمة: هي مجموعة من الإجراءات تستهدف تمحيص أدلة الدعوى جميعها ما كان منها ضد مصلحة المتهم وما كان في مصلحته، وفيها يكون مصير الدعوى، حيث يصبح الاهتمام كبيرًا من أجل التأكد قبل إصدار الحكم سواء بالإدانة أو بالبراءة.⁽²⁾

3- موقف التشريع المقارن من سلطة القاضي في الحكم الجزائي:

أ- التشريع المصري

اعترف المشرع المصري بموجب قانون الإجراءات الجنائية بالسلطة التقديرية للقاضي الجنائي، فالقاضي يحكم في الدعوى المعروضة عليه وفقًا لعقيدته التي تكونت لديه بكامل حريته؛ ورغم ذلك لا يجوز له أن يبني حكمه على أيّ دليل لم يُطرح في الجلسة، وقول يثبت أنه صدر من أحد المتهمين أو الشهود تحت وطأة الإكراه أو التهديد به يهدر ولا يعوّل عليه.⁽³⁾ ولقد أشارت محكمة النقض المصرية إلى الارتباط الوثيق بين مبدأ الاقتناع القضائي وسلطته التقديرية، في قرارات أصدرتها محكمة النقض الجنائي حيث قضت بأنه: "لما كان من المقرر الاعتراف في المسائل الجنائية من العناصر التي تملك محكمة الموضوع كامل الحرية في تقدير صحتها وقيمتها في الإثبات".⁽⁴⁾

4- التشريع الفرنسي:

لقي مبدأ الاقتناع الشخصي أول تعبير قانوني له بموجب نص المادة (342) من تقنين التحقيقات الفرنسي القديم وذلك من خلال قراءة العبارات على أسماع المحلفين عند المداولات

(1) Guinchaud Serge، Buisson Jaques، Procédure Pénale، 2ème édition Litec، Paris، 2002، p.463.

(2) كريم بن عيادة بن عطاي العنزي، الاقتناع الذاتي للقاضي الجنائي بين الشريعة والقانون مع التطبيق في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير في العدالة الجنائية الإسلامية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات قسم العدالة الجنائية، الرياض، 2003م، ص104.

(3) شريفي أنيسة، موزوي نعيمة، مبدأ حرية القاضي الجنائي في الإقتناع، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة بجاية، 2012م، ص14.

(4) إبراهيم سيد أحمد، الإستجواب والإعتراف، دار الفكر الجامعي، دون بلد نشر، 2002م، ص88.

حول اتِّهام الشخص، غير أنَّ هذه التعلّية الموجهة للمحلفين قد حُذفت بمقتضى القانون الصادر بتاريخ 25-11-1941م على أساس أنَّها عديمة الفائدة وغير ملائمة⁽¹⁾، ولكنّ المشرع الفرنسي لم يكن يهدف من وراء إلغاء هذه التعلّيات إلغاء مبدأ الاقتناع الشخصي للقاضي الجزائري الذي استقرّ القضاء على تأكيده، والدليل على ذلك أنَّه أعاد تجسيد هذه التعلّية بصياغة جديدة⁽²⁾ وذلك في نص المادة (353) من قانون الإجراءات الجزائية الفرنسي.

كما دهم المشرع الفرنسي مبدأ الاقتناع الشخصي للقاضي الجزائري أمام كلّ الجهات القضائية الجزائية من خلال المادة (427)⁽³⁾ من قانون الإجراءات الجزائية الفرنسي التي تضمنت أنَّها تُطبق أمام محكمة الجرح إذا لم يرد نص مخالف يمكن إثبات الجرائم بكلّ الطرق ويحكم القاضي على إقتناعه الشخصي.

5- التشريع والقضاء الجزائريين:

لقد تبنى المشرع الجزائري مبدأ الاقتناع الشخصي للقاضي على غرار التشريعات المقارنة، حيث إنّ أهم نتائج هذا المبدأ تظهر السلطة التقديرية للقاضي الجزائري، حيث أجاز المشرع الجزائري بموجب المادة (212) من قانون الإجراءات الجزائية إثبات الواقعة الإجرامية بكافة وسائل الإثبات ماعدا الأحوال التي نصّ فيها القانون على خلاف ذلك، فالقاضي يصدر حكمه بناءً على اقتناعه الوجداني وكذا بناءً على السلطة الممنوحة له في تقدير الأدلة المعروضة عليه⁽⁴⁾. وكذلك قد حرص القضاء على ضرورة إعمال مبدأ الاقتناع الشخصي للقاضي الجزائري أمام محكمة الجنايات، وهو الأمر الذي أكّده المحكمة العليا من خلال العديد من قراراتها، ومن ذلك قرارها بأنّه: "من المقرر قانوناً أنّه لا يطلب من القضاة المشكلين لمحكمة الجنايات أن يقدم حساباً عن الوسائل التي بها وصلوا إلى تكوين اقتناعهم الشخصي ولا يرسم لهم بها قواعد يتوجب عليهم

⁽¹⁾ Gastion Stefani، preuve، répertoire de droit pénale et de procédure pénale، dalloz، tome V، Paris، 1969، p.5

⁽²⁾ بلوهلي مراد، الحدود القانونية لسلطة القاضي الجزائري في تقدير الأدلة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012م، ص34.

⁽³⁾ L'article (427/1) du code de procédure français dispose que : « Hors les cas où la loi en dispose autrement، les infractions peuvent être établies par tout mode de preuve et le juge décide d'après son intime conviction ». Code procédure pénale Français، 50ème édition، Dalloz، Paris، 2009، p.791.

⁽⁴⁾ بلوهلي مراد، المرجع أعلاه، ص32.

أن يخضعوا لها على الأخص تقدير تمام أو كفاية دليل ما، وعليه فإنّ النعي على الحكم المطعون فيه بخرق القانون غير سديد مما يتوجب رفضه، ولما كان من الثابت -في قضية الحال- أنّ الحكم الصادر من محكمة الجنايات بالبراءة كان بأغلبية الأصوات وأنّ الأسئلة قد طرحت بصفة قانونية، وأنّ الأجوبة المعطاة كانت حسب الاقتناع الشخصي للقضاة الذي لا يخضع لرقابة المحكمة العليا ومتى كان ذلك استوجب رفض الطعن.⁽¹⁾

الفرع الثاني

طرق الطعن

لمّا كان القاضي وكغيره من البشر معرضين لارتكاب الأخطاء، فقد أجاز القانون لأطراف الخصومة الطعن في الأحكام التي تصدر عنه، وبين أساليب مراجعتها بنصوص صريحة، لذا أوردت طرق الطعن في الأحكام على سبيل الحصر، ورسمت أحوال وإجراءات كلّ منها، ومن خلال هذا الفرع يُمكن التعرف على ماهية هذه الطرق ومفهوم الطعن في الأحكام الجنائية والغاية منه، وذلك كما سيأتي:

أولاً: مفهوم طرق الطعن في الأحكام الجنائية

إنّه من أجل توضيح مفهوم طرق الطعن في الأحكام الجنائية لزم تعريف الطعن (أولاً)، ثم توضيح علة تقرير الطعن (ثانياً)، ثم بيان مفهوم طرق الطعن (ثالثاً)، واستكمالاً للفائدة يجب تفصيل خصائص طرق الطعن (رابعاً) كما يأتي:

1- تعريف الطعن

اختلف الفقهاء في تحديد ماهية الطعن، فذهب البعض إلى أنّه: "منظومة قانونية مرصودة لضمان سلامة الحكم، ورفع الأخطاء المفترضة أو المحتملة أو تصحيح الأخطاء المحددة"⁽²⁾، ويعرفه البعض الآخر على أنّه: "مجموعة الوسائل التي حددها القانون حصراً، والتي بمقتضاها يتمكن الخصوم من التظلم من الأحكام الصادرة عليهم؛ بقصد مراجعة ما قضت به."⁽³⁾

(1) أنظر: قرار صادر عن الغرفة الجزائرية بالمحكمة العليا، رقم 50971 الصادر بتاريخ 30-06-1987م، المجلة القضائية، العدد الثالث لسنة 1991م، ص 199.

(2) محمد علي الكيك، رقابة محكمة النقض على تسبب الأحكام الجنائية، الطبعة الأولى، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2003م، ص 210.

(3) عبد الحكم فودة، المرجع السابق، ص 261.

إلا أنّ الراجح هو أنّ الطعن في الحكم هو: "تلك الرخصة القانونية المقررة لأطراف الدعوى لاستظهار عيوب الحكم الصادر فيها، والمطالبة لدى القضاء المختص بتعديله أو إلغائه على الوجه الذي يزيل عنه عيوبه، وتستعمل هذه الرخصة في صورة طرق معينة كسبل قانونية وضعت لكلّ منها شروط وأسباب وإجراءات خاصة ويُعبر عنها بطرق الطعن في الأحكام.⁽¹⁾

2- علة تقرير الطعن في الأحكام الجنائية:

تكمن علة تقرير طرق الطعن في الأحكام في حرص المشرع على انقضاء الدعوى بحكم صحيح يصبح عنواناً للحقيقة الواقعية والقانونية أو على الأقل أقرب ما يكون إليها، فاحتمال الخطأ يرد على العمل القضائي عمومًا، وعلى الحكم خصوصًا، إذ يحتمل قصور إمكانيات القاضي باعتباره بشرًا- عن الإحاطة الشاملة بجميع عناصر الدعوى أو تضليل بعض الأدلة له، وحين يثور مثل هذا الاحتمال لدى أحد الخصوم، حيث إنّ من الأفضل أن تتاح له فرصة إعادة بثه وعرضه على القضاء فإن ثبت الخطأ يتم إصلاحه تقاضيًا للضرر الأدبي والاجتماعي الذي يمثله الاعتراف بالحجية لحكم معيب⁽²⁾، ذلك أنّ الحكم الذي يعلن في الدعوى المعروضة على القضاء كما يمكن أن يعبر عن المعرفة المضبوطة للوقائع وعن الكلمة الصحيحة للقانون، قد يعلن أيضًا عن معرفة مغلوطة أو ناقصة أو متضخمة، ولذلك كان واجبًا على القضاء التريث في تأييد الحكم الذي يُعبر عن الحقيقة النهائية، فلا يصدرها إلا بعد تطهيرها من أيّ خطأ مفترض أو محتمل يشوب الحكم؛ لأنّ هذا الخطأ قد يأخذ منحرجًا خطيرًا فيأخذ شكل الإدانة المتعسفة أو البراءة الخاطئة فإن طرق الطعن هي السبيل الأوحد لضمان المراجعة والتصحيح حسب طبيعة وشكل الخطأ الواقع في الحكم.

3- مفهوم طرق الطعن في الأحكام:

طرق الطعن: هي أعمال إجرائية قام القانون برسمها لتكون سبيلًا للخصوم، لمراجعة أحكام القضاء مراجعة تستهدف تصحيحها، وذلك بتعديلها أو بإلغائها، وهذه الطرق قد وردت على سبيل الحصر لأنّ تقريرها قد جاء على خلاف الأصل، حيث إنّ الأصل في الأحكام الصحة والغرض

(1) Les voies de recours sont des moyens par lesquels les partiers à un procès et même parfois des tiers attaquent ou un arrêt qui leur porte prejudice. Cour de cassation, civile, Chambre civile 2, 25 juin 2015, 14-13.474, Inédit

(2) أحمد المهدي، حق المتهم في المعارضة وكيفية الطعن بها، دار العدالة للنشر، مصر، 2007م، ص10.

عنوان الحقيقة، ومع هذا فقد يصيبها أحياناً الخطأ، سواء في الوقائع أو خطأ في القانون، أو خطأ في القانون والوقائع معاً، والإصرار على تنفيذها في كل الأحوال نوع من الاستبداد. ومن هنا التمس المشرع في شأنها حلاً وسطاً، فلم يعتد بها على الإطلاق ولم يهدرها في كل الحالات بل أعطى للخصم رخصة الطعن فيها⁽¹⁾، بإجراء معين وخلال وقت محدد، وطرق الطعن: هي مجموعة من الإجراءات التي تستهدف إعادة طرح موضوع الدعوى على القضاء أو تستهدف مراجعة وإعادة تقدير الحكم في حد ذاته سواء بتعديله أو إلغائه.

4- خصائص طرق الطعن:

توجد سمات مشتركة لطرق الطعن كافة، فهي طرق واردة على سبيل الحصر، مقررة فقط للخصوم في الدعوى، ولا تتم إلا بإجراء معين، وفي وقت معين، ولا ترد إلا على عمل قضائي قطعي هو الحكم القضائي.

أ- هي واردة على سبيل الحصر:

طرق الطعن أربعة: هي المعارضة والاستئناف والنقض وإعادة النظر، ومؤدى ذلك أن التماس الخصم طريقاً آخرًا غير هذه الطريق، للطعن في الحكم أمر غير جائز، وإن سُدت أمامه هذه الطرق تأبد الحكم وصار -على رغم ما قد يشوبه من عيوب- عنوان الحقيقة بما قضى فيه. وبناءً على ذلك فإنه لا يجوز أن يلجأ الخصم إلى طريق آخر كرفع دعوى بطلان أصلية، توصلًا إلى تقرير بطلان الحكم دون التقيد بمواعيد الطعن أو إجراءاته.

5- هي رخصة الخصم في الدعوى:

ويعني ذلك، أنه لا بد أن يكون ذا صفة في الخصومة، وأن تكون له مصلحة في الطعن، إما كونه ذا صفة فشرط نصت عليه المادة (459) ق.إ.م.

كذلك يُشترط فضلاً عن هذا أن تكون له مصلحة في الطعن، بمعنى أن الحكم لم يستجب لطلباته أو لم يُقبل دفعه أو دفاعه فأصابه من ذلك ضرر، وهذا الشرط يستند إلى مبدأ أن "المصلحة هي أساس الدعوى" وحيث تنتفي المصلحة ينتفي أساس الدعوى.

(1) جلال ثروت، نظم الإجراءات الجنائية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1989م، ص 581.

6- تعلق طرق الطعن بالنظام العام:

تتعلق طرق الطعن في الأحكام بالنظام العام؛ وذلك نظراً لما تسعى إليه من مصلحة عامة، هي الكشف عن الحقيقة وحسن تطبيق القانون⁽¹⁾، فلا سبيل إذن للطعن في الحكم الجنائي، بالتماس طريق آخر غير طريقها، ويلزم ذلك باتصالها بالتنظيم القانوني للخصومة والقضاء، مما يعني بالضرورة تعلق هذه الطرق بالنظام العام والنتيجة التي تترتب على ذلك، أنه لا يجوز لمن تقرر الطعن لصالحه، التنازل عنه سواء قبل التقرير به أو بعده، وإذا كان هذا الحكم مفهوماً بالنسبة للنيابة العامة، على أساس أنها لا تملك التصرف في الدعوى في أي مرحلة من مراحلها حتى تنتهي فإن مفهوم الطعن أيضاً يكون بالنسبة للمتهم، ذلك أن طريق الطعن لم يشرع لصالح خاص، وإنما شرع أصلاً تطهيراً لأحكام القضاء ووصولاً بها عند انتهائها لأن تصبح عنوان الحقيقة بالفعل بما قضت فيه، ولهذا كان تنازل المتهم عن حق الطعن في الحكم الجنائي معدوم الأثر ابتداءً وانتهاءً، بينما تنازله عن الطعن في الدعوى المدنية وهي تتعلق بحق مالي أمر جائز في جميع الأحوال.

ثانياً: تقسيمات طرق الطعن في الأحكام الجنائية

لبيان تقسيمات طرق الطعن في الأحكام الجنائية وجد الباحث أنه يجب بيان معيار وآثار التمييز بين طرق الطعن (أولاً) ثم الانتقال إلى توضيح طرق الطعن في الأحكام الجنائية (ثانياً) على التفصيل الآتي:

1- معيار وآثار التمييز بين طرق الطعن:

في الواقع يُمكن تقسيم طرق الطعن إلى عدة تقسيمات، تختلف باختلاف معيار التقسيم وأهم التقسيمات التقليدية هو التمييز بين طرق الطعن العادية وطرق الطعن غير العادية، والمعيار السليم من هذا التمييز هو مدى صلاحية طرق الطعن للتمسك بها من أجل نقل الدعوى إلى حوزة محكمة الطعن⁽²⁾. حيث إن الطرق العادية هي التي تصلح بحسب طبيعتها لنقل الدعوى برمتها على محكمة الطعن إعادة بحث الموضوع من جديد، وهي المعارضة والاستئناف، أما الطرق غير العادية فلا تجيز نقل الدعوى إلى محكمة الطعن إلا في حدود معينة حددها القانون وهي النقض وطلب إعادة النظر.

(1) أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، الجزء الثالث، بدون دار نشر، 1999م، ص478.

(2) أحمد شوقي الشلقاني، الجزء الأول، المرجع السابق، ص477.

- ويتطلب للتمييز بين الطرق العادية والطرق غير العادية ما يلي:
- لا تتقيد طرق الطعن العادية بأسباب محددة، بخلاف طرق الطعن غير العادية فلا يُقبل الالتجاء إليها إلا بناءً على أسباب حددها القانون.
 - ذاتية وظيفة المحكمة الجنائية المختصة بنظر طرق الطعن؛ حيثُ تنحصر بحسب الأصل في الطرق غير العادية بمناقشة أوجه الطعن ولا تستطیع الخروج عنها، بعكس الحال بالنسبة إلى الطرق العادية فإنَّ وظيفتها عامة شاملة لجميع جوانب الدعوى وهو ما يسمى بالأثر الناقل للطعن العادي.
 - الطرق العادية للطعن تتميز بأنَّها تحول حسب الأصل دون تنفيذ الأحكام الجنائية، ما لم يكن في القانون نص على خلاف ذلك، أمَّا الطرق غير العادية للطعن فإنَّها لا تحول دون تنفيذ هذه الأحكام، إلا بالنسبة إلى الحكم بعقوبة الإعدام فإنَّه يتوجب إيقاف تنفيذه عند الطعن فيه بالنقض أو طلب إعادة النظر.
- والخلاصة إنَّ الطرق العادية تتميز بعمومية أسباب الطعن والأثر الناقل للطعن وأثرها في إيقاف تنفيذ الأحكام المطعون فيها، أمَّا الطرق غير العادية فإنَّها تتميز بخصوصية أسباب الطعن وعدم توافر الأثر الناقل للطعن طبقًا لنطاق الدور الذي يؤديه الطعن، وقد سبق التأكيد على أنَّ هذا الدور يتمثل في إصلاح الحكم الجنائي فإنَّما أن يكون إصلاحًا في الجانب الموضوعي للحكم أو في جانبه القانوني أو في الجانبين معًا.
- هذا وقد نظم القانون الطرق على نحو يُمكن الطاعن من مناقشة جانبي الحكم الموضوعي أو القانوني أو الاثنين معًا⁽¹⁾، فالطرق العادية للطعن المعارضة والاستئناف، تخول للطاعن حق مناقشة الحكم في جانبه الموضوعي والقانوني معًا وعليه يجوز للطاعن التمسك بما يشاء من الدفوع القانونية أو أوجه الدفاع الموضوعية.
- أمَّا في الطرق غير العادية للطعن فإنَّ الحال يبدو مختلفًا تبعًا لاختلاف طريق الطعن، فبالنسبة إلى النقض لا يجوز للخصم أن يُناقش غير الجوانب القانونية في الحكم الجنائي ويُمتنع عليه مناقشة جوانبه الموضوعية، وبالنسبة إلى طلب إعادة النظر فيقتصر على مناقشة الجانب الموضوعي في الحكم بناءً على ما يظهر بهذه من وقائع جديدة، ولا يجوز فتح هذا الطعن بناءً على مجرد أسباب قانونية، ويتضح من هذا كله أنَّ الواقع والقانون يُسهمان في تقسيم طرق الطعن

(1) عبد الحكم فودة، المرجع السابق، ص 262.

فهناك طرق تبحث في الواقع والقانون معاً وهي المعارضة والاستئناف، وهناك طرق تبحث في القانون فقط وهو النقض، وهناك طريق آخر يبحث في الواقع الذي جدَّ بعد الحكم وهو طلب إعادة النظر.

والخلاصة: تقسم طرق الطعن المقررة في القانون الجنائي على قسمين: طرق طعن عادية، وأخرى غير عادية، وذلك تبعاً لموضوع الطعن المقرر لكلِّ طريق، فطريق الطعن العادي هو الذي يستهدف إعادة طرح موضوع الدعوى برمته على القضاء من جديد سواء من جهة خطأ في تطبيق القانون أو من جهة إعادة تقدير وقائع الدعوى، وطرق الطعن العادية التي نصَّ عليها القانون هي المعارضة والاستئناف، أمَّا طريق الطعن غير العادي فهو الطعن الذي خصصه القانون لنظر عيب معين فلا يُنظر بموجبه إلا لذلك العيب فقط، وطرق الطعن غير العادية هي النقض والتماس إعادة النظر.

2- طرق الطعن في الأحكام الجنائية:

توجد تصنيفات عديدة لطرق الطعن في الأحكام الجنائية، حيثُ انقسمت إلى طرق تستهدف فحص الحكم من حيث الوقائع والقانون معاً، وطرق تستهدف فحصه من حيث القانون فقط فالأولى مثالها المعارضة والاستئناف والثانية مثالها النقض، وأهم تطبيق لطرق الطعن كما سبق البيان هو التمييز بين الطرق العادية للطعن والطرق غير العادية، فطريق الطعن العادي هو ما أجازته القانون لكل خصم، وأياً كان العيب الذي ينعاه على الحكم، سواء كان عيباً موضوعياً أو قانونياً وعليه كان نطاق استعمالها واسعاً جدًّا، وتهدف طرق الطعن العادية إلى إعادة طرح الدعوى على القضاء مرة ثانية أي تحديد النزاع أمام القضاء، وطرق الطعن العادية هي المعارضة والاستئناف.

أمَّا طريق الطعن غير العادي فلا يُجيزه القانون إلا إذا كان الخصم ينعي على الحكم عيباً محدداً من عيوب تمَّ النص عليها على سبيل الحصر، ولا يستهدف إعادة طرح الدعوى على القضاء مرة أخرى وإنما يستهدف فحص الحكم في ذاته لتقدير قيمته وتقرير إلغائه أو إبقائه⁽¹⁾، وطرق الطعن غير العادية هي النقض وإعادة النظر، وتكمن أهمية التفرقة بين طرق الطعن العادية وطرق الطعن غير العادية في أنه لا يجوز الالتجاء إلى طريق طعن غير عادي إلا إذا

(1) أحمد المهدي، المرجع السابق، ص16.

استنفدت طرق الطعن العادية تمامًا، فالطرق غير العادية مرحلة استثنائية لا يُلتجأ إليها إلا إذا فشلت الطرق العادية في إصلاح عيوب الحكم.

وتطبيقًا لذلك فإنه لا يُقبل الطعن بالنقض في الحكم إلا إذا بات الطعن فيه بالمعارضة غير جائز، ولا يُقبل كذلك الطعن إلا إذا كان الحكم نهائيًا صادرًا من آخر درجة، وهو ما يُفترض استنفاد طريق الطعن بالاستئناف، ولا يُقبل طلب إعادة النظر إلا إذا كان الحكم نهائيًا، ويعني الشارع في هذا النص بالحكم النهائي "الحكم البات" والأصل أن لا يحوز الحكم بالقوة التنفيذية إلا إذا أصبح نهائيًا.

وخلاصة ذلك أنّ تقسيم طرق الطعن تمّ وفقًا للدور الذي ينبغي أن يؤديه الطعن، وكذا نطاقه وهذا الدور يتمثل في الجانب الموضوعي للحكم، أو في جانبه القانوني، أو في الجانبين معًا، وقد نظم المشرع هذه الطرق على نحو يمكن الطاعن من مناقشة هذين الجانبين منفردين أو مجتمعين ضمن أطر قانونية مختلفة باختلاف الأحوال القانونية لكلِّ حكم جنائي، واختلاف طريق الطعن في حدِّ ذاته.

3- المبادئ العامة لطرق الطعن في الأحكام الجنائية

لبيان المبادئ العامة لطرق الطعن في الأحكام الجنائية وجب بيان وظائف طرق الطعن ودورها إزاء الخصومة الجنائية (أولاً) وأسباب الطعون الجنائية (ثانيًا) على التفصيل التالي:

أ- وظائف طرق الطعن ودورها إزاء الخصومة الجنائية:

إنّ الحكم الصحيح قانونًا هو الثمرة الوحيدة لطرق الطعن المقررة في القانون، حيثُ يهدف المجتمع في الدعوى الجنائية إلى المحافظة على كيانه وأمنه، ولما كان من الصعب الوصول إلى الحقيقة وضمان حسن تطبيق القانون وتحقيق هذا الهدف بناءً على الحكم الصادر أول مرة في الخصومة الجنائية؛ فقد تشوب الحكم الجنائي عند صدوره بعض الأخطاء الإجرائية أو الموضوعية، أو يتبين بعد صدوره ما يجعله مجافياً للواقع أو القانون، الأمر الذي يلزم معه فتح باب الطعن في هذا الحكم¹.

ويتضح من خلال ذلك أنّ الطعن في الأحكام يؤدي دورًا إصلاحيًا للحكم الجنائي، بقصد ضمان الوصول إلى الحقيقة والتطبيق السليم للقانون، ويتم ذلك على وجهين:

- تصحيح ما يشوب الأحكام عند صدورها من أخطاء إجرائية أو موضوعية.

(1) محمود نجيب حسني، الدستور والقانون الجنائي، المرجع السابق، ص 190.

- تعديل الحكم أو إعادة النظر فيه إذا اتضح بعد صدوره أنه ينافي الواقع والقانون. ومثال ذلك: الواقعة الجديدة في الطعن بالتماس إعادة النظر، وصدور قانون أصلح للمتهم عند الطعن بالنقض⁽¹⁾، حيث يقتصر الوجه الأول لطرق الطعن على مجرد تصحيح أخطاء الحكم، أما الوجه الثاني فإنه لا يتناول حكماً خاطئاً؛ وإنما فقط يعدل حكماً صحيحاً من أجل ضمان تكيّفه مع الحقيقة الواقعية والقانونية معاً.

والخلاصة هي أنّ طرق الطعن تؤدي وظيفة هامة وهي إصلاح مضمون الحكم الجنائي عن طريق التصحيح إذا شابه الخطأ الذاتي أو التعديل إذا لم يتفق فيه الواقع مع القانون، ويُقصد بالإصلاح الحصول على حكم أكثر صحة وأفضل عدالة من الحكم المطعون فيه.

4- أسباب الطعون الجنائية:

يُعدُّ الخطأ -الذي يشوب الحكم الجنائي- سبب وجود الطعون الجنائية، وهذا الخطأ يأخذ في الحكم الجنائي أحد شكلين:

ب- 1- الخطأ العام:

ويعني ذلك أنّ الخطأ شامل وغير محدد لما يستقيم في جوهره، حيث يفترض الخطأ في الحكم الذي جرت المحاكمة فيه مفترقة إلى ضمانات أساسية من ضمانات سلامة الحكم وهي حضور المتهم وتمكينه من الدفاع عن نفسه في محاكمة عادلة⁽²⁾، وعليه فإنّ غيابه يُعتبر قرينة على وجود خطأ مفترض في الحكم ليكون سبباً للطعن بطريق المعارضة.

كما يُعتبر الخطأ محتملاً في الحكم أساساً للطعن بالاستئناف الذي يهدف إلى التحقق من سلامة الحكم لأنّ تمسك الخصم بحق الاستئناف يُعدُّ قرينة واضحة على احتمال الخطأ في الأحكام التي يجوز الطعن فيها بهذا الطريق.

والخطأ العام لا يقوم على أساس التمسك بخطأ محدد وقع بالفعل في الحكم، إنّما يقوم على أساس افتراضي أو احتمالي، وينصرف هذا الافتراض أو الاحتمال على سائر جوانب الحكم، وطبيعة الخطأ العام تفرض السير في منوال التصحيح لتكون إعادة نظر الخصومة بجانبها القانوني والموضوعي وسيلة بلوغ ذلك⁽³⁾.

(1) أحمد المهدي، المرجع السابق، ص 90.

(2) عبد الحميد الشواربي، المرجع السابق، ص 788.

(3) أبو عامر محمد زكي، الخطأ في الحكم الجنائي، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1977م، ص 280.

ب-2- الخطأ المحدد:

وهو الخطأ الذي وقع بالفعل في الحكم، ويمكن تحديده بذاته، وذلك بعد عبور الحكم مرحلة تصحيح الخطأ العام أو افتراض سلامته القانونية دون ذلك كما هو الحال بالنسبة لأحكام محكمة الجنايات، وهذا الخطأ قد يكون في القانون ويأخذ شكل مخالفة القانون أو أن يكون خطأً في تقدير الوقائع أو ظهور وقائع تدحض الوقائع التي قد انبني عليها الحكم، وهذا الخطأ يرتبط بالطعن بالنقض كوسيلة للتعديل والمراجعة، والخطأ في الواقع يرتبط بالتماس إعادة النظر كوسيلة لبعث الخصومة وعرضها على القضاء من جديد.

المطلب الثاني**العقوبات المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام**

لقد نَوَّع كلُّ من المشرع المصري والفرنسي من صور الجزاءات الجنائية التي توقع على الفاعلين والشركاء حال ثبوت مسؤوليتهم عن جريمة الإعلان الخادع، حيث نصَّوا على عدة جزاءات أصلية وأخرى تكميلية، يمكن بيانها على التفصيل التالي؛ ففي (الفرع الأول) العقوبات الجنائية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، أما (الفرع الثاني) تناولنا العقوبات الإدارية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

الفرع الأول**العقوبات الجنائية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام**

لم يقرر المشرع الجزائري سوى عقوبة أصلية واحدة، تتمثل في الغرامة، وتوقع عقوبة الغرامة على من تثبت مسؤوليته عن الجريمة، وذلك سواء أكان فاعلاً أم شريكاً، وقررت بالنسبة للشخص الاعتباري تضامنه في الوفاء بالغرامات والتعويضات المحكوم بها على الفاعلين أو الشركاء حال وقوع الجريمة باسم الشخص الاعتباري أو لحسابه.

هذا وبعد استقراء المادة (372) المتعلقة بجريمة النصب في قانون العقوبات التي تنصُّ على أن: "كلُّ من توصل إلى استلام أو تلقي أموالاً أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كلِّ ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه إمَّا باستعمال أسماء أو صفات كاذبة وإما باستعمال مناورات احتيالية لإيهام الغير بوجود سلطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي، أو لإحداث الأمل في

الفوز بأي شيء، أو الخشية من وقوع أية واقعه أخرى وهمية يعاقب بالحسب من سنة على الأقل إلى خمسة سنوات على الأكثر، وبغرامة من 20.000 دج إلى 1000.000 دج". ويستتج الباحث من هذا النص أنّ العقوبة المقررة لجريمة النصب والاحتيال تتمثل في الحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر، والغرامة المالية ما بين 500 و20.000 دج.

أمّا بالنسبة لنص المادة (38) من القانون 02-04 والمعدل بالقانون رقم 06-10 التي تعتبر كلّ مخالفة لأحكام المادة (27) و(28) بمثابة ممارسة تجارية غير نزيهة أي أن القانون يعتبر كلّ إشهار خادع غير شرعي⁽¹⁾، وهذا النوع من الإشهار -وبلا تحفظ- ممنوع ويعاقب عليه بغرامة من خمسين ألف (50,000 دج) إلى خمسة ملايين دينار جزائري (5000,000 دج)". وكما سبق بيانه لم يشترط المشرع في الصور الإشهار التضليلي⁽²⁾ الثلاثة، والتي هي محددة بنص المادة (28) من قانون 02-04 والمعدل بالقانون رقم 06-10 أي قصد جنائي واكتفى بالركن المادي في كل صورة منها، مما يجعل الإشهار التضليلي يدخل ضمن طائفة الجرائم المادية.

وأيضًا من جهة أنّ المشرع لم يشترط وقوع نتيجة والمتمثلة في التضليل؛ بل اكتفى بإمكانية حدوثه حسب كلّ حاله، لذلك فإنّ الإشهار التضليلي يُعتبر من قبيل الجرائم السلوكية. بيد أنّه هناك ملاحظة بالنسبة لصور الإشهار التضليلي الذي يتمّ تحديده في المادة (28) من القانون 02-04 فهي جاءت على سبيل الذكر، وليست على سبيل الحصر أي يمكن أن تكون هناك صور أخرى للإشهار المضلل وتقوم الجريمة بتوفر ركنها المادي والمعنوي. أمّا عقوبة الإعلان الكاذب والمضلل ووفقًا لمدونة الاستهلاك الفرنسي العام فتتجسد فيما يلي:

عقوبة الحبس، وتتراوح بين عامين كحدّ أقصى وثلاثة أشهر كحدّ أدنى، وعقوبة الغرامة التي يصل الحدّ الأقصى لها ربع مليون فرنك وحدها، وحدها الأدنى مائة فرنك فرنسي⁽³⁾.

(1) أنظر: دليل المستهلك الجزائري، وزارة التجارة، الجزائر، نوفمبر 2011م، ص146.

(2) عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق -جامعة ورقلة، 2007م، ص137.

(3) بتول صراوة عبادي، التظليل الإعلاني التجاري، الطبعة الأولى، منشورات حلي الحقوقية، بيروت، 2011م، ص226.

ولابدّ من توضيح الجرائم المذكورة في قانون العقوبات، والمنوه عنها من قبل قانون حماية المستهلك رقم (89-02) المؤرخ في 07-02-1989م، والمتعلقة بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وهي المادة (429، 430، 431 و432) من قانون العقوبات الجزائري. فالمادة (429) من قانون العقوبات الجزائري، ذهبت إلى النص على خداع أو محاولة خداع المتعاقد في الصفات الأساسية للمنتج، فيما يخص طبيعته، وتركيبه، ونسبة مقوماته، أو نوعه، ومصدره، وكميته⁽¹⁾...إلخ.

فأذنية السيئة المتّجهة إلى الإضرار بالغير ظاهرة، والقصد الجنائي قائم، وقد عاقب المشرع الجزائري بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج، أو بإحدى العقوبتين، إضافة إلى إعادة الجاني للأرباح التي حصل عليها بدون وجه حق، من جراء عملية الغش.

هذا ولقد رفعت المادة (430) من قانون العقوبات الجزائري عقوبة الحبس إلى خمس سنوات، إذا استعمل في جريمة الغش أو الشروع فيها بوسائل وأدوات خاطئة وطرق احتيالية. وأمّا المادة (431) من قانون العقوبات الجزائري، فقد نصت على الغش أو البيع، أو العرض للبيع المواد الصالحة لتغذية الإنسان، أو الحيوان، أو المواد الطبية أو المنتجات الفلاحية. كذلك البيع أو عرض للبيع المواد التي تستعمل في الغش، أو الحث على استعمالها بمختلف وسائل الإعلام.

وقد تعلقّت المادة (432) من قانون العقوبات الجزائري بإلحاق المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة، بالشخص الذي يتناولها، مرضًا، أو عجزًا عن العمل، أو فقد عضو أو موته، وذلك ببيعها أو عرضها للبيع.

ذلك أنّ نية الإضرار واضحة ومتجلية والقصد الجنائي متوفر، وقد رتب المشرع الجزائري عقابًا يتناسب مع الضرر بحيث إذا سببت المادة المغشوشة المبيعة أو المتناولة في مرض الشخص وعجزه عن العمل، فهنا الجاني يُعاقب بالحبس من سنتين إلى عشر سنوات، وبغرامة من 20000 دج إلى 200000 دج، وإذا سببت هذه المواد المغشوشة أو المسمومة أو الفاسدة

(1) فاتح كمال، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر الغشّ في البضائع (دراسة مقارنة)، طالب باحث بوحدة قانون الاستهلاك والمنافسة، كلية الحقوق بفاس، المغرب، دون سنة النشر، ص 05.

للشخص في مرض غير قابل للشفاء، أو فقد أحد الأعضاء أو عاهة مستديمة، فهنا يرفع الحبس من عشر (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة. أمّا إذا توفي الشخص فالعقوبة تكون الإعدام. ولم يحل قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 89-02 المؤرخ في 07-02-1989م، إلى المادة (433) ق.ع.ج غير أنّ الباحث تطرق لها لأهميتها وتعلقها بحياسة المواد المغشوشة، والمسومة، أو حياسة الأدوات ووسائل الغش.⁽¹⁾

هذا وقد أحال قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 89/02 المؤرخ في 07/02/1989م إلى المادتين (288)، (289) من ق.ع.ج، والمتعلقة بالقتل والجرح خطأ. فالمادة 288: نصّت على القتل خطأ لعدم مراعاة الأنظمة وقد عاقب عليها بالحبس من ستة (6) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات، وبغرامة من 1000 دج إلى 20000 دج. أمّا المادة: 289: فإنّها نصّت على الإصابة أو جرح أو مرض أدى إلى العجز الكلي عن العمل، لمدة تتعدى ثلاثة أشهر، فيعاقب عنه بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 500 دج إلى 15000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

أمّا الآن، فيتبادر التساؤل حول علاقة هذه المواد (429، 430، 431، 432) من قانون العقوبات بالإشهار الكاذب؟

ذلك أنّ المادة 429: من ق.م.ج نصّت على الغش في المواد الاستهلاكية، ولم تنشر صراحة إلى الإشهار الكاذب، أمّا المواد (430، 431، 432) من ق.ع.ج، تطرقت بصورة مباشرة وواضحة إلى تغليط المستهلك عن طريق البيع أو عرض للبيع مواد فاسدة ومغشوشة والتي تتم عادة وكما تشهده أسواقنا عن طريق الإشهار الشفوي، أو عن طريق بيانات كاذبة. فكل هذه الوسائل تعتبر إشهارًا كاذبًا تهدف إلى غش وتغليط المستهلك.

أمّا القانون المصري فقد نصّ في المادة (72) على أنّه: "إذا نشأت عن مخالفة أيّ حكم من أحكام هذا القانون إصابة شخص بعاهة مستديمة أو بمرض مزمن أو مستعص، تكون العقوبة السجن وغرامة لا تقلّ عن مائة ألف جنيه ولا تجاوز مليون جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة محل الجريمة أيهما أكبر.

فإذا رأت المحكمة تطبيق حكم المادة (17) من قانون العقوبات فإنّه لا يجوز النزول بالعقوبة المقيدة للحرية عن الحبس مدة سنة واحدة.

(1) قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 89-02 المؤرخ في 07-02-1989م، الجريدة الرسمية رقم 15 المعدل والمتمم.

وإذا نشأت عن المخالفة وفاة شخص أو أكثر، تكون العقوبة السجن المؤبد والغرامة التي لا تقل عن مائتي ألف جنيه ولا تجاوز مليوني جنيه، أو ما يعادل قيمة السلعة محل الجريمة أيهما أكبر".

هذا ولقد نصّت المادة (68) على أن: "يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تجاوز مليون جنيه، أو مثلى القيمة المتفق عليها مع الوسيلة الإعلانية نظير الإعلان المخالف أيهما أكبر، كل من امتنع عن تنفيذ القرار الصادر بوقف الإعلان وفقاً لأحكام المادة (57) من هذا القانون". ثم نصت المادة (71) على أن: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة، وغرامة لا تقل عن مائة ألف جنيه ولا تجاوز مليون جنيه أو ما يعادل قيمة البضاعة موضوع الجريمة أيهما أكبر، كل من خالف حكم المادة (8) من هذا القانون¹.

وفي حالة العود، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنتين ولا تجاوز خمس سنوات وتضاعف قيمة الغرامة بحديها. وفي جميع الأحوال، تقضي المحكمة بالمصادرة ونشر الحكم في جريدتين يوميتين واسعتي الانتشار على نفقة المحكوم عليه

أمّا عن العقوبات التكميلية فقد نصّ القانون المصري والفرنسي على عدة جزاءات تكميلية توقع عند ثبوت المسؤولية عن الإعلان الخادع، وتلك العقوبات التكميلية هي وقف الإعلان الكاذب ونشر الحكم الصادر بالإدانة والإعلان التصحيحي.

وتجدر الإشارة إلى أنّ المشرع الفرنسي اعتبر الصور الثلاثة السابقة عقوبات تكميلية وجوبية، بينما اقتصر المشرع المصري على عقوبة واحدة من تلك العقوبات الثلاثة السالفة وهي عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة.

- أهمية الظروف المؤثرة على الجزاء الجنائي:

لقد أفرد قانون حماية المستهلك للعقاب على جريمة الإعلان الخادع العديد من النصوص المتفرقة بين نصوص القانون نفسه وفي لائحته التنفيذية، إذ نصت المادة (6) من القانون على عذر قانوني معفي العقاب يتحقق حال عدم قدرة المعلن على التحقق من صحة المعلومات الفنية التي قدمها له المورد، في حين أضافت المادة (24) من ذات القانون ظرفاً مشدداً للعقاب على

(1) قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018، عدد رقم 13 مكرر (أ)، الصادر في 1 أبريل 2019.

جريمة الإعلان الخادع يتمثل في عودة الجاني إلى ارتكاب ذات الجريمة بعد سبق الحكم عليه فيها¹.

الفرع الثاني

العقوبات الإدارية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

نصَّ المشرع في جريمة الإشهار غير المشروع على الحجز والمصادرة ونشر الحكم الصادر بالإدانة كعقوبات تكميلية ويمكن تفصيل ذلك كما يأتي:

أولاً: العقوبات التكميلية في القوانين الخاصة

1- الحجز:

نصّت المادة (39) من القانون 02-04 المعدل بالقانون رقم 10-06 على العقوبات التكميلية وهي حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في أحكام المواد (26، 27، 25، 24، 23، 22، 20، 28) كما يمكنهم حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب الجريمة مع مراعاة حقوق غير حسن النية، والحجز قد يكون عينياً أو اعتبارياً، وتولت المادة (40) بيانه.

فالحجز العيني هو الحجز المادي للسلع، أمّا الحجز الاعتباري فهو المتعلق بالسلع التي لا يُمكن للمخالف أن يُقدمها لسبب ما، وفي حالة الحجز العيني يُكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، إذ تشتمل المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين، وعندما لا يمتلك مرتكب المخالفة محلات للتخزين يخول الموظفين المؤهلون حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتكريس المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لذلك بالخصوص⁽²⁾.

بحيث تكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى أن يصدر قرار العدالة وتكون التكاليف المرتبطة بالحجز على عاتق مرتكب المخالفة، وفقاً للمادة (41) من هذا القانون. وفي حالة الحجز الاعتباري، تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المنقوع عليه والمطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن

(1) القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الصادر بتاريخ 25 فبراير 2009، الجريدة الرسمية للجمهورية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

(2) أنظر: المادة 39، 40 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العامة ولا يمكن المخالف تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته وإذا تمّ بيع المواد المحجوزة يدفع المبلغ الناتج عن البيع إلى أمين خزانة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة، وذلك وفقاً لما رأت المادة (42).

هذا وعندما يكون الحجز على الموارد سريعة التلف، يُمكن للوالي المختص إقليمياً بناءً على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة. البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجاناً إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والاحتياطي، وعند الاقتضاء، إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها.

هذا وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع المبلغ الناتج عن بيع هذه السلع لدى أمين خزانة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة تطبيقاً لنص المادة (43).

2- المصادرة:

لقد أكملت المادة (44) من هذا القانون العقوبات التكميلية إذ أضافت إلى الحجز مصادرة السلع المحجوزة، إذا تعلق المصادرة بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم هذه إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها، وفي حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها. بحيثُ عندما يحكم القاضي بالمصادرة يُصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسباً للخزينة العمومية¹.

هذا وقد نصت المادة (45) من هذا القانون على أنه: "في حالة صدور قرار القاضي برفع اليد على الحجز تُعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، عندما يصدر قرار رفع اليد عن حجز السلع ثمّ بيعها أو التنازل عنها مجاناً أو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز⁽²⁾، ولصاحب السلع المحجوزة الحقُّ في أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحق به.

(1) القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الصادر بتاريخ 25 فبراير 2009، الجريدة الرسمية للجمهورية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009

(2) أنظر: عبدلي حمزة، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك، رسالة الماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2007 / 2006م، ص 155

3- إجراء الغلق:

ذهبت المادة (46) من هذا القانون إلى التأكيد على أنّ الوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ قراراً بإجراء الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً، ويكون قرار الغلق قابلاً للغلق أمام العدالة، وفي حالة إلغاء قرار الغلق يمكن للعون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة.

كما تضاعف هذه العقوبة في حالة العود، ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري إضافة إلى أنه يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة واحدة.

4- نشر القرار أو الحكم الصادر بالإدانة:

أوضحت المادة (48) من هذا القانون أنه يمكن للوالي المختص إقليمياً وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائياً بنشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منهما في الصحافة الوطنية أو لصفها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها. يُعدُّ نشر الحكم الصادر بالإدانة جزءاً مكماً للجزاء الأصلي، ونادراً ما ينصُّ عليه في القانون العام غير أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك لما له من أثر فعّال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك؛ حيثُ يصيب المحكوم عليه في شرفه واعتباره، وعليه لا يجوز الحكم به إلا إذا نصَّ المشرع على ذلك صراحة.

والنشر قد يكون بالإعلان على واجهة المنشأة أو في الصحف، أو الإذاعة المرئية والمسموعة من أجل إعلام المستهلكين والمتعاملين بالجرائم المرتكبة بما يحقق الهدف من العقوبة، والمتمثل في فقدان الثقة في المنشأة أو رب العمل الذي ارتكب الجريمة وحرمانه، أو تقليل حجم مكاسبه المالية في المستقبل نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه؛ ومن ثم حرصت العديد من التشريعات المقارنة على الأخذ بهذا الجزء في قوانين حماية المستهلك وتكون مدة النشر أي تعليق الحكم شهر واحد.⁽¹⁾

(1) أنظر: أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية مصر، سنة

ويكون التعليق أو النشر على نفقة المحكوم عليه في المحكمة لهذا الغرض، ولا يميز المشرع في نص المادة (18 مكرراً) من قانون العقوبات الجزائي بين الجنائية والجنحة، حيث يجوز الحكم بها في كلِّ الجرائم، إلا أنه يشترط أن تكون هذه العقوبة مقررة بنص صريح في القانون. (1)

ولقد نصَّ القانون المصري أيضاً على أن: "تقضي المحكمة بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه في جريدة يومية واحدة والمواقع الإلكترونية واسعة الانتشار، ويلتزم الجهاز بالإعلان تفصيلاً في موقعه الإلكتروني عن الأحكام النهائية الصادرة بالإدانة وفقاً لأحكام هذا القانون، على أن يستمر الإعلان لمدة ثلاث سنوات من تاريخ صدور الحكم وعلي قلم كتاب المحكمة المختصة موافاة الجهاز بصور رسمية من تلك الأحكام دون أيِّ إجراءات أو سداد رسوم قضائية أو غيرها من الرسوم". (2)

أمّا بالنسبة للعقوبات التكميلية لجريمة النصب والاحتيال فإنّها تُعتبر عقوبات جوازيه متروكة للقاضي، وتتمثل في الحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة (14) أو من بعضها، وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل، وخمس سنوات على الأكثر.

والحقوق المشار إليها في المادة (14) هي الحقوق الوطنية المنصوص عليها في المادة (14 مكرراً) من (القانون رقم 06-23) المؤرخ في 20 ديسمبر 2006م والتي جاء فيها الآتي:

يتمثل الحرمان من ممارسات الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية في:

- 1- العزل أو الإقصاء من كافة الوظائف والمناصب العمومية التي لها علاقة بالجريمة.
- 2- الحرمان من حق الانتخاب والترشح ومن حمل وسام.
- 3- عدم الأهلية لأن يكون مساعداً محلفاً أو خبيراً، أو شاهداً على أي عقد أو شاهد أمام القضاء إلا على سبيل الاستدلال فقط.
- 4- حرمانه من الحق في حمل الأسلحة، وفي إدارة مدرسة أو الخدمة في مؤسسة للتعليم بوصفه أستاذاً أو مدرساً أو مراقباً.
- 5- عدم أهليته لأن يكون وصياً أو مقدماً.
- 6- أن تسقط حقوق الولاية كلها أو بعضها.

(1) المادة 18 مكرر من قانون العقوبات الجزائي

(2) أنظر: الجريدة الرسمية، (تابع)، العدد 37، المادة (75) من قانون العقوبات.

أمّا المنع من الإقامة فقد فسرتة المادة (11) من نفس القانون السابق فورد فيها تحديد الإقامة، وهو إلزام المحكوم عليه بأن يقيم في نطاق إقليمي يعينه الحكم لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، ويبدأ تنفيذه من يوم انقضاء العقوبة الأصلية أو الإفراج عن المحكوم عليه.⁽¹⁾

ثانياً: معاينة المخالفات ومتابعتها

1- معاينة المخالفات:

يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة المخالفات في منظور المادة (49) من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛ الموظفون الآتي ذكرهم:

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية
- أيضاً المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التي تتبع الإدارة المكلفة بالتجارة
- وكذلك الأعوان بالإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعنيون بهذا الغرض.

ويلزم أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية اليمين وأن يفوضوا بالعمل وفقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها. وينبغي أن يبين الموظفون خلال القيام بمهامهم وظيفتهم وأن يقدموا تفويضاً بالعمل عمّا يمكنهم لإتمام مهامهم وأن يطلبوا تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليمياً ضمن احترام نصوص قواعد الإجراءات الجزائية.⁽²⁾

كما توهمت المادة (50) من هذا القانون أنّ الموظفين المذكورين سابقاً يمكنهم القيام بتفحص كافة المستندات التجارية والإدارية أو المالية أو المحاسبية، وكذا أية وسائل معلوماتية، دون أن يُمنعوا من ذلك بحجة السر المهني؛ إذ يمكنهم أن يتشربوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها، وتضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز وترجع في نهاية التحقيق، وتحرر حسب الحال محاضرة الجرد أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة أو تسليم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة، ويمكن لهؤلاء الموظفين القيام بحجز البضائع وفقاً للمادة (51)، ولهم كذلك حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، وبصفة

(1) منصور رحمانى، القانون الجنائي للمال والأعمال، الجزء الأول، دار العلوم، عنابة، سنة 2012م، ص20.

(2) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام، دار هومة، الجزائر، 2008م، ص50.

عامة إلى أيّ مكان باستثناء المحلات السكنية التي يُمكن دخولها طبقاً للقواعد والإجراءات الجزئية⁽¹⁾.

كذلك يمكنهم القيام بفتح أيّ طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل وكلّ هذه المهام المشار لها في المادة (52) وكلّ عرقلة أو كلّ فعلٍ من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين المذكورين في السابق يعاقب عليه بالمادة (53) من هذا القانون بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من 10000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين⁽²⁾. هذا ويدخل في منظور المادة (54) المعارضة لمراقبة الموظفين المكلفين بالتحقيقات: ومن ذلك:

- 1- رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح للموظفين بتأدية مهامهم.
- 2- أن يعارض العون الاقتصادي أداء الوظيفة عن طريق أي عمل يرمي على منعهم من الدخول الحرّ لأيّ مكان غير المحل السكني الذي يسمح بدخوله وفق الإجراءات الجزائية فقط.
- 3- رفض الاستجابة المتعمد لاستدعاءاتهم.
- 4- أن يوقف العون الاقتصادي نشاطه أو أن يحتّ أعواناً اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم بقصد التهرب من المراقبة.
- 5- أن يستعمل العون الاقتصادي المناورة؛ للمماطلة أو العرقلة بأيّ شكلٍ كان؛ لإنجاز التحقيقات.
- 6- إهانة الموظفين أو تهديدهم أو شتم أو سب اتجاههم.
- 7- ممارسة العنف أو التعدي الذي يمس بسلامتهم الجسدية أثناء تأدية مهامهم أو وظائفهم. وفي هاتين الحالتين الأخيرتين تتم المتابعات القضائية ضد العون الاقتصادي المعني من طرف الوزير المكلف بالتجارة أمام وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، وذلك بصرف النظر عن المتابعات التي ينشرها الموظف ضحية الاعتداء شخصياً.

(1) عجاب عماد، الدور الرقابي للأجهزة الإدارية والقضائية لضمان حماية المستهلك في الجزائر. مجلة التراث. ع. 5 (آذار 2013، ص72).

(2) المادة (31) من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

هذا ولقد نصَّ القانون المصري على أن: "يُعاقب بغرامة لا تقلُّ عن عشرين ألف جنيه ولا تتجاوز خمسمائة ألف جنيه، كلُّ من ارتكب أيًّا من الأفعال الآتية:

1- حال دون أداء مأموري الضبط القضائي المخولين بتنفيذ أحكام هذا القانون لأعمال وظائفهم.

2- امتنع عن موافاة الجهاز بالبيانات أو الأوراق أو المستندات المنصوص عليها في المادة (54) من هذا القانون.

3- قام بإمداد الجهاز ببيانات أو بأوراق أو مستندات غير صحيحة مع العلم بذلك".⁽¹⁾
هذا وتثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في القانون الجزائري طبقاً لنص المادة (55) في محاضر تبليغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً، أمّا المادة (56) من هذا القانون فإنّها أشارت إلى البيانات الأساسية المضمنة في المحاضر التي يحررها الموظفون المذكورون، وذلك دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش، تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعانيات المسجلة، وتتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات وهوية وصفة مرتكب المخالفة ونشاطهم وعناوينهم.

وتسند المخالفات إلى النصوص التنظيمية المعمول بها، كما توضح العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندما يمكن أن تعاقب المخالفة بغرامة المصالحة، وفي حالة الحجز تبين المحاضر ذلك وترفق بها وثائق جرد المنتجات المحجوزة، كما نوهت المادة (57)، وتحرر المحاضر في ظرف خلال ثمانية أيام ابتداءً من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن توقع من قبل الموظفين الذين عاينوا المخالفة، ويجب أن يذكر في المحاضر، بأنّ مرتب المخالفة قد تمّ إعلامه بتاريخ ومكان تحريرها، وتمّ إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير من أجل توقيعه.⁽²⁾

أمّا إذا قام مرتكب المخالفة برفض الحضور أو التوقيع، أو عارض غرامة المصالحة المقترحة يقيد ذلك في المحضر، حسب المادة (58) من هذا القانون واستناداً إلى المواد (214-219) من قانون الإجراءات الجزائية وأيضاً وفقاً للمادتين (56) و(57) من هذا القانون تكون محاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية، إلى أن يطعن فيها بالتزوير. أمّا المادة (59) فإنّها نصت

(1) المادة (67)، قانون العقوبات الجزائري.

(2) يراجع نص المادة (57) من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

على أنّ هذه المحاضر لابدّ من تسجيلها في سجل خاص ملقب ومؤثر عليه حسب الأشكال القانونية.

2- متابعة المخالفات:

لقد أشارت المادة (60) من هذا القانون إلى خضوع المخالفة لاختصاص الجهات القضائية؛ إلاّ أنّه يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين للمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي 100,000 دج استناداً إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين.

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق 100,000 دج وتقل عن 300,000 دج يمكن للوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين للمصالحة، وذلك استناداً إلى المحضر المعدّ من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.

هذا وعندما تكون المخالفة مسجلة في حدود غرامة تفوق 300,000 دج فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يتم إرساله مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

ولقد أعطت المادة (61) من ذات القانون الحقّ للأعوان الاقتصاديين المخالفين في معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة. كما يحدد أجل معارضة الغرامة لثمانية أيام تبدأ من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة.

هذا ويُمكن للوزير المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، وفي حالة موافقة الأشخاص المتابعين على المصالحة فإنهم يستفيدون من تخفيض 20% من مبلغ الغرامة المحتسبة؛ وعليه تنهي المصالحة المتابعات القضائية إذا ما لاحظ أنّ هناك خطراً يهدد صحته وسلامته وأمنه من جرّاء ما يُعرض عليه يومياً وبصورة متجددة وممتوعة من منتجات وخدمات، ولقد أكد على ذلك قانون حماية المستهلك الجزائري في مادته (3/19) والتي نصّت على ضرورة إعلام المستهلك بكافة الوسائل، وعلى نفقة المنتج عندما يكون هناك منتج يحتوي على خطر من شأنه تهديد صحة وسلامة المستهلك ومنها ما نشره التلفزيون الجزائري في نشرات الأخبار حول فساد "مادة الكشير بلاط".

وقد أشار أيضاً قانون حماية المستهلك الجزائري، إلى الإجراءات الإدارية والوقائية التي ينبغي للسلطة الإدارية المختصة أن تتخذها من أجل سحب المنتج من مسار عرضه للاستهلاك، أو تأمر بإعادة توجيهه، أو تغيير اتجاهه أو إتلافه. وكل هذه الإجراءات تقرر بموجب قرار مسبب، وهذا ما دعمته وأكدته المادة (20) من قانون حماية المستهلك رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989م، وكما سبق بيانه في القانون الفرنسي فإنّ البطاقات اللاصقة التي يحتويها المنتج أو الخدمة هي بمثابة إشهار بحيث تحتوي على مكونات المنتج، وعلى وزنه، ومنشأه، وتاريخ صنعه وانتهاء صلاحيته ومصدره... إلخ من البيانات الأساسية؛ فكل منتج يجب أن يحمل هذا الرسم وكل منتج لا يحتويه، فإنّه يحجز بموجب قرار يصدر من السلطة الإدارية المختصة طبقاً لنص المادة (21) من قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989م والمعدل والمتمم بالقانون رقم 03¹/09.

هذا ولا تقوم السلطة الإدارية المختصة، فقط بحجز المنتج الغير مطابق للأوصاف أو توجيه وإتلاف المنتج الذي ثبت خطره على المستهلك، حيث إنّها قد تتخذ قراراً إدارياً يقضي بتوقيف نشاط المؤسسة المنتجة مؤقتاً، وهذا ما دعمته المادة (22) من قانون حماية المستهلك الجزائري تحت رقم 89/02 المعدل بالقانون 03/09.

وكذلك فقد نصّ نفس القانون في مادته (23)، إلى جمعية حماية المستهلك التي لها الحق في الدفاع عن المستهلك ضدّ كلّ ما يهدد صحته وأمنه وسلامته، وذلك بتأسيسها كطرف مدني أمام القضاء، وتستطيع أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات متعلقة بالمنتجات وهذا تحت مسؤوليتها وعلى نفقتها الخاصة، ولها أن تنشر أعمالها لكي يعلم بها المستهلك وعامة الجمهور.⁽²⁾

هذا وقد تقوم السلطة الإدارية باتخاذ إجراء المصادرة، وفقاً للمادة (26) في حالة عدم امتثال المنتج لتعليماتها في الأجل المعطى له، وتغيير المنتج لتعليماتها في الأجل المعطى له، وتغيير المنتج الضار، أو عدم جعل المنتج غير مطابق للمواصفات، وفي هذه الحالة؛ أي عدم تقييد المنتج بتعليمات السلطة الإدارية من تحسين المنتج أو تغييره، وإضافة إلى الإجراء للمصادرة قد

(1) قانون حماية المستهلك الجزائري رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989م والمعدل والمتمم بالقانون رقم 03/09

(2) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 251.

تأمر السلطة الإدارية بإتلاف المنتج تحت نفقة المنتج⁽¹⁾، وكذا من الممكن أن تصدر أمراً بالغلق النهائي للمؤسسة المنتجة وسحب رخصتها وسجلها التجاري أو البطاقة الحرفية.

وتكون عملية سحب الرخصة بطلب مسبق من السلطة الإدارية المختصة إلى هيئة القضاء للفصل فيها، وهذا ما أشارت إليه المادة (27) وعاقبت عليه المادة (1/28)؛ فالمنتج الذي يخالف أحكام المادة (3:2) والمتعلقة باستجابة المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك، فيما يخص طبيعته، وصنعه، ومميزاته الأساسية، وتركيبته، ونسبة مقوماته وهويته وكمياته، يعاقب بالعقوبات المقررة في المواد (429-430-431) من قانون العقوبات الجزائري.

كما وعاقبت المادة (28/2)، بالحبس من عشرة أيام إلى شهرين، وبغرامة من 100 إلى 1000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين؛ كل من يخالف أحكام المادة (1/3) المتعلقة بضرورة توفر المنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك على المقاييس، والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه.

أمّا المادة (2/3)، فإنّها قد أشارت إلى استجابة المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك فيما يخص النتائج المرجوة منه، خاصة ما يتعلق بمقاييس تغليفه، وذكر مصدر البضاعة، وتاريخ الصنع وانتهاء الصلاحية، وكيفية الاستعمال، والاحتياجات الواجب أخذها بعين الاعتبار، وعمليات المراقبة التي أُجريت عليه. كما تطبق العقوبات ذاتها المشار إليها في المادة (28/2) لمخالفة أحكام المادة (4) والمتعلقة بتكيف العناصر المشار لها في المادة (3) حسب طبيعة المنتج وصنعه أو الخدمة التي تميزه والتي ينبغي أن يعلم بها المستهلك.

كما وتطبق ذات العقوبة المشار إليها في المادة (28/2)، لمخالفة أحكام المادة (5)، والتي تخصّ عملية التأكد على وضع المنتج أو الخدمة للاستهلاك ومطابقته لقواعدها الخاصة، وقد أشارت المادة (5) إلى جملة من الأشخاص الذين توكل إليهم مهمة التأكد من مطابقة المنتج أو الخدمة لمواصفاته ومميزاته الأساسية، وهم المنتج، الوسيط، الموزع، وكلّ متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بنفسه أو عن طريق الغير.

وكذلك عاقبت المادة (28/2) على مخالفة أحكام المادة (6) والمتعلقة بالضمان، بحيث إنّ كلّ منتج أو خدمة يجب أن يتضمن شرط الضمان، وهذا الأخير يختلف من منتج لآخر وكلّ شرط يقضي بعدم الضمان يُعتبر لاغياً.

(1) نفس المرجع، ص 253.

أمّا المادة (28/3)، فإنّها قد نصّت على تطبيق نفس العقوبات المشار إليها في المادة (28/2) على مخالفة أحكام المادتين (10) و(16)⁽¹⁾.

حيثُ تتعلق المادة (10) بمطابقة المنتجات المستوردة لأحكام المادة (3)، وهي استجابة المنتجات أو الخدمات للرغبات المشروعة للاستهلاك فيما يخص النتائج المرجوة منه من تاريخ الصنع وتاريخ انتهاء الصلاحية، واحتياجات الاستعمال... الخ.

وتُطبق نفس العقوبات المشار إليها في المادة (28/2) على مخالفة أحكام المادة (16) والتي تتعلق ببعض المنتجات التي ينبغي أن تحصل على رخص قبل إنتاجها أو صنعها الأولي نظرًا لأخطارها.

وكذلك نصت المادة (16) على أن يرفق تنظيم يحدد قائمة هذه المنتجات، وكذا طرق تسليم الرخص أو الرفض أو سحبها.

أمّا المادة (29/1) فإنّها أحالت إلى تطبيق المواد (288) و(289) من قانون العقوبات الجزائري، على التقصير في تصنيف كلّ أو بعض من العناصر المنوه عنها في المادة (3) المذكورة سابقًا، وتسبب هذا التقصير في عجز جزئي، أو دائم، أو حالة وفاة، زيادة على التعويضات المدنية التي تفرض على الجناة، هناك أيضًا العقوبات السالبة للحرية.⁽²⁾

أمّا المادة (29/2)، فإنّها نصت على التعمد في التقصير المتعلق بالمنتج أو الخدمة حيث تطبق عليه المادة (432) من قانون العقوبات الجزائري.

(1) نص المادة (28/3) من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(2) أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص 254

المبحث الثاني

الحماية القانونية للمستهلك المتعاقد إلكترونياً

لقد ساهم الانتشار الواسع في استخدام شبكة الإنترنت في تطور وازدهار حجم التجارة الإلكترونية، حيث مكن ذلك من سرعة وسهولة القيام بالمبادلات التجارية للسلع والخدمات ما بين المستهلكين والمحترفين في شكل عقود إلكترونية مختلفة، وحتى يتم إبرام هذه العقود، يقوم المستهلك بإرسال معلوماته الشخصية في إطار تأكيده على اقتناء السلعة أو الخدمة، والتي من شأنها أن تكون عبارة عن بيانات اسمية، أو أرقام بطاقة الائتمان الخاصة به.

وفي الواقع تثير عملية إبرام العقود في مجال التجارة الإلكترونية عدة تحديات، بشأن توفير الحماية القانونية للمستهلك، وبصفة خاصة تلك المتعلقة بحمايته من الاطلاع على بياناته الشخصية التي يقدمها قبل أو أثناء إبرام العقد الإلكتروني، ولذلك كان المستهلك الإلكتروني في حاجة لتوفير الحماية القانونية له في هذا المجال.

هذا ونظراً لما توفره المستندات الإلكترونية للمستهلك من ثقة وأمان في التعاملات التجارية الإلكترونية، وحفظ للحقوق وتوضيح للالتزامات، فقد أولتها التشريعات المقارنة أهمية بالغة وصلت إلى حدّ تجريم الأفعال التي من شأنها المساس بها كإتلافها أو تزويرها، وهذا وذلك من أجل حمايتها جنائياً، وبطريقة غير مباشرة كحماية جنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ولذلك سيكون هذا المبحث عبارة عن محاولة للبحث عن صور هذه الحماية، ويبدأ ذلك بصور الحماية الجنائية للمستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني (المطلب الأول) ويتبعه الحماية الجنائية للمستهلك أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الحماية الجنائية والتقنية للمستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني

باعتبار المستهلك الإلكتروني هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية عن بعد فإن ذلك يستلزم تدخل المشرع لتوفير الحماية اللازمة له عن إبرام العقد الإلكتروني؛ وهو ما يتطلب من الباحث دراسة ذلك اعتماداً على ثلاث فروع ففي (الفرع الأول) الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، أما (الفرع الثاني) الحماية التقنية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وقد خصص (الفرع الثالث) للحماية الجنائية لوسائل الدفع الإلكتروني الخاصة بالمستهلك.

الفرع الأول

الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

ذهبت بعض التشريعات المقارنة إلى تعريف البيانات الشخصية، ومن بينها التوجيه الأوربي رقم: (CE95-46) والذي عرّفها في المادة (2) منه، على أنّها: "البيانات التي تتعلق بشخص معروف أو قابل للتعريف أو غير ذلك، من الميزات الشخصية والجسدية والعقلية والاقتصادية والثقافية أو الهوية الاجتماعية أو عبر البيانات المحفوظة لدى المراقب".⁽¹⁾

ويشمل هذا التعريف أي نوع من البيانات الشخصية في تحديد هوية الشخص، مثل الاسم، ورقم الضمان الاجتماعي، ورقم تسجيل السيارة الخاصة به، ورقم الهاتف سواء الثابت أو الجوال، ورقم البطاقة الائتمان والعنوان الإلكتروني⁽²⁾، ويقتضي ذلك، أنّ البيانات التي تحذف عناصر التعريف بالشخصية تكون خارجة عن مفهوم البيانات ذات الطابع الشخصي وتخرج عن دائرة الحماية القانونية.

ولقد أخذ التشريع الفرنسي بذات التعريف، وهو ما نصّت عليه الفقرة الثانية من المادة (2) من قانون حماية البيانات الشخصية رقم: 17/1978 المؤرخ في 06 كانون 1978.⁽³⁾ هذا ويمكن توضيح صور الاعتداء على الحق في الخصوصية المعلوماتية للمستهلك الإلكتروني ثم بيان حمايته في التشريعات المقارنة في النقاط الآتية:

أولاً: صور الاعتداء على الحق في الخصوصية المعلوماتية للمستهلك الإلكتروني

1- جمع البيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني دون موافقة:

وهذا النوع من الاعتداء على البيانات الشخصية المتعلقة بالمستهلك يتحقق عند إقدامه على شراء السلعة أو الخدمة عبر الإنترنت، وذلك بمراقبة أو اعتراض أو تفريغ أو قراءة الرسائل المتبادلة بينه وبين المتدخل عن طريق البريد الإلكتروني، أو عن طريق اختراق المواقع الإلكترونية

(1) Directive 95:46:CE du Parlement européen et du Conseil، du 24 octobre 1995، relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données J. O n° L 281 du 23/11/1995 p 0031، 0050

(2) Cécile NLEND، LA PROTECTION DU MINEUR DANS LE CYBERESPACE، Thèse du doctorat، UNIVERSITE DE PICARDIE JULES VERNE AMIENS، 2007، p: 32.

(3) Loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 relative à l'informatique، aux fichiers et aux libertés.

أو الأجهزة الشخصية، أو غير ذلك من الأساليب التي من شأنها تمكين الجاني من جمع البيانات بشكل غير مشروع⁽¹⁾،

مثل: التصنت على المكالمات التي تتم عن طريق شبكة الإنترنت وما تحتويها من بيانات شخصية عن المستهلك⁽²⁾، وهذا بغير إذن أو موافقة مسبقة منه، حيث يستعمل الجاني لجمع البيانات الشخصية برامج إلكترونية مخصصة لذلك، وهذا مثل برنامج الكوكيز⁽³⁾ "Cookies"، وبرامج التجسس الإلكتروني⁽⁴⁾ "Spyware".

2- الاطلاع غير المشروع على البيانات الشخصية للمستهلك:

ويتمثل هذا الاعتداء في قدرة الجاني على الاطلاع التام على المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلك، وهو ما يتشكل معه اليقين بعلمه بها، ويكون ذلك من طرف شخص غير مرخص له الولوج إلى تلك المعلومات والبيانات الشخصية قانوناً⁽⁵⁾، ويتم الاطلاع غير المشروع على البيانات الشخصية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، إمّا عن طريق اختراق المواقع الإلكترونية، أو عبر اختراق شبكات الاتصال للوصول إلى قواعد تلك البيانات⁽⁶⁾.

(1) أسامة بن غانم العبيدي حماية الحق في الحياة الخاصة في مواجهة جرائم الحاسب الآلي، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، السعودية، 2015، ص60، ومحمد بن عيد القحطاني، المرجع السابق، ص157.

(2) بن عقون حمزة، المرجع السابق، ص103.

(3) هو سجل بيانات متبادلة بين مزود بروتوكول نقل النص المتشعب ومتصفح المستفيد من الخدمة، يحفظ بيانات حالة الاستخدام على القرص الصلب لحاسوب المستفيد، هذا الملف يتركه المزود بقصد استرجاع ما فيه من معلومات لاحقاً، فعند إرسال معلومات للمستفيد قد يرسل المزود معها ملف Cookies يبقى في حاسوب المستفيد بعد قطع الاتصال، ويمكن لهذه الآلية أن تتيح للمزود الحفاظ المعلومات الثابتة عن المستفيد لتطبيقات صفحات الإنترنت، واستعادة حالة الاستخدام في اتصالات لاحقة، لمزيد من التفصيل، يُنظر الموقع الإلكتروني:

http://www.cert.gov.om:library_information_glossary_arabic.aspx#.VYBBI_ntkoI

الإطلاع عليه يوم: 2019/08/16م، على الساعة 19:37.

(4) وهو عبارة عن ملفات نصية صغيرة تسمح بجمع المعلومات عن المستخدم (المستهلك)، حيث تتعلق هذه المعلومات بتحديد موقعه عن طريق IP الخاص به، والمواقع الإلكترونية التي زارها، وما يفضله من سلع وخدمات، ومدة مكوثه في الموقع الإلكترونية، وغيرها من البيانات المهمة التي تستعمل بعد تحليلها لغايات الإعلانات والدراسات التسويقية، أنظر: معتوق عبد اللطيف، المرجع السابق، ص72، خالد بن عبد الله بن معيذ العبيدي، المرجع السابق، ص110.

(5) أسامة بن غانم العبيدي، المرجع السابق، ص66.

(6) محمد بن عيد القحطاني، المرجع السابق، ص159.

3- الإفشاء غير المشروع للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

يتمثل هذا الاعتداء في الإفشاء غير المشروع للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في إحدى فئتين، يتمثل الأولى في حيازة الجاني للبيانات الشخصية، سواء حصل عليها بطريقة شرعية كحيازته بقصد تصنيفها أو معالجتها وهذا في حالة المتدخل أو ممثله، أو بطريقة غير شرعية عن طريق اختراقه للمواقع الإلكترونية أو البريد الإلكتروني للمستهلك أو المتدخل.⁽¹⁾

أمّا الفعل الثاني: فيتمثل في إفشاء تلك البيانات الشخصية بما تشتمل عليه من أسرار ومعلومات شخصية عن المستهلك الإلكتروني عن طريق شبكة الإنترنت، بحيث يستطيع أي شخص الاطلاع عليها ويكون هذا الإفشاء بشكل عام.⁽²⁾

إنّ فعل الإفشاء غير المشروع للبيانات الشخصية للمستهلك، كاطلاع الغير على معلوماته أو على رقم بطاقته الائتمانية، أو على نوع السلع أو الخدمات التي قام بشرائها أو طلبها، يسبب له أضراراً مادية ومعنوية كبيرة، وبصفة خاصة إذا لم يكن يعلم أنه تم إفشاء أسراره وعلم بها الغير.

ثانياً: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية في التشريعات المقارنة

1- موقف التشريع الفرنسي:

نصّ قانون العقوبات الفرنسي على الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للأفراد بصفة عامة، والتي من شأنها أن تشتمل على الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، حيث جرّم وعاقب الاعتداء على البيانات الشخصية في المواد (16/226) إلى غاية (24/226) من قانون العقوبات.⁽³⁾

ومن بين الجرائم التي من شأنها أن تقع على المستهلك الإلكتروني، ونص عليها التشريع الفرنسي، جريمة عدم مراعاة الحيطة في حماية البيانات الشخصية المعالجة؛ حيث نصّ التشريع الفرنسي على هذه الجريمة في المادة (17/226) من قانون العقوبات حيث نصت على أن:

(1) محمد علي سالم وحسون عبيد هجيج، الجريمة المعلوماتية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد الرابع عشر، العدد السادس، بغداد، 2007م، ص95.

(2) أسامة بن غانم العبيدي، المرجع السابق، ص71، 72.

(3) ولقد تم إلغاء القانون 17/78 الصادر بتاريخ 1978/1/6 م، بقانون العقوبات لسنة 1994م، من المواد (16/226) إلى غاية (24/226)، إلا إنه أبقى على أحكام القانون السابق مع بعض التغييرات تماشيًا مع التطورات التكنولوجية التي حدثت، انظر: أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص260.

"يُعاقب بالحبس لمدة 5 سنوات وبغرامة 300000 يورو، على كلِّ من يجري، أو يأمر بإجراء معالجة إلكترونية للبيانات الشخصية، دون اتِّخاذ الاحتياطات الملائمة لحماية هذه البيانات، على وجه الخصوص والحيلولة دون تشويهها أو إتلافها أو الوصول إليها من شخص غير مصرَّح له بذلك"، ومن هذا النص يتضح أنَّه يتعين لقيام هذه الجريمة توفر ركنين مادي ومعنوي.

-الركن المادي:

ويتمثل في فعل المعالجة أو الأمر بفعل المعالجة الإلكترونية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وهذا دون اتِّخاذ الإجراءات الاحتياطية اللازمة حسب الأصول العلمية للحماية، وهذا ضد أيِّ فعل من شأنه تشويه أو إتلاف البيانات أو اطلّاع الغير عليها بغير تصريح.⁽¹⁾ ويتمثل فعل الاعتداء على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية بقيام الشركات التجارية التي تمتلك مواقع إلكترونية تجارية بمعالجة بيانات المستهلك لما يقوم باقتناء سلعة أو طلب خدمة أو الأمر بفعل المعالجة، دون اتِّخاذ الإجراءات الفنية والتقنية الواجبة والتي تحول دون تشويه هذه البيانات، أو إتلافها أو منع الغير من الإطلاع عليها، وهذا مثل عدم توفر حماية تقنية للموقع الإلكتروني التجاري التي من شأنها أن تسهل اختراق هذا الموقع من طرف المتسللين والقراصنة.

-الركن المعنوي:

ويتحقق في حالة القصد الجنائي وفي حالة الخطأ غير العمدي؛ ففي حالة القصد الجنائي تقوم مسؤولية الجاني، من انصرفت إرادته إلى أي فعل من الأفعال المكونة للسلوك الإجرامي في الركن المادي، وهو معالجة البيانات أو أمر بذلك دون اتِّخاذ الإجراءات الاحتياطية الواجبة وفقاً للأصول العلمية.

ويجب كذلك توافر علمه بأنَّ هذه الأفعال مُعاقب عليها، ومع ذلك تتصرف إرادته إلى إتيانها، كما يمكن أن تقوم في حالة الخطأ غير العمدي من طرف الجاني، فعقوبة هذا الفعل بصورتيه متماثلة، مع إعطاء السلطة التقديرية للقاضي في تقدير العقوبة اللازمة.⁽²⁾

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، المرجع السابق، ص74، شول بن شهرة وماجدة مدوخ، مرجع سابق، ص219.

(2) شنين صالح، الحماية الجنائية لبرامج الحاسوب في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الأول، 2010م، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ص188.

2- موقف التشريع الجزائري من الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

لم ينصّ المشرع الجزائري على حماية البيانات الشخصية للأفراد في قانون خاص، لكنه أشار إلى ذلك بطريق غير مباشر من خلال نصوص قانون العقوبات في المواد (394 مكرراً 2) والمتعلقة بتجريم التلاعب بالمعطيات والتعامل بها بطريق غير مشروع، وأيضاً بموجب المواد (303 مكرراً) و(303 مكرراً 3)، ولذلك يجب تناول أوجه هذه الحماية بالنصوص المتعلقة بالمعالجة الآلية للبيانات والتي تتمثل في جريمة تجميع أو الاتجار أو نشر معطيات مخزنة أو معالجة بواسطة منظومة معلوماتية.

ومن شأن هذه الجريمة أن تقع على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وحتى تقوم هذه الجريمة لابد أن يتوفر لها كل من الركن المادي والمعنوي.

-الركن المادي:

يتمثل هذا الركن بقيام الجاني بفعل أو أكثر (التجميع أو النشر أو الاتجار) من الأفعال المذكورة في نص المادة (394 مكرر 2)، وتقع على المعطيات المخزية أو المعالجة عن طريق منظومة معلوماتية، مما يستغرق أن تكون هذه المعطيات في شكل البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، ومثال ذلك: أن يقوم الجاني بتجميع البيانات الشخصية للمجموعة من المستهلكين أو الاتجار بها، والتي تحصّل عليها عن طريق اختراق منظومة معلوماتية لموقع إلكتروني تجاري شهير، أو قيامه بنشر تلك البيانات عن طريق مواقع الدردشة وغرف المحادثة الإلكترونية.

-الركن المعنوي:

إنّ هذه الجريمة من الجرائم العمدية، أي أنّ الركن المعنوي لها يتخذ صورة القصد الجنائي بعنصرية العلم والإدارة، ولذلك فعلى الجاني أن يعلم أنّ نشاطه الإجرامي يؤدي إلى الاعتداء على المعطيات المعالجة آلياً، وأن تتجه إرادته إلى القيام بهذا الفعل وهو التجميع أو النشر أو الاتجار.⁽¹⁾

(1) شنين صالح، مرجع السابق، ص 69.

الفرع الثاني

الحماية التقنية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

تتنوع وسائل الحماية التقنية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني ما بين الوسائل المتاحة للجميع (أولاً) والوسائل المحتكرة من طرف المؤسسات التجارية كالبنوك والمواقع الإلكترونية (ثانياً) على التفصيل الآتي:

أولاً: وسائل الحماية التقنية المتوفرة للجميع

وهذه الوسائل هي تقنيات إلكترونية بسيطة تسمح بالتأكد من شخصية صاحب البيانات عند ولوجه إلى الموقع الإلكتروني، أو البنك الإلكتروني الذي يحتوي على نقوده الإلكترونية⁽¹⁾، حيث يمكن على سبيل المثال أن يذكر الباحث من بين هذه الوسائل التقنية التي توفر حماية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني والتي تسمى: تقنية التأكد من شخصية المستخدم.

وهذه التقنية عبارة عن آلية تسمح باستخدام النظام أو الشبكة من قبل الشخص المخوّل له هذا الاستخدام، وتضمّ هذه التقنية كلمات السر بأنواعها، والبطاقات الذكية التي تستخدم للتعريف، إضافة إلى تقنية التعريف البيولوجية والتي تتمثل في استعمال سمات معينة تتوفر في شخص المستخدم⁽²⁾، مثل: بصمة الأصابع والتوقيع الإلكتروني وبصمة الصوت وبصمة الأذن والعين.

فتقنية التعريف أو التأكد من هوية أو شخصية المستخدم يمكنها أن تمنع الآخرين من عدم الاطلاع على البيانات الشخصية للمستهلك حال قيامه بشراء السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت. ويقرر الخبراء والتقنيون في مجال المعلوماتية، أنّ أقوى تقنية للتعريف والتوثيق من شخصية المستخدم، هي تلك التقنية التي تجمع بين هذه الوسائل جميعاً على نحو لا يؤثر على سهولة التعريف وفعاليتها⁽³⁾.

(1) بن سعيد صبرينة، مرجع سابق، ص204.

(2) عايض المري، مقال بعنوان، أمن المعلومات ماهيتها وعناصرها واستراتيجياتها، مقال منشور على الموقع الإلكتروني: http://www.dralmarri.com:show.asp?field=res_a&id=205 تم الإطلاع عليه يوم: 2019/08/15م، على

الساعة 10:58.

(3) بن سعيد صبرينة، المرجع السابق، ص205، وعايض المري، المرجع السابق.

فالهدف من استعمال تلك التقنية هو التأكد والتثبت من الهوية الصحيحة للمستخدم، وبصفة خاصة عندما يقوم شخص ما بالتعريف عن نفسه، فإنَّ هذه التقنية تسمح بالتأكد من أنَّه هو الشخص نفسه.⁽¹⁾

ثانياً: وسائل الحماية التقنية المخصصة لمستخدمي المواقع الإلكترونية

تقتصر هذه الوسائل على الأشخاص الذين يتعاملون مع المواقع الإلكترونية لأجل اقتناء السلع والخدمات المتوفرة لديها، والتي تتمثل فيما يلي:

1- تقنية حماية الخصوصية على المواقع الإلكترونية:

فرضت البيئة التنافسية ما بين الشركات في مجال التجارة الإلكترونية العمل على توفير الحماية التقنية اللازمة للأشخاص الذين يقومون بزيارة المواقع الإلكترونية التجارية لها، حيث إنَّ المتجول عبر هذه المواقع الإلكترونية يكتشف أنَّ هناك المئات من المواقع التي تروج لخدمات حماية الخصوصية، وهذا تطبيقاً لقوانين مكان تواجد المقرات الرئيسية أو الثانوية⁽²⁾، لهذه الشركات أو المؤسسات.⁽³⁾

وأيضاً تقديم خدمات ومنتجات تكون عبارة عن برامج إلكترونية من شأنها أن تحمي الخصوصية والبيانات الحساسة المتعلقة بالشخص⁽⁴⁾، إذ تقوم بإظهار ما تنتجه من تقنيات وبرامج

(1) عايض المري، المرجع المذكور أعلاه.

(2) هذا وتستند المعلومات التي تتعلق بسياسة الخصوصية في المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات والشركات التي تتواجد على الإقليم على المادة رقم: 29 من التوجيه الأوروبي رقم: CE 46/95 الذي تم اعتماده في 2001/5/17م من طرف الدول الأوروبية، والذي يتعلق بالحد الأدنى لجمع البيانات الشخصية على شبكة الانترنت، انظر : أحسن بوسقيعة، المرجع السابق، ص274.

(3) أنظر مثلاً: نموذج لسياسة الخصوصية والتعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين بشركة غوغل (Google) مقال منشور على الموقع الإلكتروني: <http://www.google.dz:intl:ar:policies:privacy> تم الإطلاع عليه يوم: 2019/8/17م، على الساعة: 17:37.

(4) ومن بين برامج الحماية التي من شأنها حماية الخصوصية والبيانات الشخصية، نذكر مثلاً برنامج مضاد الفيروسات Kaspersky وهو عبارة عن برنامج مضاد للفيروسات تم تطويره من شركة كاسبرسكي لاب الروسية، ويعمل البرنامج على أنظمة مايكروسوفت ويندوز وماكنتوش، كما يوجد نسخة أخرى من البرنامج تعمل على الهواتف الذكية، لمزيد من التفصيل عن هذا البرنامج يمكنك الاطلاع على الموقع الإلكتروني الخاص بهذا المنتج: <http://www.kaspersky.com> والذي تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2019/08/17م.

عن طريق المواد الإعلانية، سواء في مواقعها الإلكترونية أو في وسائل الإعلانات الأخرى المخصصة لذلك.

حيث توفر هذه التقنية الحماية للبيانات الشخصية لمرتادي المواقع الإلكترونية خاصة المواقع التجارية، وهذا تطبيقاً - كما ذكرت سابقاً - للقوانين السارية المفعول في مكان تواجد المقرات الرئيسية لهذه الشركات، كذا البيئة التنافسية، وما تفرضه على هذه الشركات والمؤسسات لإغراء الزبائن وجذبهم.

2- تقنية الجدران النارية:

تحتوي الشبكات وخوادم المواقع الإلكترونية التي تملكها المؤسسات والشركات الكبيرة على برامج إلكترونية تعمل على توفير الحماية الكاملة من المتسللين إليها، وتسمى هذه البرامج بجدران الحماية النارية⁽¹⁾، ولا ينحصر دور هذه البرامج في الحماية فقط، بل يتعدى ذلك إلى إنشاء الشبكات الافتراضية الخاصة ورقابة محتوى البيانات وحتى إدارة نوعية هذه البيانات.⁽²⁾

هذا وتختلف طرق استعمال جدران الحماية، بحسب السياسة المتبعة من طرف المؤسسة أو الشركة من أجل حماية المعلومات والبيانات المخزنة عندها، ومن أهم أساليب الحماية المتبعة ما يلي:

- أسلوب غربلة البيانات المرسله؛ من أجل التأكد من خلوها من أي برامج مدمرة أو وجود فيروسات.
 - أسلوب غربلة البيانات مع تغيير عناوين الرسائل المرسله من الشبكة الداخلية.⁽³⁾
- إنّ دور هذه البرامج القيام بتنظيم حركة البيانات، خاصة التي تتعلق بالأشخاص خلال التعاملات الإلكترونية بين المؤسسات والشركات التجارية والمستهلك، والحفاظ على أمن الشبكات الإلكترونية؛ وعليه فهي تُعتبر حماية تقنية لصدّ أيّ هجوم إلكتروني على هذه الشبكات أو الخوادم (Server)، من أجل التسلل إلى البيانات والاستيلاء عليها.

(1) لمزيد من التفصيل حول تعريف برنامج الجدار الناري، يرجى الرجوع إلى الصفحة رقم: 121 من هذا البحث.

(2) حسنين رجب عبد الحميد، أمن الشبكات المعلومات الإلكترونية - المخاطر والحلول -، مجلة Cybarians journal متوفرة على الموقع الإلكتروني:

www.journal.cybarians.org:index.php?option=com_content&view=article&id=629:networks&catid=257:studies&Itemid=94

الإطلاع عليه يوم: 2019/08/19م على الساعة 11:38

(3) عايض المري، المرجع السابق.

الفرع الثالث

الحماية الجنائية لوسائل الدفع الإلكتروني الخاصة بالمستهلك

عرف المشرع الجزائري وسائل الدفع الإلكتروني من خلال الأمر رقم (03-11) والمتعلق بالنقد والقرض⁽¹⁾، في نص المادة (69) والتي نصّت على أنّه: "تعتبر وسائل الدفع كلّ الأدوات التي تُمكن كلّ شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل". ويلاحظ على هذا التعريف، أنّه جاء واسعاً، وبذلك فهو يحتوي تعريف وسائل الدفع الإلكتروني، ويمكن استنتاج ذلك من خلال عبارة "كلّ الأدوات التي.."، و"مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ولذلك فإنّ المشرّع الجزائري اعترف باستعمال وسائل الدفع الإلكتروني، التي تمكن الأشخاص من تحويل الأموال، وهذا ما يُعدُّ نقطة تحويل إيجابية تُحسب له في هذا المجال.⁽²⁾

أولاً: أوجه الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني

لقد صاحب استعمال وسائل الدفع الإلكتروني والتعامل بها عبر شبكة الإنترنت، ظهوراً ونموً مضطرباً في الاعتداءات عليها، إذ أصبحت هدفاً للعصابات الدولية الإلكترونية، من أجل الاستيلاء على الأموال التي تحتوي عليها، مما دفع بالمؤسسات المالية الدولية والبنوك وأصحاب المواقع التجارية الإلكترونية إلى وضع أنظمة أمن ووسائل تقنية كفيلة بتوفير الحماية وخلق الثقة لدى المستهلك والتاجر؛ لتبادل السلع والخدمات عبر الإنترنت، ومن بين هذه الوسائل والأنظمة التقنية لتأمين عملية البيع والشراء نذكر:

(1) الأمر رقم 11/03 المؤرخ في: 26/08/2003 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية

الجزائرية، عدد64، مؤرخة في 26. غشت سنة. 2003

(2) اعتبر المشرع الجزائري وسائل الدفع الإلكتروني من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب، وهذا في الأمر رقم 05-06 المؤرخ في 23/08/2005 والمتعلق لمكافحة التهريب، الجريدة الرسمية، عدد 59 المؤرخة في 23. أوت. 2005.

1- نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة: SET⁽¹⁾

وهذا النظام عبارة عن بروتوكول يستخدم برمجيات يُطلق عليها: "برمجيات المحفظة الإلكترونية" يُخزن فيها رقم حامل البطاقة الإلكترونية والشهادة الرقمية الصادرة عن أحد البنوك المعتمدة سواء التقليدية أو الإلكترونية⁽²⁾، حيث قامت بتطويره مجموعة من الشركات العالمية الرائدة في هذا المجال، منها شركة Microsoft و IBM و VISA و Card Master بعدها انضمت إليهم American Express، وتمّ استخدامها في أول عملية تبادل مالي سنة 1997م في أمريكا، وكانت تهدف من ذلك إلى الحفاظ على أمن البيانات التي كانت تنتقل عبر شبكة الإنترنت أثناء القيام بإجراء الحركات المالية⁽³⁾.

وذلك يتمّ عملياً من خلال إصدار شهادات رقمية للمستهلك والتاجر، تشهد بصحة هويتهما أثناء قيامها بالمعاملات التجارية الإلكترونية⁽⁴⁾، بواسطة هيئة ذات ثقة عالية تسمى: "هيئة الاعتماد"، وتقوم باستخراج هذه الهويات، بعدما تتأكد من هوية المستهلك، وهوية التاجر الحقيقية، حيث يتمّ تخزينها في المحفظة الإلكترونية لكلٍ منهما⁽⁵⁾، وبذلك فإنّ استعمال نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة، من شأنه أن يُوفر الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني عامة، وبطاقات الدفع خاصة، وهذا يرجع إلى آلية عمله، التي توفر ضمانات عديدة، تتمثل في ما يأتي:

- تأمين سرية المعلومات والبيانات، من خلال تشفير مضمون الرسائل الإلكترونية المتبادلة وما تشمله من معلومات مالية عن وسائل الدفع الإلكتروني.
- يمكن التحقق من شخصية المستهلك والتاجر عن طريق الشهادة الرقمية⁽⁶⁾.
- توفر الخصوصية لعدم اطلاع التاجر على بيانات بطاقة الدفع الإلكترونية الخاصة به.

(1) Secure Electronic Transactions (حسنين رجب عبد الحميد، أمن الشبكات المعلومات الإلكترونية - المخاطر

والحلول -، مجلة Cybarians journal متوفرة على الموقع الإلكتروني:

ww.journal.cybarians.org:index.php?option=com_content&view=article&id=629:networks&catid=257:studies&Itemid=94

الإطلاع عليه يوم: 2019/08/19م على الساعة 11:38

(2) حوالمف عبد الصمد، المرجع السابق، ص462، ديمش سمية، المرجع السابق، ص91، صراع كريمة، المرجع السابق، ص78.

(3) حوالمف عبد الصمد، المرجع أعلاه، ص461.

(4) ديمش سمية، المرجع أعلاه، ص91.

(5) حوالمف عبد الصمد، المرجع أعلاه، ص462.

(6) ديمش سمية، المرجع السابق، ص91.

- تخلق الثقة بين الأطراف، عن طريق الاعتماد على الشهادة الرقمية التي توضح الهوية الحقيقية لهما.⁽¹⁾

هذا وتتم عملية الشراء والبيع طبقاً لنظام الحركات المالية الآمنة باتّباع الإجراءات الآتية:⁽²⁾ في البداية يقوم العميل (المستهلك) بفتح حساب بنكي وشراء بطاقة الدفع الإلكترونية لماستر كارد أو فيزا كارد في أحد البنوك المعتمدة، بعد تزويد هذا الأخير ببرنامج خاص بنظام الحركات المالية الآمنة، يسمى ببرنامج المحفظة الإلكترونية، يتم تثبيته على حاسوب المستخدم أو هاتفه الذكي (المستهلك)، حيث يمكن استخدامه في أيّ وقت للقيام بعملية الدفع الآمن عبر شبكة الإنترنت، كما يقوم التاجر بذات الإجراءات التي قام بها المستهلك، لكي يحصل على المحفظة الإلكترونية التي تمكنه من استعمال نظام الحركات المالية الآمنة.

ثمّ بعد الانتهاء من تلك الإجراءات، يمكن للمستهلك شراء السلع والخدمات والدفع عن طريق هذا البروتوكول وذلك بالتدقيق في الشهادة الرقمية للتاجر والتحقق منها، واستعمال المفتاح العام الخاص به؛ لإتمام تشفير البيانات التي يتم تبادلها بينه وبين التاجر، وإتمام عملية الشراء، وذلك من خلال التوقيع على بيانات الدفع التي ستوجه إلى التاجر، ولأجل استيفاء التاجر لقيمة السلع والخدمات التي طلبها المستهلك؛ يقوم بتقديم الشهادة الرقمية وبروتوكول الحركات الآمنة إلى بنك المستهلك، ليتحقق من هوية التاجر والمستهلك، وبعد التأكد من ذلك، يقوم بتنفيذ عملية الدفع لفائدة التاجر، ويرسل له رسالة إلكترونية يخطوه فيها بذلك.

وبعد الانتهاء من عملية التحويل الإلكتروني لقيمة السلع والخدمات التي طلبها المستهلك لصالح التاجر يُرسل هذا الأخير رسالة تأكيد على إتمام العملية، كلُّ هذه الإجراءات التقنية التي تتم عن طريق نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة تكون مشفرة ومحمية، وهو ما يخلق الثقة والأمان في نفوس كلِّ من المستهلك والتاجر على حدِّ سواء.

(1) صراع كريمة، المرجع السابق، ص78.

(2) منير محمد الجنبهي ممدوح محمد الجنبهي، التوقيع الإلكتروني و حجيتّه في الإثبات / منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي. الناشر: الإسكندرية، مصر، دار الفكر الجامعي، 2004، ص166 وبعدها.

2- نظام الحماية ثلاثي الأبعاد: (3D Secure) (1)

هو نظام حماية تقنية (بروتوكول حماية)، تمّ ابتكاره بواسطة شركة (Visa Card) سنة 2001م، بغرض تأمين عمليات الدفع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت عند استخدام البطاقات الإلكترونية في ذلك، إذ يسمح هذا النظام بالتحقق من هوية المستخدم للبطاقة الإلكترونية من خلال نظام التشفير (SSL). (2)

ويقوم هذا النظام على آلية التعرف التلقائي على بطاقة (Visa Card) و (Master Card) من خلال الموقع التجاري الإلكتروني المعتمد لخدمة الحماية ثلاثية الأبعاد، عند إدخال المعلومات الخاصة بحامل البطاقة عليه، سواء البلاستيكية أو الافتراضية، وعندما يتمّ التأكد من ذلك، تُرسل إليه كلمة السر الخاصة به عن طريق رسالة نصية قصيرة (SMS) من خلال هاتفه النقال أو الذكي، بعدما يتمّ تحويله إلى الموقع الإلكتروني للبنك الذي هو عميل لديه. (3)

وفي الواقع يستفيد العميل (المستهلك) من هذه الحماية عملياً، حين يختار السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت، ويُطلب منه إدخال بيانات بطاقة الدفع الإلكتروني الخاصة به من طرف الموقع الإلكتروني (المتجر الإلكتروني) المزود بهذه الخدمة، والمتمثلة في عبارة "التحقق من قبل فيزا" (Verified Visa) أو "رمز أمان ماستر كارد" (Master Card Secure Code) وإدخال كلمة السر التي تُستخدم لمرة واحدة في كلّ طلب جديد، بعدها يحول العميل (المستهلك) إلى البنك المعتمد لديه ليقوم بتأكيد عملية الدفع وتحويل قيمة السلع والخدمات التي اشتراها لفائدة صاحب الموقع الإلكتروني. (4)

(1) حسنين رجب عبد الحميد، أمن الشبكات المعلومات الإلكترونية - المخاطر والحلول -، مجلة Cybarians journal متوفرة على الموقع الإلكتروني:

ww.journal.cybarians.org:index.php?option=com_content&view=article&id=629:networks&catid=257:studies&Itemid=94

الإطلاع عليه يوم: 2019/08/19 على الساعة 9:38

(2) Aude Plateaux et Autre، Protection de la vie privée dans le système de paiement 3D Secure:p:03، voir le site: web:https:hal.archives-ouvertes.fr:hal-00958445:document ; Consulté le: 17/08/2019

(3) Voir le site :

https:paiement.systempay.fr:html:Doc:1.4_Guide_Garantie_de_paiement_&_3DSecure.pdf; p:03; Cousuleté le: 17/08/2019

(4) Loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 relative à l'informatique، aux fichiers et aux libertés. 03 غير مذكور سابقاً

ويمكن الإشارة إلى أنّ نظام الحماية ثلاثي الأبعاد، يتميز بسهولة ومرونة في الاستعمال، كما يُعتبر أداة فعالة للحدّ من مخاطر الاحتيال والاعتداء على وسائل الدفع الإلكتروني، مما خلق الثقة والأمان بين المستهلك والتاجر في المعاملات التجارية الإلكترونية، وزاد من استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني على نحو أوسع.

ثانياً: أوجه الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني

لقد واكب استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في الوفاء بقيمة السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت، نموًا مضطربًا في الاعتداءات المصاحبة لاستخدامها، مما اضطر الكثير من الدول إلى إصدار تشريعات جنائية من أجل توفير الحماية القانونية لها، ولذلك يجب توضيح أوجه الحماية الجنائية لهذه الوسائل في بعض التشريعات المقارنة؛ حيث نصّت بعض التشريعات المقارنة على الحماية الجنائية لوسائل الدفع الإلكتروني بطريقة مباشرة، وذلك بتجريم الاعتداءات التي تقع عليها، سواء في العالم المادي أو العالم الإلكتروني، ولذلك تدخلت التشريعات المقارنة ونصت على هذه الحماية، والتي يمكن تناول بعض مظاهرها تباغًا.

1- تجريم الاعتداء على نظام المواقع الإلكترونية:

نصّت التشريعات المقارنة على تجريم الاعتداءات التي تقع على المواقع الإلكترونية، كتجريم الدخول العمدي، والبقاء غير المشروع في نظام المواقع الإلكترونية. فقد تناول المشرّع الفرنسي ذلك في نص المادة (1/323) من قانون العقوبات النافذ، حيث جرّم العديد من الأفعال غير المشروعة التي تمس بالمواقع الإلكترونية على الإنترنت، كالدخول غير المرخص به إلى النظام أو البقاء غير المصرح به. والملاحظ على المشرّع الفرنسي أنّه يُعاقب على مجرد الدخول إلى النظام المعلوماتي للموقع الإلكتروني، حتى لو لم يترتب عليه أيُّ ضرر، أو يتحقق من وراء ذلك أيُّ فائدة، وهو إجراء احترازي نصّ عليه المشرّع الفرنسي كحماية للمواقع الإلكترونية من الاختراق أو الدخول غير المشروع، إذ تتحقق الجريمة بمجرد الدخول إلى الموقع من طرف الجاني.⁽¹⁾

(1) أسامة بن غانم العبيدي، جريمة الدخول غير المشروع إلى النظام المعلوماتي - دراسة قانونية في ضوء القوانين المقارنة، مجلة دراسات المعلومات، السعودية، العدد الرابع عشر، مايو 2012م، ص33.

وكذلك يُعاقب على فعل البقاء غير المصرح به داخل النظام، والذي يتمثل في التواجد داخل نظام المواقع الإلكترونية بغير تصريح وترخيص من طرف من له الحق في السيطرة عليه.⁽¹⁾ إضافة إلى ذلك فقد نصَّ المشرع الفرنسي في المادة (2/323) من قانون العقوبات على جريمة إلغاء أو تعديل بيانات النظام المعلوماتي أو نتج عن ذلك الإخلال بسيره الطبيعي، كالحِدِّ من سرعته أو إعطائه لنتائج غير مطلوبة أو غير منطقية. وبدوره نصَّ المشرع الجزائري على ذلك في المادة (394 مكرراً)، والتي تعاقب كلَّ من يدخل عن طريق الغش في كلِّ أو جزء من منظومة المعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك، فمن نص هذه المادة، يُلاحظ أنَّ كل دخول إلى نظام معلوماتي لموقع إلكتروني أو جزء منه يُعدُّ جريمة معاقب عليها.

وعلى ذلك يتحقق الدخول غير المرخص به بمجرد الشروع فيه أو الدخول بالفعل إلى النظام المعلوماتي بغض النظر عن الطريقة المستعملة في ذلك، سواء تمَّ الدخول إلى كلِّ النظام أو جزء منه، ولا يُشترط تحقيق النتيجة فيها، حيثُ تعتبر من جرائم السلوك المحض⁽²⁾، وهذه الحالة تمثل جريمة الدخول عبر المرخص في صورتها البسيطة، ومن ثمَّ فالمشرع الجزائري قد وفَّر الحماية الجنائية للمواقع الإلكترونية من خلال تجريم أفعال التغيير أو التخريب للمعطيات وبيانات هذه المواقع الإلكترونية.

2- تجريم الاعتداء على بيانات المواقع الإلكترونية:

إضافة إلى تجريم الدخول والبقاء غير المشروع إلى المواقع الإلكترونية، فإنَّ بعض التشريعات المقارنة قد جرّمت الاعتداءات التي تقع على بيانات ومعلومات تلك المواقع (محتوى المواقع) وهذا كحماية جنائية إضافية لها.

فقد نصَّ المشرع الفرنسي في المادة (3/323) على هذه الحالة، إذ جرم التلاعب بمعطيات وبيانات المواقع الإلكترونية، والتي تأخذ في الإدخال غير المشروع للمعطيات والبيانات داخل النظام، أو محو أو تعديل تلك المعطيات التي يحتويها الموقع الإلكتروني. فاستعمال البرامج الخبيثة (الفيروسات) من طرف القرصنة للدخول غير المشروع إلى معطيات وبيانات المواقع

(1) شنين صالح، المرجع السابق، ص76.

(2) المرجع نفسه، ص75.

الإلكترونية، أو القيام بمحو تلك البيانات أو تعديلها بما يضرُّ بها، تُعتبر كلها أفعال إجرامية معاقب عليها وفقًا للتشريع الفرنسي.

أمَّا المشرع الجزائري، فقد نصَّ على تجريم الاعتداء على بيانات المواقع الإلكترونية في المادتين (394 مكرراً 1) و(394 مكرراً 2)، أمَّا الجريمة الأولى فتمثلت في تجريم التلاعب بمعطيات المواقع الإلكترونية، أمَّا الجريمة الثانية فهي عبارة عن التعامل بالمعطيات غير المشروعة.

المطلب الثاني

الحماية الجنائية أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني

لقد سبق تناول كيف أنَّ التشريعات المقارنة قد عملت على حماية المستهلك الإلكتروني أثناء إبرام العقد الإلكتروني، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ومنعاً للإضرار به أو استغلاله، والحقيقة أنَّ الحماية الجنائية التي وفرتها القوانين المقارنة للمستهلك لم تقتصر عند هذا الحد؛ بل تعدت ذلك إلى تجريم أي اعتداء على حقوق المستهلك الإلكتروني أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني.

وفيما يأتي بيان الحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على التوقيع الإلكتروني في (الفرع الأول)، والحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على المستند الإلكتروني في (الفرع ثاني)

الفرع الأول

الحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على التوقيع الإلكتروني

لقد عرّف المشرع الفرنسي التوقيع الإلكتروني في المادة (4/1316) من القانون المدني الفرنسي، على أنه: "التوقيع الذي يُحدد هوية من هو منسوب إليه، والذي يفصح عن قبوله بمضمون المحرر الذي يرتبط به وبالالتزامات الواردة فيه"⁽¹⁾، حيث جاء هذا التعريف عاماً، يستغرق التوقيع الإلكتروني.

واشترط في ذات المادة استخدام وسيلة آمنة؛ لتحديد هوية الشخص لضمان صلته بالتصرف أو المستند الذي وقع عليه⁽²⁾، وهو ما نصّت عليه الفقرة (2) من نفس المادة، بأن: "التوقيع الذي

(1) إبراهيم بن سطم بن خلف العنزي، التوقيع الإلكتروني وحمايته الجنائية، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف الأمنية، الرياض، 2009م، ص44.

(2) هروال هبة نبيلة، الجوانب الاجرائية لجرائم الانترنت في مرحلة جمع الاستدلالات "دراسة مقارنة"، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2013، ص300.

ينتج عن استخدام أية وسيلة مقبولة وموثوق بها لتحديد هوية الموقع وتكفل اتصال التوقيع بالعمل أو المستند المرتبط به".⁽¹⁾

أمّا التشريع الجزائري، فإنّه تناول تعريف التوقيع الإلكتروني في المادة (1/2) من القانون المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، بأنّه: "بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيًا ببيانات إلكترونية أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق".⁽²⁾

أمّا القانون المصري فقد عرّفه على أنّه "ما يوضع على محرر إلكتروني ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ويكون له طابع متفرد يسمح بتحديد شخص الموقع ويميزه عن غيره".⁽³⁾

وتفصيلاً للحماية الجنائية للتوقيع الإلكتروني، جرى العمل على تقسيم الحماية إلى حماية جنائية مباشرة، وأخرى غير مباشرة كما يأتي:

أولاً: الحماية الجنائية المباشرة للتوقيع الإلكتروني للمستهلك

- تجريم تزوير التوقيع الإلكتروني واستعماله:

لكي تتحقق جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني واستعماله، لابدّ من توفر الركن المادي والمعنوي لها، وهو ما يمكن تبيانها فيما يأتي:

1- الركن المادي:

ويتمثل هذا الركن في تغيير الحقيقة التي تقع على مخرجات الحاسوب، سواء كانت مخرجات ورقية مكتوبة (أي ما يتمّ طبعه عن طريق آلة الطباعة)، أو عن طريق مخرجات غير ورقية محفوظة على دعامة إلكترونية متّصلة أو منفصلة، وهذا مثل نسخ المخرجات على أسطوانة إلكترونية (CD)، أو قرص صلب (disque dur)، إضافة إلى أن يكون هذا التوقيع موضوع على محرر إلكتروني له أثر في إثبات حقّ أو تصرف قانوني.⁽⁴⁾

(1) علاء محمد نصيرات، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2005م، ص24.

(2) القانون رقم: 04/15، المؤرخ في 2015/02/01م، والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجزء رقم 6 الصادر بتاريخ: 2015/02/10م.

(3) قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم 15 لسنة 2004م.

(4) محمد أمين الخرشنة ونايف عبد الجليل الحمائدة، المرجع السابق، ص336، حسين بن سعيد بن سيف الغافري، المرجع السابق، ص17.

وتجدر الإشارة إلى أنّ تزوير التوقيع الإلكتروني يتمّ بواسطة الاستعانة ببرامج وتطبيقات إلكترونية خاصة مصممة لهذا الغرض، على غرار البرامج والأنظمة المشروعة، بحيث يُمكن خلالها فك التشفير والوصول إلى الرموز المستعملة في التوقيع الإلكتروني ونسخها واستعملها فيما بعد، أو بيعها إلى من يريد الحصول عليها.⁽¹⁾

فالحماية الجنائية مثلاً المنصوص عليها في المادة (1-441) من قانون العقوبات الفرنسي التي تنص على تعريف التزوير، وهذا بغض النظر عن الوسيلة المستعملة للقيام به، وسواء أوقعت على مستند مكتوب أو موضوع على دعامة إلكترونية، بشرط أن يكون له علاقة في إثبات حق أو واقعة قانونية، إذ إنّ هذه المادة تستغرق حماية التوقيع الإلكتروني باعتبار أنه جزء من المستند الإلكتروني.

وهكذا أيضاً بالنسبة للتشريع المصري في نصّ المادة (23) من قانون التوقيع الإلكتروني الذي يُعاقب على فعل الاتلاف⁽²⁾ أو التعيب⁽³⁾ أو التزوير للتوقيع الإلكتروني أو اصطناعه أو تحويره أو تعديله، أو بأي طريقة أخرى، ذلك أن طرق تزوير التوقيع الإلكتروني وردت على سبيل المثال لا الحصر⁽⁴⁾، وهذا لأنّ المشرع المصري استعمل عبارة أو بأي طريق آخر يقع على التوقيع الإلكتروني، ولم يتوقف تجريم التشريع المصري على التزوير، بل تعدى ذلك إلى تجريم

(1) حسين بن سعيد بن سيف الغافري، المرجع أعلاه، ص18.

(2) هذا ويتحقق الإتلاف في حالة ما إذا أصبح التوقيع الإلكتروني غير مفيد (لا يقوم بمهامه التقنية)، وهذا مثل قيام شخص الجاني بإدخال فيروس إلكتروني على برنامج التوقيع الإلكتروني فيفقد قيمته التقنية ويصبح غير صالح للاستعمال، لمزيد من التفصيل، يراجع: أزرو محمد رضا، التوقيع الإلكتروني كوسيلة من وسائل الإثبات، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2007/2008م، ص119.

(3) التعيب عبارة عن فقد برنامج التوقيع الإلكتروني لصلاحيته وقدرته على العمل، ولكن بصورة جزئية، وهذا مثل فقدته لجزء من التوقيعات التي تمت معالجتها بواسطته أو عدم قدرته القيام بمهامه بشكل جزئي، لمزيد من التفصيل، يراجع: أزرو محمد رضا، المرجع السابق، ص119.

(4) هذا ويرى جانب الفقه أن التوقيع الإلكتروني لا يمكن تقليده، وذلك باعتبار أنه يتم بواسطة منظومة إلكترونية، خاصة التوقيع البيومتري أو التوقيع الرقمي، ولذلك فجريمة تزوير التوقيع التقليدي تختلف عن جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني، سواء طريقة التزوير أو طريقة إكتشافه، لأن في تزوير التوقيع الإلكتروني يتم الحصول على منظومة التوقيع الإلكتروني بطريق غير مشروعة، وهذا بنية استخدامها دون رضا صاحبه، وهذا مثل الحصول على أرقام البطاقات الإلكترونية عن طريق القرصنة واستعمالها في ما بعد لتحويل الأموال أو الشراء غير المشروع عبر الانترنت، باعتبار أن الرقم السري الخاص ببطاقة الدفع الإلكتروني هو عبارة عن مجموعة من الأرقام والحروف لتحديد هوية الموقع وشخصيته. وللمزيد يُنظر: براهيم حنان، جريمة تزوير الوثيقة الرسمية الإدارية ذات الطبيعة المعلوماتية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015م، ص ص239، 240.

فعل استعمال التوقيع الإلكتروني المزور، والاحتجاج به على أنه توقيع صحيح وصادر عن صاحبه⁽¹⁾، ويجب الإشارة إلى أنّ المشرع المصري عاقب على استعمال توقيع إلكتروني مزور أو معيب، دون التوقيع التالف، باعتبار أنّ فعل الإلتلاف يفقد التوقيع صلاحيته، ويصبح لا أثر له من الناحية التقنية والقانونية.⁽²⁾

أمّا التشريع الجزائري فبالرغم من صدور قانون التوقيع والتصديق الإلكترونيين رقم: 04/15، فإنّه لم ينص على تجريم تزوير التوقيع الإلكتروني، ويعتبر هذا نقص تشريعي فادح ينبغي أن يتفاده في أقرب تعديل قانوني، وهذا حتى يتماشى مع التطور التشريعي والتكنولوجي الحاصل في هذا المجال.

-عصر الضرر في تزوير التوقيع الإلكتروني:

لابدّ لكي تقوم جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني، من توفر عنصر الضرر سواء بحصوله فعلاً أو احتمال حصوله⁽³⁾، وبذلك يُعتبر عنصر الضرر عنصراً جوهرياً لقيام جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني، فإذا لم يكن هناك ضرر، انتفى الركن المادي لهذه الجريمة، وبهذا أخذ التشريع الفرنسي في نص المادة (1-441) من قانون العقوبات أي اشترط حصول ضرر حتى يمكن العقاب على جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني⁽⁴⁾، وترجع مسألة تقرير توافر الضرر من عدمه إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وهذا بحسب ملابسات كلّ قضية.⁽⁵⁾

2-الركن المعنوي:

تعتبر جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني واستعماله، جريمة عمدية إذ يأخذ فيها الركن المعنوي صورة القصد الجنائي العام وهذا بعنصرية العلم والإرادة، فلا بدّ أن يعلم الجاني بأنّه يقوم بتغيير الحقيقة في توقيع إلكتروني لشخص ما، أو استعمال هذا التوقيع الإلكتروني المزور، وأن تتجه إرادته للقيام بالفعل المجرم⁽⁶⁾، إذ تتطلب جريمة تزوير التوقيع الإلكتروني قصدًا خاصًا باعتبار

(1) وهذا ما نصت عليه المادة (23ج) من قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم: 15 لسنة 2004م "استعمل توقيعاً أو وسيطاً أو محرراً إلكترونياً معيباً أو مزوراً مع علمه بذلك".

(2) شنين صالح، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 117.

(3) طعباش أمين، المرجع السابق، ص 70.

(4) معتوق عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 48.

(5) طعباش أمين، المرجع أعلاه، ص 70.

(6) شنين صالح، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 174.

أنَّ الهدف أو الغاية من التزوير هو استعمال هذا التوقيع، وعليه فإنَّ هذه الجريمة تقوم بتوافر ركنيها المادي والمعنوي.

ثانياً: الحماية الجنائية غير المباشرة للتوقيع الإلكتروني للمستهلك

من خلال هذه النصوص الجنائية سالفه الذكر، يُمكن الإشارة إلى أنَّ العقوبة تُشدد في حالة ما إذا أدى فعلُ الدخول إلى قاعدة البيانات أو البقاء إلى محو أو تعديل أو جعل النظام غير قادر على أداء وظائفه التقنية.⁽¹⁾

وتُعتبر أيضاً هذه الجريمة من الجرائم العمدية يأخذ فيها الركن المعنوي صور القصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة، أي يجب أن يعلم الجاني بأنه يقوم بالدخول أو الولوج إلى قاعدة بيانات أو منظومة معلوماتية متعلقة بتوقيع إلكتروني، وهذا دون تصريح أو ترخيص قانوني له بذلك، وأن تتجه إرادته الحرة إلى القيام بذلك الفعل بالرغم من عمله بتجريم الدخول غير المشروع على قاعدة البيانات أو المنظومة المعلوماتية.⁽²⁾

الفرع الثاني

الحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على المستند الإلكتروني

يُعرف المستند الإلكتروني في التشريع الفرنسي بطريقة غير مباشرة، وهذا من خلال نص المادة (1365) من التقنين المدني الفرنسي، والتي تتصُّ على مدلول الكتابة لتشمل الكتابة الإلكترونية في الإثبات، إذ جاء نص المادة على النحو الآتي: "يشمل الإثبات بالكتابة كلَّ تدوين للحروف أو العلامات أو الأرقام أو أي رمز أو إشارة أخرى ذات دلالة تعبيرية ومفهومة، أيًا كانت الدعامة التي تُستخدم في إنشائها أو الوسيط الذي تنتقل عبره"⁽³⁾، حيثُ من خلال هذا، يُلاحظ أنَّ التشريع الفرنسي وسَّع بشكل كبير من مفهوم الكتابة في الإثبات لتشمل الكتابة الإلكترونية، بغض النظر عن نوع الدعامة المستعملة في إنشائها أو المحمولة عليها أو المرسله بواسطتها، بشرط أن يكون لها دلالة واضحة ويمكن قراءتها، وبالتالي وسع من مفهوم المستند، ليشمل المستند الإلكتروني، وهذا تماشيًا مع التطور التكنولوجي الحاصل في هذا المجال.

⁽¹⁾ يُنظر إلى نص المادة 394 مكرر 3/2 من قانون العقوبات الجزائري، والمادة 40 من قانون جرائم تقنية المعلومات الإماراتي، والمادة 1/323 من قانون العقوبات الفرنسي.

⁽²⁾ محمد أمين الخرشة ونايف عبد الجليل الحميدة، المرجع السابق، ص 338.

⁽³⁾ Article 1365 de Code Civil Français ; Modifié par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016، art. 4. www.legifrance.gouv.fr

أمّا التشريع المصري فإنّه قد تناول تعريف المستند الإلكتروني في المادة (1/ب) منه، على أنّه: "رسالة بيانات تتضمن معلومات تنشأ أو تُدمج أو تُخزن أو تُرسل أو تُستقبل كلياً أو جزئياً بوسيلة إلكترونية أو رقمية أو ضوئية أو بأي وسيلة أخرى مشابهة"، كما عرف الكتابة الإلكترونية، بأنّها: "حروف أو أرقام أو رموز أو أي علامات أخرى تُثبّت على دعامة إلكترونية أو رقمية أو ضوئية، أو بأي وسيلة أخرى مشابهة وتعطي دلالة قابلة للإدراك"⁽¹⁾، ومن خلال هاتين الفقرتين من نص المادة الأولى الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني المصري، يُلاحظ على المشرع المصري أنّه قد خلط ما بين الكتابة والمستند الإلكتروني، باعتبار أنّ المستند الإلكتروني يتطلب كتابة إلكترونية وتوقيع إلكتروني؛ حتى تصبح له حجية قانونية في الإثبات.

أما التشريع الجزائري فلم ينص على تعريف المستند الإلكتروني في قانون خاص مثل التشريع المصري أو الفرنسي⁽²⁾، إنّما نصّ على ذلك من خلال تعريفه للكتابة في القانون المدني في نص المادة (323 مكرراً)، على أنّه: "ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل الحروف أو أوصاف أو أرقام أو أيّة علامات، أو رموز ذات معنى مفهوم، مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها، وكذا طرق إرسالها"⁽³⁾، واشترط توافر شروطاً قانونية نصّ عليها في المادة 323 مكرر⁽⁴⁾، وبالرجوع إلى التقنين التجاري الجزائري، نجد أنّ المشرّع الجزائري قد اعترف بطريقة غير مباشرة بالكتابة الإلكترونية.

هذا وتتمثل الحماية الجنائية للمستند الإلكتروني الخاص بالمستهلك في تجريم تزوير المستند الإلكتروني، واستعمال المستند الإلكتروني المزور، وعليه يُمكن عرض جريمة تزوير المستند الإلكتروني كتطبيق لهذه الحماية.

(1) المادة الأولى الفقرة "ب" من القانون رقم 15 لسنة 2004م، والخاص بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات المصري، الجريدة الرسمية، العدد السابع عشر، الصادر بتاريخ 2004/04/22م، ص 17 وما بعدها.

(2) نص المشرع السوداني على تعريف المستند الإلكتروني في المادة الثانية الفقرة السادسة من قانون المعاملات الإلكترونية لسنة 2007م، بأنّه: "المستند الذي يتم إنشاؤه أو تخزينه أو استخراجُه أو نسخه أو إرساله أو إبلاغه أو استلامه بوسيلة إلكترونية على وسيط ملموس أو على أي وسيط إلكتروني آخر، ويكون قابل للاسترجاع بشكل يمكن فهمه".

(3) المادة (323 مكرراً) من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010، المتعلق بالمنافسة، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد ستة وأربعون، المؤرخة في 18 غشت 2010، ص 17.

(4) ولقد اشترط المشرع الجزائري في نص المادة (323 مكرراً) من القانون المدني الجزائري إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها وقابلية استرجاعها عند الحاجة إلى ذلك.

- جريمة تزوير المستند الإلكتروني:

جريمة تزوير المستند الإلكتروني لا تقوم إلا بتوافر أركانها، والتي تتمثل في الركن الخاص (أولاً)، والأركان العامة (ثانياً)، وهذا ما يُمكن تبيانه تباعاً.

أولاً: الركن الخاص

يتمثل هذا الركن في المحل الذي يقع عليه الفعل المادي لهذه الجريمة "تزوير المستند الإلكتروني المعالج"⁽¹⁾، الذي تمّ تعريفه سابقاً، من هذا البحث، وبذلك فإنّ محلّ الجريمة التي ينصب عليها الفعل المكون لجريمة التزوير يلزم أن يكون مستنداً إلكترونياً.

ثانياً: الأركان العامة

تتمثل الأركان العامة في جريمة تزوير المستند الإلكتروني في الركنين المادي والمعنوي:

1- الركن المادي:

يتحقق السلوك الإجرامي في هذه الجريمة بقيام الجاني بتغيير الحقيقة في المستند الإلكتروني المعالج آلياً والمعدّ لإثبات تصرف أو واقعة قانونية، ولا يشترط أن يتناول التغيير كلّ المستند؛ بل يكفي أن يكون هذا التغيير جزئياً⁽²⁾، ولا عبرة بلغة الكتابة أو بنوعها⁽³⁾، ويُقصد بتغيير الحقيقة إظهار المستند الإلكتروني في غير الحالة الحقيقية التي يفترض أن يكون عليها⁽⁴⁾، وبذلك يُعتبر تغيير الحقيقة في المستند الإلكتروني هو جوهر جريمة التزوير، ولا تتحقق الجريمة إلا به، فإذا لم يوجد تغيير في الحقيقة تنتفي هذه الجريمة، حتى ولو كان الفاعل سيء النية ويعتقد أنّ ما يثبتته منافي للحقيقة⁽⁵⁾، فالعبرة في تغيير الحقيقة في المستند الإلكتروني، هو مخالفة ما يُفترض إثباته وفقاً لإرادة صاحب الشأن والذي لا يُعبر عن إرادته⁽⁶⁾.

(1) خالد علي العراقي علي إسماعيل، مكافحة جرائم التوقيع الإلكتروني بدولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الفكر الشرطي، مجموعة 22، 2013م، ص139.

(2) محمد الرومي، المرجع السابق، ص30

(3) أيمن عبد الله فكري، المرجع السابق، ص419.

(4) خالد علي العراقي علي إسماعيل، المرجع السابق، ص141.

(5) أحمد عاصم أحمد عجيلة، الحماية الجنائية للمحركات الإلكترونية - دراسة مقارنة- أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 2013م، ص219.

(6) خالد علي العراقي علي إسماعيل، المرجع السابق، ص141، 142.

ويستوي أن يتمّ تغيير الحقيقة على مخرجات الحاسوب المطبوعة على الورق، أو التي تمّ حفظها على اسطوانات مدمجة، مثل القرص الصلب المتصل بجهاز الحاسوب، أو المنفصل عنه (disque dur) أو المنفصلة (DVD) أو (CD)⁽¹⁾ أو المرسلّة أو المستلمة بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو وسائل مشابهة أخرى، بصرف النظر عن الطريقة المستعملة في ذلك، باعتبار أنّ طرق التغيير لا يمكن حصرها في مجال المعلوماتية، وهذا ما اتّجهت إليه أغلب التشريعات الجنائية المقارنة⁽²⁾، حيث ركّزت على فكرة إحداث التغيير في حقيقة المستند الإلكتروني ووقوع الضرر أو احتمال وقوعه⁽³⁾، وبذلك يُمكن القول أنّ تغيير الحقيقة تُعتبر جوهر التزوير في المستند الإلكتروني، بشرط أن يؤدي ذلك إلى المساس بحقوق الغير المترتبة على هذا المستند الإلكتروني محلّ التغيير.⁽⁴⁾

-التزوير المعنوي للمستند الإلكتروني:

ينصب التزوير المعنوي على مضمون المستند الإلكتروني، وهو بذات الطرق التي يقع بها التزوير المعنوي في المستندات العادية، وتتمثل هذه الطرق من الناحية العملية فيما يأتي:

1-تغيير إقرار أولي الشأن:

تتحقق هذه الطريقة من التزوير المعنوي للمستند الإلكتروني، في حالة قيام الموظف المختص بتدوين البيانات والمعلومات على الحاسوب بتغيير ما يُمليه عليه صاحب الشأن والتي يريد إثباتها في مستند إلكتروني⁽⁵⁾، ومثال لذلك: أن يقوم الموظف العام بتغيير الحقيقة في البيان

(1) محمد أمين الخرشة ونايف عبد الجليل الحميدة، المرجع السابق، ص336.

(2) مثلاً نص المادة (441-1) من قانون العقوبات الفرنسي النافذ، والتي لم تشترط أي طريقة معينة للتزوير في المستند الإلكتروني، وهذا ما يستدل عليه من خلال استعماله للفظ (أفعال)، والتي جاءت على سبيل المثال لا الحصر، لمزيد من التفصيل، يراجع: محمد الرومي، المرجع السابق، ص28، وكذلك ما نصت عليه المادة السادسة من القانون الاتحادي الإماراتي رقم 05 لسنة 2012م، والمتعلق بمكافحة جرائم تقنية المعلومات، حيث لم تنص على طريقة معينة لتزوير المستند الإلكتروني.

(3) براهيم حنان، جريمة تزوير الوثيقة الرسمية الإدارية ذات الطبيعة المعلوماتية، 2014، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص203.

(4) أحمد عاصم أحمد عجيلة، المرجع السابق، ص220.

(5) طعباش أمين، المرجع السابق، ص69.

البنكي الذي يحصل على بياناته من ذوي الشأن والذي يثبت سداد جزء منه، في حين أنّ صاحب الشأن قام بتسديده كاملاً، وكلّ ذلك يكون عند إنشاء المستند الإلكتروني المثبت لهذه المعاملة.⁽¹⁾

2- جعل واقعة مزورة في صورة واقعة صحيحة:

أمّا هذه الطريقة من التزوير المعنوي للمستند الإلكتروني، فتتمثل في إثبات واقعة قانونية على غير حقيقتها، إذ يعمد الجاني إلى إثبات واقعة في مستند إلكتروني وقت إنشائه أو كتابته على غير حقيقتها⁽²⁾، وتعدّ هذه الطريقة في التزوير المعنوي أكثر اتّساعاً، حيث تشمل إقرار أولي الشأن وجعل واقعة غير معترف بها في صورة واقعة معترف بها، طالما أنّها تعني إثبات لواقعة في مستند إلكتروني مغاير لحقيقتها في الواقع.⁽³⁾

ومن الأمثلة العملية لهذه الطريقة من التزوير المعنوي، تغيير نوع السلعة المتفق على إرسالها إلى المستهلك من طرف البائع أو المتدخل، أو تغيير أصل السلعة، والذي هو محلّ اعتبار لدى المستهلك، وهذا عند إنشاء مستند عقد البيع الإلكتروني.

وتجدر الإشارة إلى أنّ التزوير المعنوي على المستند الإلكتروني قد يترتب عن طريق الترك، وهو وقوع التزوير بفعل سلبي، كأن يتعمد محرر المستند إلى إغفال شرط أو بند جوهرية يؤدي تركه إلى تغيير مضمون المستند عمّا كان متفقاً عليه⁽⁴⁾، ومثال ذلك: عدم كتابة محرر المستند الإلكتروني لشرط جزائي اتفق الطرفان عليه، أو أن يمتنع المكلف بتحرير المستند بذكر المبلغ الحقيقي الذي دفعه المستهلك مقابل السلعة أو الخدمة المتفق على توريدها له.

ويرى بعض الفقه أنّ فكرة التزوير المعنوي في المستند الإلكتروني في التشريع الفرنسي تخرج من حالة تزوير المستندات الإلكترونية، ذلك أنّ هذه الحالة تتضمن إنشاء واصطناع مستند إلكتروني مزور، وهذا الأمر لم يتم النص عليه في المادة (1-441) من قانون العقوبات الفرنسي⁽⁵⁾، وهذا بخلاف التشريع المصري الذي نص على هذه الحالة في المادة (23) من القانون المتعلق بتنظيم التوقيع الإلكتروني وبإنشاء هيئة تنمية صناعة التكنولوجيا.

(1) محمد عبّيد الكعبي، المرجع السابق، ص 433، 434.

(2) أحمد عاصم أحمد عجيبة، المرجع السابق، ص 226.

(3) محمد عبّيد الكعبي، المرجع أعلاه، ص 435.

(4) محمد عبّيد الكعبي، المرجع السابق، ص 438.

(5) محمد الرومي، المرجع السابق، ص 82.

أمّا التشريع الجزائري، وعلى الرغم من تعديله لقانون العقوبات رقم: (15/04) والذي جرم من خلاله الأفعال الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات والقانون رقم 04/09 والمتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتّصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحته، فإنّه لم ينص على تجريم فعل التزوير في المستند الإلكتروني سواء المادي أو المعنوي، ويُعتبر هذا تقصير تشريعي من طرفه، ولذلك يجب عليه التدخل لتدارك هذا الفراغ التشريعي، سواء بتعديل النصوص التقليدية بما يتماشى مع الواقع أو النص على ذلك في تشريع خاص.

هذا ولكي يكتمل الركن المادي في جريمة تزوير المستند الإلكتروني، لا بدّ أن ينتج على تغيير الحقيقة ضرراً للغير أو احتمال وقوعه، باعتبار أنّ الضرر هو تهديد لمصلحة يحميها القانون⁽¹⁾، وبناءً عليه لا يعتبر أنّ هناك ضرراً إذا ما كان التغيير الحاصل في المستند الإلكتروني واضحاً للعيان بحيث لا يمكن أن يندفع به أي أحد⁽²⁾، إلّا أنّ ذلك من الناحية العملية يصعب تحقيقه، باعتبار أن الوسائل المستعملة في التزوير متطورة ودقيقة والجاني محترف ومتمرس للقيام بهذا الفعل.

لذلك يمكن القول أنّ الضرر يتحقق في جريمة تزوير المستند الإلكتروني، عند استعماله من طرف الجاني والاحتجاج به تجاه الغير، حيث يتمّ تعريض مصالح الآخرين للخطر، أو احتمال وقوعه إذا كان منتظراً تحقيقه في المستقبل وفقاً للمجرى العادي للأمر⁽³⁾.

2- الركن المعنوي:

تُعتبر جريمة تزوير المستند الإلكتروني من الجرائم العمدية أي أنّها تتطلب وجود القصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة، إضافة إلى القصد الجنائي الخاص؛ حيث يُشترط أن يعلم الجاني بأنّه يقوم بتغيير الحقيقة في مستند إلكتروني يحظى بالحماية القانونية ضدّ أي تغيير، وبالرغم من علمه بذلك تتجه إرادته إلى إحداث عملية التغيير التي ينتج عنها فعل التزوير في المستند الإلكتروني⁽⁴⁾، ويتمّ ذلك عملياً عندما يعلم الجاني بأنّ إدخال البيانات والمعلومات إلى

(1) عبد الرحمن مهل الروقي، المرجع السابق، ص 87.

(2) بوقرين عبد الحليم، المرجع السابق، ص 198.

(3) براهيم حنان، المرجع السابق، ص 219.

(4) محمد الرومي، المرجع السابق، ص 83.

مضمون المستند الإلكتروني، أو تعديلها أو حذفها أو تبديلها، فعل غير مشروع، ورغم ذلك تتجه إرادته للقيام بأحد هذه الأفعال غير المشروعة.⁽¹⁾

ويتمثل القصد الجنائي الخاص في نية استخدام المستند الإلكتروني المزور وقت ارتكاب فعل تغيير الحقيقة، أي الاحتجاج بالمستند الإلكتروني تجاه الغير باعتبار أنه صحيح، مما ينتج عنه إحداث ضرر بالغير أو احتمال ذلك.⁽²⁾

(1) براهيمى حنان، المرجع أعلاه، ص226.

(2) محمد الرومى، المرجع أعلاه، ص83، بوقرين عبد الحليم، المرجع أعلاه، ص200.

ملخص الباب الثاني

وهكذا فقد سعى هذا الباب إلى بيان الحماية الإجرائية للمستهلك في مواجهة جرائم إعلامه؛ حيث إن الحماية الموضوعية لجرائم إعلام المستهلك لا تكفي؛ ولقد فقدت التشريعات المختلفة توفير الحماية الإجرائية الجزائية للمستهلك في مواجهة جرائم إعلام المستهلك؛ وهو ما أرسدت به تلك التشريعات مبادئ العدالة.

ولقد تم التنويه إلى أن الحديث عن الحماية الإجرائية للمستهلك يعد في أمراً حديثاً نسبياً وقد دعا إلى الاهتمام به التطور الاقتصادي الكبير وما صاحبه من ظهور سلع متنوعة لكميات هائلة من شتى أنواع البلدان ووجد المستهلك نفسه في موقف ضعيف لنقص خبرته بالنسبة لنوعية السلع وأسعارها.

حيث إنه وفي ظلّ الحماية الإجرائية فإنّ المستهلك قد يفتني مستلزمات حياته من المسوقين عبر الإنترنت، والذين قد يعرضون سلع سريعة التلف، أو أقلّ جودة مما يريد؛ فيقوم المستهلك بشرائها بالسعر المغربي ثمّ يقع حادث معين فيتأثر المنتج، أو يظهر عيبه مما يؤثر على سلامة صحته أو سلامة عائلته؛ وهو ما يدعو المستهلك لمعرفة أيّ جهة من سلطات الدولة كفيلة بتعويض وجبر الضرر وإنّ معارف المستهلك بالقانون قليلة خاصة عندما يتعلق الأمر بقوانين الاستهلاك.

إذاً فالحماية الإجرائية هدفها الأساسي ومقصدها الأول حماية المستهلك كطرف ضعيف في النزاع القضائي؛ كي يحصل على التعويض لجبر الضرر اللاحق به وأن يعوض ما فقده من الحماية السابقة التي كانت تقتضي أنّ مصالح المستهلك وحقه يتمثل في الحصول على السلع بسعر معتدل وأن تكون هذه السلع بحالة جيدة، وفي وفرة بعيدة عن الاحتكار والتخزين، والسعي لحماية المستهلك من مخاطر الاستهلاك العشوائي للسلع المتاحة إلكترونياً دون تبصر مما يمس بحقوقه في الإعلام والتجربة..... إلخ.

هذا وقد أتى في هذا الباب توضيح واقع هذه الحماية الإجرائية المقررة في قانون الإجراءات الجزائية وذلك عبر فصلين، تناول الفصل الأول شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة خلالها وأطرافها.

ولقد سبق أنه وبالنسبة لكافة التشريعات المقارنة، فإنّ المستهلك هو صاحب الحق الأصل في رفع الدعوى للدفاع عن حقوقه باعتباره صاحب الصفة والمصلحة فيها، وهما الشرطان

الأساسيان لممارسة أيّ دعوى أمام القضاء طبقاً للقواعد العامة؛ إذ بالنسبة لشرط الصفة، وعلى الرغم من أنّ المشرع الجزائري في نص المادة (459) من قانون الإجراءات المدنية التي جاء فيها: "لا يجوز لأحد أن يرفع دعوى أمام القضاء ما لم يكن حائزاً لصفة وأهلية التقاضي وله مصلحة في ذلك"، وهكذا فلم يعرف المشرع الصفة واكتفى فقط بذكرها، غير أنّه يمكن القول أنّه يقصد أن يكون الشخص صاحب الحق هو الذي يباشر الدعوى.⁽¹⁾

وبديهي أنّ ذلك يتوفر في المستهلك؛ حيث إنّ صاحب الحق في التعويض عن الضرر الذي يصيبه جرّاء فعله أو خطئه المهني، ولهذا يمكنه اللجوء إلى القضاء طالباً حمايته. أمّا فيما يتعلق بشرط المصلحة السابق ذكرها في النص السابق، فيُقصد به أنّه على المتقاضي أن يبرر مصلحته في رفع الدعوى، ويُشترط في المصلحة أن تكون مصلحة قانونية، أي يعترف له القانون بحق ما ويحميه، وأن تكون حالة قائمة وليست محتملة، وهو أيضاً ما يتوفر في المستهلك، حيث إنّ مصلحته في رفع الدعوى ضد المهني هي الدفاع عن حقه في السلامة، وحقه في الحماية التي يمنحها له القانون، وأخيراً فيما يخص الأهلية كشرط ثالث لرفع أيّ دعوى، فمن الطبيعي ألا تُمارس الدعوى إلّا من طرف شخص تكون له الأهلية الكاملة لمباشرة جميع حقوقه، وفي حال نقص الأهلية أو انعدامها لأي سبب من الأسباب، فتطبق في هذه الحال القواعد العامة، فيمكن مثلاً أن تباشر الدعوى من طرف ولي أو نائب عن المستهلك الضحية؛ وعليه، إذا توفرت هذه الشروط في المستهلك يكون من حقه اللجوء إلى القضاء لطلب الحماية.⁽²⁾

ولقد سبق أيضاً أن تحريك الدعوى العمومية في هذه الجرائم يتم من طرف النيابة العامة، ذلك أن النيابة لا يمكنها القيام بتحريكها مباشرة إلّا بناءً على شكوى المضرور "المستهلك" أو عن طريق مهام وصلاحيات الضبط القضائي، أو بناءً على إحالة أي ملف من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

أما عن المحاكمة والطعن فيها وهو موضوع الفصل الثاني، فقد سبق أن السلطة القضائية هي أهمّ السلطات التي تقوم عليها الدولة الحديثة، والتي يتمثل دورها الأساسي في الفصل في الخصومات والنزاعات بين المتنازعين، ومن هنا تتجلى أهمية الحكم الجنائي الصادر بالإدانة؛

(1) محمد الرومي، المرجع السابق، ص 85.

(2) عبد الحميد الشواربي، المسؤولية الجنائية في قانون العقوبات والإجراءات الجنائية، الطبعة الثالثة، منشأة المعارف، القاهرة،

1993م، ص 158.

على اعتبار أنه من أهم الإجراءات القانونية التي تكفل حماية مصالح المجتمع ومقصدًا هامًا من مقاصد المشرع بنصوص التجريم، والذي كان لزاما -قبل افتراض السلامة النهائية للحكم الجنائي- وضع أنظمة رقابية تحكمها وتدقق في صحتها، ومن ثمّ عنت التشريعات بتحديد مقومات وجوده من حيث الشكل والموضوع وضوابط الطعن فيه وتنفيذه.

لذا قد أتى بيان الأحكام العقابية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام وتبين أن صدور الحكم بالإدانة يتطلب انعقاد الاختصاص ووجود قانوني شكلي، وكذا وجوده المادي والواقعي، ويضاف إليها المصدر الشرعي الذي يقوم عليه هذا الوجود، فإن فقد أحد هذه الأركان كان الحكم بالإدانة منعدماً أصلاً، أمّا شروط صحته فهي ما يتوقف عليه ثبوت سلامته القانونية موضوعياً وإجرائياً، فقد تعلق بالحكم الجنائي بالإدانة بعض الشوائب التي تؤثر على صحته دون أن تمتد إلى كيانه فتعدمه وتفقده طبيعته كحكم -كما هو الشأن بالنسبة للأركان- بل تضعه تحت طائلة البطلان.

هذا ولقد نوع كل من المشرع المصري والفرنسي والجزائري من صور الجزاءات الجنائية التي توقع على الفاعلين والشركاء حال ثبوت مسؤوليتهم عن جريمة الإعلان الخادع، إذ نصّا على عدة جزاءات أصلية وأخرى تكميلية تم توضيحها في الباب.

الخاتمة

الخاتمة

بعد التعرض إلى الجرائم الماسة بحقوق المستهلك الاقتصادية والقانونية وهي الجرائم المتعلقة بإعلام المستهلك بكل ما يشمل الإعلام عن معلومات ودلائل تشير إلى محتويات السلعة أو الخدمة المُقدّمة من قبل التجار وذلك وفقاً للقانون المصري والجزائري والفرنسي أيقنا أنّ هذه الورقة البحثية ليست كافية لتعطي هذا الموضوع حقة على أكمل وجه، لكون هذا النوع من الجرائم يُشكل ثمة تحدّي كبير على سلامة المستهلك سواء الجسدية أو المعنوية، وكونها تُشكّل أحد أبرز الإشكالات القانونية المتجددة والمتسارعة بفضل التطورات المُطرّدة على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية في الوقت الراهن، وكأثر من آثار النظام الرأسمالي الذي نحن عليه الآن، إذ إنّنا تأكّدتنا من مدى صعوبة تحديد وتعيين النطاقات والأطر التي حددها المشرعون لألقاء الجزاءات الفورية على التجار المدلسين، لكننا في نفس وصلنا إلى بعضٍ من النقاط المركزية والأساسية التي تشير إلى اتجاهات المشرّع المصري والجزائري والفرنسي نحو تحديد مفاهيم وأشكال جرائم الإعلام التي تمسّ حقوق المستهلك من جوانب عدة في تلك التشريعات الثلاث.

ولقد تجلّت رغبة المشرعين في تبيان جرائم إعلام المستهلك، إذا جاء المشرع الفرنسي في مقدمة هؤلاء، الذي حرص على حماية المستهلك في طيات القانون رقم 87-22، لعام 1978م. وعليه خردت هذه الدراسة بعدد من النتائج والتوصيات كما يأتي:

أولاً: النتائج

1- إن المشرّع الجزائري مثله كمثل المشرّع الفرنسي، اتّجهت ارادته نحو اللجوء إلى وسائل قانونية حمائية خاصة تجسدت في إصدار القانون 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989م، والذي يسعى المشرع من خلاله تحقيق حماية المستهلك، فهذا القانون يُعدّ الركيزة الأساسية واللبنية الأولى في إقرار مزيد من الحماية المتتابعة للمستهلك، كما أنّه يُساهم في إصدار مزيد من مراسيم تنفيذية أخرى، والتي من خلالها يُمكن بلوغ هذه الحماية بشكل تطبيقي وعملي. وذلك بعد أن تبين للمشرّع الجزائري أنّ المستهلك في أمسّ الحاجة إلى قوانين خاصة تحميه من أسر التضليل والكذب والخداع والتدليس عن مسابرة نشاطاته التجارية من خلال عمليتي البيع والشراء.

2- إن جريمة الإشهار جاءت في مقدمة جرائم الإعلام، حيث إنّها تنبثق من جرائم إعلام المستهلك للإشهار الذي يكون موقعه أموالاً أو خدمات تُقدّم للمستهلك بشكل مضلل أو قد تخلق اختلافاً

يؤدي إلى تغير العناصر الجوهرية للسلع والخدمات المقدمة يجعله يقع في الغلط، وهذا ما جاءت به كل من المادة (28) من القانون 04-02 الذي بدوره يحدد ويعين القواعد المطبقة في الممارسات التجارية وكذلك المادة (16) من المرسوم التنفيذي 90/366، ففي طيات هذه النظم القانونية والتنفيذية راعى المشرع تبيان الإشهار التضليلي، الذي يشمل المنتجات أو سلعة أو خدمة، وهو ما قد يُثير جدلاً لدى بعض السادة الفقهاء، ومدلول هذا الجدل أنّ الإشهار إذا كان موضوعه عقار على سبيل المثال "أراضي زراعية أو منازل معدة للسكن، أو أراضي صالحة للبناء وغير ذلك"؛ فالعقارات إذاً لا تدخل -وذلك في المعنى العام- ضمن السلع، لذا فمن وجهة نظر الباحث على ما يرى الباحث أنّ السلع هي كلّ شيء مادي، ومنه ما قد يُثير الدهشة؛ لأنّ المشرع الجزائري لم يتوسع في اشمال النص القانوني لجميع وسائل الإعلام صراحة على عكس المشرع الفرنسي الذي جرّم الإعلام المضلل سواء كان يتعلق بخدمة أو أموال منقولة أو عقار.

3- سعت التشريعات المختلفة إلى تعريف الإشهار؛ فالمشرع الجزائري في تعريفه لذلك في طيات القانون 04-02 بموجب المادة (28) نصّ على أنّه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يُعتبر إشهاراً غير شرعي وممنوع كلّ إشهار تضليلي..." وعرف أيضاً طبقاً للمرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنّه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدّة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية"

4- إن مجالات التضليل من خلال الإشهار تنوعت وفقاً للنظم القانونية للدول الثلاث، فوجد الإعلان الكاذب، وعلى الرغم من الخطورة البالغة للإعلان الكاذب فإنّه لم يحظى باهتمام كبير عند المشرع الجزائري؛ لأنّه لم يخصص قسمًا مستقلًا بذاته يتناول مجالات هذا الإعلام، من جانبنا نرى أنّه يُمثل قصورًا واضحًا حيث إنّ وجود أنواع متعددة للإشهار يتستوجب إيجاد ووضع نظم قانونية تتناسب من حيث الوصف والعقوبة مع نوع وطبيعة الجريمة. ووجود أيضًا الإعلام المضلل أو الخادع ك مجال من ضمن مجالات التضليل الإعلامي للمستهلك إذ اعتبر القانون رقم (04-02) الإعلام المضلل عبارة عن "تلك الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى العون الاقتصادي على مصالح عون أو اقتصاديين آخرين"، أمّا القانون المصري نصّ: "على كلّ مورد ومعلن إمداد المستهلك

بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط" وفقاً للمادة (6) رقم 67 لسنة 2006م بشأن حماية المستهلك.

5- قد تكون المبالغة في الإعلان عن المنتجات والخدمات مقبولة، في حالة إذا لم يترتب عليها وقوع المستهلك في الغلط أو التدليس، إذ استقر الفقه والقضاء على إمكانية استخدام المبالغة في الإعلان من أجل استهداف جذب فئة من المستهلكين للانتفاع من المنتج أو الخدمة التي يقدمها التاجر والمنتج، سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، حيث إنَّ امتداح المنتجات والخدمات، يفترض في حدِّ ذاته نوعاً من التجاوز المسموح به، حيث إنَّه لا يعدو أن يكون نوعاً من الكذب المحمود، الذي لا يضرُّ بمصالح المستهلك أو التجار الآخرين من أوجه متعدده.

6- إن المبالغة التي ليست من شأنها تؤدي إلى الخديعة أو التضليل، وبالتالي التأثير على اتجاهات وقناعات المستهلك بصورة غير شرعية وقانونية. واستثناء عن ذلك بعض الوقائع التي تداولها القضاء الفرنسي والذي أقرَّ بعدم استخدام المبالغة في حالة إذا لم تتسق مع الواقع، والشاهد على ذلك قضية "شركة حقائب سامسونيت" التي نحن ذكرناها آنفاً.

7- يُعدُّ الإعلان المقارن من مجالات الإعلان المضلل، في حالة إذا انتهك الإعلان النظم القانونية التنظيمية والتنفيذية، وفي هذا أقرَّ المشرِّع المصري عدة شروط لابدأ أن تتوفر في الإعلان المقارن حتى يكون صحيحاً من الناحية القانونية وهي: تتمُّ المقارنة، بشكلٍ موضوعيٍّ، سواء بين السلع أو خدمة أو بين أكثر من الخصائص المماثلة، ذات الصلة، والتي يُمكن التحقق منها ومن بينها أسعار المنتجات، كما أنَّه اشترط أن تُنصب المقارنة على المنتجات التي يهدف استهلاكها إلى تلبية الحاجات على ألا يترتب على ذلك آثار الخلط أو اللبس في السوق بين المعلن والمنافس، أو بين العلامة التجارية أو الاسم التجاري أو غيرها من العلامات المميزة أو السلع أو الخدمات الخاصة بالمنافس وتلك الخاصة بالمعلن.

8- على الرغم من كون الإعلانات المستترة تُعدُّ من أحد وسائل الإعلام التضليلي إلا أنَّ المشرِّع الجزائري والمصري لم يجرما مثل هذه الأنواع والإعلانات المستترة، حيث أوجب المشرع الفرنسي على أن تقع مسؤولية قانونية على جهة مصدر الإعلان، ونطاق هذه المسؤولية أن تشير جهة الإعلان قبل عرض المواد الإعلانية إلا أنَّ هذه الفقرة فقرة إعلانية، وفي حالة

- مخالفة هذا الالتزام توقع عقوبة، على أن يكون مدة هذا الحبس الذي تتراوح بين ستة أيام وستة أشهر، والغرامة أو إحدى هاتين العقوبتين.
- 9- إن الحكمة من ضرورة إيجاد قواعد تجريبية للإعلانات المستترة من أجل حماية المستهلك؛ لأنّ هذا النوع من الإعلانات قد يؤدي إلى إخفاء عناصر هامة، قد تؤثر على تأثيرها في تكوين عقيدة المستهلك، حيث إنّها قد توقعه في عمليات الخداع حالة إذا ما تمّ حجبهاز
- 10- يعد الخداع الإعلاني من صور جرائم إعلام المستهلك، وهذا ما نراه جاليًا في النظام القانوني المصري، حيث لبي المشرّع المصري ضرورات التدخل من أجل حماية المستهلكين ومن جرّاء انتشار ظاهرة الخداع الإعلاني، وذلك طبقًا للقانون رقم 181، لعام 2018م، ففي حقيقة الأمر إنّ النظام القانوني هذا، في مادته رقم (3) كفلت الحماية الكاملة للمستهلك من الوقوع تحت طائلة الإعلام المخادع، حيث وضعت الأسس التجريبية للإعلام المخادع وصوره.
- 11- إن إثبات الجريمة المعلوماتية يختلف عن تلك الإثباتات المقرره المذكورة في النظام القانوني الكلاسيكي، لكون إثبات الجريمة في نطاق الجرائم الإلكترونية يعتمد على المعلومات والبيانات المتبادلة والمخزنة في أجهزة الحاسب الإلكتروني، ونظرًا لأنّ أجهزة تطبيق العدالة في الدول العربية قد تكون غير مؤهلة بقدر كافٍ من حيث القدرة والموهبة في الأمور الفنية العميقة التكنولوجية على عكس تلك التي في الدول الأوروبية، وهو ما يُمثل ثمة إشكالية قانونية شديدة الخطورة في الوقت الراهن لا سيّما في ظلّ اعتماد معظم السكان على تلك الوسائل التكنولوجية في كلّ صغيرة وكبيرة وأنها أصبحت من الضروريات الأساسية.
- 12- إن المشرع الجزائري قد وضع أسس قانونية من شأنها تُجرّم الأفعال التي تمسّ بأنظمة الحاسب الآلي وذلك في طيات قانون العقوبات رقم 4 المؤرخ في 10 نوفمبر لعام 2004م، كما وأدخل بعض التعديلات عليه في عام 2006م.
- 13- لقد جاءت أولى القواعد القانونية التي تنص على التزام الوسم في القانون الفرنسي لعام 1905م بشأن قمع الغشّ والتدليس، ثم بعد ذلك في عام 1964م أصبح الالتزام بالوسم حقيقة لا شائبه عليها، إذ إنّ المشرّع الفرنسي قد فرض على البائع أن يذكر بعض البيانات والإشارات على صناديق التعبئة، أمّا المشرّع المصري قد أيضًا نظم الوسم في القانون رقم (181) من قانون حماية المستهلك لسنة 2018م.

14- إن الهدف الأساسي من فرض المشرع الالتزام بالوسم في العمليات التجارية؛ يرجع لكون الوسم هو الذي يُمكن من خلاله أن يُدرك المستهلك كل بيانات ومدلولات السلع والمنتجات. وأنه لا بدّ وأن تكون هذه البيانات التي في الوسم مكتوبة، لذا فإنّ الوسم يلعب دوراً محورياً في إعلام المستهلك بخصائص السلعة والمنتجات من جميع الجوانب ومدى صحة استهلاكها، مما تمكّن هذه البيانات المستهلك من تجنب المخاطر التي قد تلحق بسلامة المستهلكين من جوانب متعددة. لذا فإنّ جريمة الامتناع عن الوسم من أشدّ الجرائم التي تمسّ المستهلك، وتوقع على كلّ من يخالفها في النظم المصري والجزائري كما ذكرناه آنفاً.

15- إنّ المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 266/90 قد منح للمستهلك حق اللجوء للقضاء في حالة إذا ما تعرض لضرر ناتج عن عملية استهلاكية؛ إذ نصّت المادة رقم (85) على أنّه: "يُمكن للمستهلك.... أن يتابع المحترف المتعاقد معه، وكلّ متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك والشخص الطبيعي قد يكون المنتج وقد يكون المحترف، وقد يكون كذلك الناقل، أو المستورد".

16- لقد تبين أن التشريعات المختلفة قد وفّرت الحماية الإجرائية للمستهلك في مواجهة جرائم الإعلام التي تُرتكب في حقّ المستهلك؛ بالرغم من أنّ الحديث عن الحماية الإجرائية للمستهلك هي من الإجراءات القانونية الإجرائية الحديثة إلى حدّ ما، وكأثر من آثار الاهتمام بالتطور الاقتصادي، والذي ساهم في خلق وإيجاد سلع جديدة ومتنوعة لم تعدها المجتمعات سابقاً.

17- إنه على الرغم من وجود حماية إجرائية، إلّا أنّه في ظلّ التطور التكنولوجي قد يقوم المستهلك باقتناء سلع من المسوقين عبر الإنترنت، والذين قد يعرضوا سلع سريعة التلف، أو أقل جودة مما يريد؛ فيقوم المستهلك بشرائها بالسعر المغري ثم بعد ذلك قد يظهر عيب المنتج لا سيّما وإن كان من المواد الغذائية مما قد يُؤثر على سلامة صحته أو سلامة عائلته. وهو ما قد يستوجب إلى ضرورة معرفة المستهلك أي جهة من جهات سلطات الدولة يمكن اللجوء إليها لتكفل حقه عن الضرر الذي أصابه. لذا فإنّ هذه الظواهر الاجتماعية المتجددة تشكل مسؤولية مدنية وجزائية وإجرائية يحاول المشرع أن يُراعيها في قوانين العقوبات والمرفعات المدنية والجنائية، وخاصة في ظلّ جهل المستهلكين بالقواعد الإجرائية وكذا الأعباء الكبيرة التي تقع عليهم عند محاولتهم رفع دعوى كمثّل مصروفات رفع الدعوى وأيضاً نظرة المستهلك إلى النظام القضائي وأنّ هذا النظام وفقاً لنظرتهم عالم غريب وفريد.

18- إنَّ الهدف الرئيسي للحماية الإجرائية هو بلوغ أقصى قدر من حماية المستهلك من جرائم الإعلام، لكونه هو الطرف الضعيف في مواجهة التجار والمعلنين، كما وتهدف إلى السعي لحماية المستهلك من مخاطر الاستهلاك العشوائي للسلع والمنتجات المتوفرة في ساحات المواقع والمدونات الإلكترونية.

19- إن الحديث عن النظام الاجرائي الذي يرمى إلى تحقيق حماية المستهلك؛ فإنَّ أولى شروط رفع الدعوى وفقًا للنظام الإجرائي الجزائري، هو أنَّ المستهلك هو صاحب الحق الأصيل في رفع الدعوى للدفاع عن حقوقه باعتباره صاحب الصفة والمصلحة فيها، وهما شرطان لا يتجزآن لرفع دعوى أمام القضاء طبقًا للقواعد العامة؛ ونرى ذلك في نص المادة (459) من قانون الإجراءات المدنية التي جاء فيها: "لا يجوز لأحد أن يرفع دعوى أمام القضاء ما لم يكن حائزًا لصفة وأهلية التقاضي، وله مصلحة في ذلك"، وهكذا فلم يعرف المشرع الصفة واكتفى فقط بذكرها، غير أنَّه يمكن القول أنَّه يقصد أن يكون الشخص صاحب الحق هو الذي يباشر الدعوى".

20- إن المستهلك هو صاحب الحق في التعويض عن الضرر الذي أصابه، والذي أعطاه الضوء الأخضر للجوءه إلى القضاء عما أصابه من أخطاء مهنية. على أن يتمَّ تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة، ذلك أنَّ النيابة لا يمكنها القيام بتحريكها مباشرة إلا بناءً على شكوى المتضرر "المستهلك" أو عن طريق مهام وصلاحيات الضبط القضائي، أو بناءً على إحالة أي ملف من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

21- اتَّجهت التشريعات الثلاث لكلِّ من فرنسا والجزائر ومصر إلى حماية قانونية للمستهلك عبر إنشاء تصرفات اقتصادية من خلال التعاقد بواسطة المنصات الإلكترونية، ونرى أولى هذه الإجراءات القانونية في مضمون قانون العقوبات الفرنسي، حيثُ جرَّم وعاقب الاعتداء على البيانات الشخصية في المواد (16/226) إلى غاية (24/226) من قانون العقوبات.

22- لم يضع كل من المشرع الجزائري والمصري إطارًا لتجريم الإعلام المستتر، وأنَّ هذا النوع من التجريم وُجد له ضرورة قانونية وتطبيقية وخاصة في الوقت الراهن، وذلك لكثرة استخدام المواقع الإلكترونية في عمليات البيع والشراء وأنَّ الإعلانات المستترة تنتشر به أكثر ما تنتشر في الوسائل الإعلامية الأخرى، كما أنَّ الإعلانات المستترة قد تؤثر على اتجاهات المستهلكين؛ لكونها قد تحتوى على محتوى الكذب الإعلاني التضليلي، بحيثُ يشوب هذه المواد الغلط

والتدليس، كما ذكرناه سابقًا بإفاضه، لذا فمن جانبنا نحث المشرع الجزائري والمصري بضرورة الأخذ بما أخذ به المشرع الفرنسي فيما يخص وضع نظام قانوني من شأنه يجرم الإعلانات المستترة والتي لا تحذر المستهلك سابقًا أو حاضراً وأنّ المادة الإعلانية التي يتم تداولها هي مادة إعلانية.

ثانياً: المقترحات:

1- من الضروري إيجاد نظام تأهيل علمي كبير على استخدام الأدوات التكنولوجية بالاستفادة من الخبرات الأوروبية وخاصة فرنسا؛ لكي يمكن إدراك الإثبات الجنائي بقدر كافٍ في الجرائم المتعلقة باستخدام الوسائل التكنولوجية وخاصة فيما يتعلق بجرائم إعلام المستهلك، ولأجهزة العدالة في الدول العربية في مقدمتهم مصر والجزائر؛ لكون هذه الدول تعتمد على اللجان الفنية في عمليات الإثبات الجنائي في الجرائم الإلكترونية.

2- يجب على الدولة أن تسعى إلى تبسيط القواعد الإجرائية لعامة الناس وكذا أن تكفل الحماية الكاملة لمواطنيها؛ لأنه على الرغم من وجود قواعد ونظام إجرائي في القانون الجزائري والقانوني المقارن العربي يهدف إلى تحقيق الحماية الكاملة للمستهلكين، إلا أنّ تلك النظم لم تأتى ثمارها؛ نظراً للأسباب والمعطيات التي سبق وأن ذكرناها.

3- يجب على الدولة إيجاد وسائل جديدة من شأنها يمكن وضع النظام القانوني الخاص بحماية المستهلك في باب واحد مع بيان شروحه وتفسيراته، وأنّه يجب تقليل حدة نفقات إقامة ورفع الدعوى، فعند مقارنه ثمن سلعة أو منتج ما اشتراه مستهلك وكان فاسداً وأدى التضليل الإعلامي إلى تغيير اتجاهات المستهلك نحو شراء هذا المنتج وأراد المستهلك في النهاية رفع دعوى تعويض قد نجد أنّ نفقات رفع الدعوى أعلى من نفقات السلعة نفسها أضعاف مضاعفة مما قد يؤدي إلى ابتعاد كثير من المستهلكين عن رفع دعوى التعويض أمام القضاء عن الضرر الذي أصابهم لحدوث جرائم إعلام تنتهك حقوقهم.

4- ضرورة مراجعة اعتماد النظام القانوني العربي على الخبرة الفنية في إقامة الدليل الجنائي في الجرائم الإلكترونية حيث إن هذا الإجراء لا يُوفّي لإقامة الدليل صحيحاً، وهذا ما يمثل خطورة كبيرة؛ لكون بعض الجناة يمتلكون مهارة كبيرة في إخفاء آثار الجرائم الإلكترونية.

5- إن النظام القانوني المصري حرص على مواكبة التطورات الحديثة وخاصة فيما يتعلق في مكافحة الجرائم الإلكترونية الخاصة بجرائم الإعلام لا سيما في طيات قانون حماية المستهلك

لسنة 2018م، لذا فمن الضروري على المشرع الجزائري الأخذ في الاعتبار بهذا النظام القانوني المصري عند إدخال أي تعديلات جديدة في قانون حماية المستهلك الجزائري.

6- إنّه رغم أن المشرّع الجزائري قد أوفى بعهوده تجاه المجتمع وخاصة فئة المستهلكين فيما يخص وضع إطار قانوني حمائي من شأنه يحمي المستهلك من الوقوع في التدليس والإعلام المضلل من قبل التجار والمنتجين والمُعلنين، فإنّه توجد بعض القصور التي يجب معالجتها في النظام القانوني الجزائري، مثلاً على ذلك: أنّ المشرع الجزائري اقتصر في حصر وسائل الإعلام المضلّة على تبيان المنتجات والسلع فمن الأجدر أن يذكر التضييل بأنّه كلّ ما يشتمل على الأموال سواءً منقولاً أو عقاراً أو خدمات أو منتجات وهذا ما نراه واضحاً في النظام القانوني الفرنسي.

7- يجب إدخال التعديلات الكفيلة بتوفير الحماية الكاملة للمستهلك حيث إنّنا إذا ما نظرنا إلى الجانب النظري وجدنا أن المستهلك في البلاد العربية والجزائر على وجه الخصوص، ينعم بالحماية شبه الكاملة، ولكن إذا نظرنا إلى الجانب التطبيقي نرى أنّ آخر من ينعم بحقوق وحماية قانونية هو المستهلك، لعدة أسباب منها: ارتفاع مصروفات الدعوى، عدم معرفة المستهلك بالإجراءات الإجرائية ولو بقدر قليل، عدم تحقيق العدالة الناجزة وخاصة عند النظر في مثل هذه الدعوى من قبل القضاء، والسبب الأخير وهو الأهم وجود نصوص وتشريعات قانونية متناثرة ومتفرعة.

8- يجب تأهيل أجهزة تطبيق العدالة في الدول العربية بقدر كافٍ من حيث القدرة والمهبة في الأمور الفنية العميقة التكنولوجية كما الحال في الدول الأوروبية حيث إن عدم تأهيلها يُمثل ثمة إشكالية قانونية شديدة الخطورة في الوقت الراهن لا سيّما في ظلّ اعتماد معظم السكان على تلك الوسائل التكنولوجية في كلّ صغيرة وكبيرة وأنها أصبحت من الضروريات الأساسية.

9- يجب التأكيد على وضع نظام تجريمي للإعلانات المستترة في كونها تؤدي إلى نشوء الكذب على المستهلك مرة عند عدم إعلامه فإنّ الإعلان الحالي أو القادم هو عبارة عن مادة إعلانية وبتالي التأثير على إدراكه للحقائق، والثانية: في حالة إذا ما احتوى مقال أو اللقاء على مادة إعلانية لا سيّما تلك المعلومات الغير صادقة مما يُساهم التدليس على المستهلك.

10- يجب على المشرع الجزائري أن يتوسع في اشمال النص القانوني لجميع وسائل الإعلام صراحة كما فعل المشرع الفرنسي الذي جرّم الإعلام المضلل سواء كان يتعلق بخدمة أو أموال منقولة أو عقار.

إنه نظرًا للخطورة البالغة للإعلان الكاذب فإنه يجب أن يحظى باهتمام كبير عند المشرع الجزائري؛ ذلك أنه لم يخصص قسمًا مستقلًا بذاته يتناول مجالات هذا الإعلام، وهو ما يُمثل قصورًا واضحًا حيث إنّ وجود أنواع متعددة للإشهار يستوجب إيجاد ووضع نظم قانونية تتناسب من حيث الوصف والعقوبة مع نوع وطبيعة الجريمة.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: قائمة المصادر باللغة العربية

❖ القرآن الكريم.

أ- الدساتير والقوانين العضوية

- 1- دستور جمهورية مصر العربية لسنة 1971م، المؤرخ في 11 سبتمبر 1971م
- 2- القانون العضوي 01-16 المؤرخ في 6 مارس 2016 م المتضمن التعديل الدستوري لسنة 2016، ج ر، عدد 14، المؤرخة في 7 مارس 2016 م

3- القوانين

ب-1: القوانين الوطنية

- 1- قانون رقم 25 لسنة 1968 بإصدار قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية معدلاً بالقانون 23 لسنة 1992م، والقانون 18 لسنة 1999م، ج ر، العدد 22 الصادر في 30-05-1968م.
- 2- القانون رقم 02-89 المؤرخ في 07-02-1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 08 فيفري 1989، الجزائر، سنة 1989م. المعدل
- 3- القانون رقم 05-91 المؤرخ في 16-01-1991م المتضمن استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 16-01-1991م، الجزائر، سنة 1991م. المعدل
- 4- قانون رقم 02-04 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق لـ 23 يوليو 2004م، يحدد القواعد المطبقة علي الممارسات التجارية، (ج ر، عدد 41 المؤرخة في 27 جوان 2004 م)، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 المؤرخ في 5 رمضان 1431هـ الموافق لـ 15 أوت 2010م، (ج ر عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010م).
- 5- القانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 والمتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 36 مؤرخة في 2 يوليو والقانون رقم 05-10 غشت 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 46 المؤرخة 18 غشت 2010.
- 6- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08-03-2009م، الجزائر، سنة 2009م. المعدل والمتمم

- 7- القانون رقم 04-15، المؤرخ في 01-02-2015م، والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، عدد 06، الصادر بتاريخ، 10-02-2015م
ب-2: القوانين الأجنبية
- 8- قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006م، المنشور بالجريدة الرسمية، العدد 61 مكرر.
- 9- قانون التنظيم القضائي المصري الصادر بتاريخ 8 فبراير 1995م، المجلة القضائية رقم 95-125.
- 10- قانون حماية المستهلك المصري، ج ر، العدد 37، المؤرخة في 13-09-2018م
- 11- القانون رقم 15 لسنة 2004، والخاص بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات المصري، ج ر، عدد 17 الصادر بتاريخ 22-04-2004م
- 4-الاورام
- 12-الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر 1386هـ الموافق لـ 8 يونيو 1966م، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، (ج ر، عدد 48 المؤرخة في 10 يونيو 1996م)، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 15-02 المؤرخة في 7 شوال 1437هـ الموافق لـ 30 ديسمبر 2015م، (ج ر، عدد 71 المؤرخة في 30 ديسمبر 2015م).
- 13-الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 18 صفر 1386هـ الموافق لـ 08 جوان 1966م المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، (ج ر، عدد 49، المؤرخة في 11 جوان 1966م) المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-19 المؤرخ في 18 ربيع الأول 1437هـ الموافق لـ 30 ديسمبر 2015م، (ج ر، عدد 71 المؤرخة في 30 ديسمبر 2015م) المعدل والمتمم
- 14-الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 20 رمضان 1395هـ الموافق لـ 20 سبتمبر 1975م المتضمن القانون المدني، (ج ر، عدد 78، المؤرخة في 30 سبتمبر 1975م)، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 07-05 المؤرخ في 20 ماي 2007م، (ج ر، عدد 31، المؤرخة في 13 ماي 2007م).

5- المراسيم التنفيذية واللوائح

15- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 03 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة ومنع الغش، عدد5، الصادر في 31 جانفي 1990، معدل ومتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001م، (ج ر، عدد 61 المؤرخة في 21 أكتوبر 2001 م).

16- المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 06 جويلية 1992م، المتعلق بالإعلام الطبي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، ج ر، عدد 53 المؤرخة في 12 جويلية 1992م.

17- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 5 محرم 1435هـ الموافق لـ 9 نوفمبر 2013م الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، (ج ر، عدد 58 المؤرخة في 18-11-2013م)، الجزائر، سنة 2013م.

6- اللوائح والقرارات الوزارية

18- اللائحة التنظيمية لقانون حماية المستهلك والصادر بقرار وزارة التجارة والصناعة رقم 886 لسنة 2006م متاحة على الموقع الرسمي لجهاز حماية المستهلك المصري.

19- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 17 ذي الحجة 1432هـ الموافق لـ 13 نوفمبر 2011م يتضمن إنشاء مفتشيات، مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية والجوية والمناطق والمخازن تحت الجمركة، (ج ر، عدد 24 المؤرخة في 25 أبريل 2012م).

7- الأحكام والقرارات القضائية

20- حكم المحكمة الدستورية العليا في القضية رقم 48 لسنة 17 قضائية دستورية، جلسة 22 فبراير سنة 1977م. نشر بالجريدة الرسمية العدد رقم 10 في 06-03-1997م. والقضية رقم 84 لسنة 17 قضائية دستورية، جلسة 15 مارس سنة 1997م. نشر بالجريدة الرسمية العدد رقم 13 في 27-03-1997م.

21- قرار صادر عن الغرفة الجزائرية بالمحكمة العليا، رقم 50971 الصادر بتاريخ 30-06-1987، المجلة القضائية، العدد الثالث لسنة 1991م.

22- حكم نقض جلسة 17-6-1940م، مجموعة القواعد القانونية، ج5.

- 23-نقض مصري- 05-11-1957- السنة 8 رقم 236.
- 24-نقض جنائي مصري رقم 2185 لسنة 1963 جلسة 18-01-1995م .
- 25-نقض مصري، بتاريخ، 28- 13- 1965م. السنة6 رقم 230.
- 26-نقض مصري، 28-11-1967، السنة 18رقم 216.
- 27-نقض جنائي، جلسة 14-5-1972م، مجموعة أحكام النقض، السنة23، ص696، رقم 156.
- 28-نقض مصري، 13-12-1974، السنة 25 رقم 19.
- 29-نقض جنائي جزائري، 15-05-1984م، المجلة القضائية، العدد الأول، 1989م.

8- المعاجم

30-معجم مقاييس اللغة

ثانيا: قائمة المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

أ-1: الكتب المتخصصة

- 31-أحمد السيد لبيب إبراهيم، الإعلانات التجارية المقارنة بين الحق في الإعلان والمنافسة غير المشروعة (دراسة مقارنة)، جامعة المنصورة، مصر، 2013م.
- 32-أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، ماهيته، مصادره، موضوعاته، جامعة الملك سعود، طبعة عام 1993م.
- 33-أحمد عبد الفتاح الهوارين، الإثبات بالشهادة في جريمة القتل، دار وائل للطبع، ط1، عمان الأردن، 2014م.
- 34-أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، ط1، المكتبة العصرية مصر، سنة 2007م.
- 35-أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية، ط1، 2008م.
- 36-أسامة بن غانم العبيدي، جريمة الدخول غير المشروع إلى النظام المعلوماتي- دراسة قانونية في ضوء القوانين المقارنة، مجلة دراسات المعلومات، ع14، مايو 2012م.

- 37- أماني رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد - دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني-، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، 2010م.
- 38- إبراهيم إبراهيم الغماز، الشهادة كدليل إثبات في المواد الجنائية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002م.
- 39- إبراهيم سيد أحمد، الإستجواب والإعتراف، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، دون بلد نشر، 2002م.
- 40- بتول صراوة عبادي، التظليل الإعلاني التجاري، ط1، منشورات حلبي الحقوقية، بيروت -لبنان، 2011م.
- 41- بغاشي كريمة، الخبرة القضائية في المواد المدنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000م.
- 42- بوحفص جلاب نعناع، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الإعلان التجاري المضلل، جامعة البليدة، 2016م.
- 43- بوعبيد عباسي، الالتزام بالإعلام في العقود -دراسة في حماية المتعاقد والمستهلك، ط1، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، المغرب، 2008م.
- 44- ثروت عبد الحميد، الأضرار الناشئة عن الغذاء الفاسد والملوث وسائل الحماية منها والتعويض عنها ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007م.
- 45- جاير، أشرف، التأمين من المسؤولية المدنية للأطباء، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2008م.
- 46- جميلة جلام، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، جامعة القاضي عياض، 2011م.
- 47- جميل عبد الباقي الصغير، الإنترنت والقانون الجنائي، الأحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالإنترنت، دار النهضة العربية، 2002م.
- 48- حمد الله محمد حمد الله: مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000م.
- 49- حليلة بن شعاعة، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2013م.

- 50- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة الرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996م.
- 51- خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، ط1، سنة 2008م.
- 52- خالد عبد العظيم أبوغابة، كمال محمد عواد عوض، كرم مصطفى خلف الله، مدى حجية الشهادة والقرائن وضوابط مشروعيتها في الإثبات (دراسة مقارنة بين النظم الإسلامية والأنظمة الوضعية)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013م
- 53- راشد الشاشاني، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وفقاً لخطة المشرع الأردني، 2013م.
- 54- زائدة مسعود، الاقتناع الشخصي للقاضي الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1989م.
- 55- شمسان ناجي صالح الخيلي، الجرائم المستخدمة بطرق غير مشروعة لشبكة الإنترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009م.
- 56- عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة -دراسة مقارنة-، بدون دار نشر، 2005م.
- 57- عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي والتزوير في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، 2001م.
- 58- عبد القادر أقصاصي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2010م.
- 59- علاء محمد نصيرات، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، دار الثقافة، عمان، ط1، 2005م.
- 60- على فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007م.
- 61- علي عوض حسن، الخبرة في المواد المنية والجنائية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2002م.

- 62- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك -دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004م.
- 63- محمد نصر محمد القطري، الحماية الجنائية من الخداع الاعلاني، جامعة طيبة، مصر.
- 64- نزيه صادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982م.
- 65- شمسان ناجي صالح الخيلي، الجرائم المستخدمة بطرق غير مشروعة لشبكة الإنترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009م.
- 66- عبد الفتاح بيومي حجازي، الدليل الجنائي والتزوير في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، 2001م.
- 67- عبد القادر أقصاصي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2010م.
- 68- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة -دراسة مقارنة-، بدون دار نشر، 2005م.
- 69- علاء محمد نصيرات، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، دار الثقافة، عمان، ط1، 2005م.
- 70- على فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007م.
- 71- علي عوض حسن، الخبرة في المواد المنية والجنائية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2002م.
- 72- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك -دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004م.
- 73- فاتح كمال، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر الغش في البضائع، طالب باحث بوحدة قانون الاستهلاك والمنافسة، كلية الحقوق بفاس، المغرب، دون سنة نشر.
- 74- ماني عبد الحق، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، جامعة بسكرة، 2016م.

- 75- محمد العروسي، الالتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين العقد مع إدخال قانون الاستهلاك رقم 31-08 وقانون سلامة المنتجات والخدمات رقم 24-09، ط2، دون مكتبة النشر، دون بلد النشر، 2012م.
- 76- محمد حسين عبد العال، القيمة العقدية للمستندات الإعلانية"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005م
- 77- محمد عبد الله السيبي، الشروع في الجريمة، دراسة عرض وتحليل لجريمة الشروع، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004م.
- 78- محمد علي الكيك، رقابة محكمة النقض على تسبيب الأحكام الجنائية، ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2003م.
- 79- محمد فاضل زيدان، سلطة القاضي الجنائي في تقدير الأدلة، عمان، دار الثقافة، 2006م.
- 80- محمد محدة، ضمانات المتهم أثناء التحقيق، ط1، دار الهدى، الجزائر، 1992م.
- 81- محمود صالح العادلي، استجواب الشهود في المسائل الجنائية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2004م.
- 82- مرفت عبد المنعم صادق، الحماية الجنائية للمستهلك، ط2، مركز رجا، القاهرة، سنة 2001م.
- 83- مصطفى أحمد أبوعمر، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك -دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة الأزاريطة، 2010م.
- 84- ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، جامعة وهران، الجزائر، 2013م.
- 85- منى أبوبكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013م.
- 86- مولاي مليان البغادي، الخبرة القضائية في المواد المدنية، دون طبعة، مطبعة دحلب، الجزائر، 1992م.
- 87- مهندس هيثم نبوي فهمي، رحلة عبر شبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، بدون ناشر، 1996م.

أ-2: الكتب العامة

- 88- أبو عامر محمد زكي، الخطأ في الحكم الجنائي، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1977م.
- 89- إبراهيم إبراهيم الغماز، الشهادة كدليل إثبات في المواد الجنائية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002م.
- 90- إدوارد غالي الذهبي، الإجراءات الجنائية، ط2، مكتبة غريب، مصر، 1990م.
- 91- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، دار هومة، ط1، 2002م.
- 92- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص الجرائم ضد الأشخاص والجرائم ضد الأموال، دار هومة، ط7، الجزائر، سنة 2007م.
- 93- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون العام، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال والتزوير، ج2، ط8، دار هومة، الجزائر، سنة 2008م.
- 94- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام، دار هومة، ط8، الجزائر، 2009م.
- 95- أحمد الأشهب، المسؤولية الجنائية في الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، ط1994م.
- 96- أحمد المهدي، حق المتهم في المعارضة وكيفية الطعن بها، دار العدالة للنشر، مصر، 2007م.
- 97- أحمد حسن الحيارى، المسؤولية المدنية، ط1، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008م.
- 98- أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الاجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، دون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998م.
- 99- أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، ج3، بدون دار نشر، 1999م.
- 100- أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات، القسم الخاص، القاهرة، 1991م.
- 101- أحمد هلالى عبد الله، النظرية العامة للإثبات في المواد الجنائية، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية، 1987م.
- 102- 15- أنور محمد صدقي، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، ط5، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007م.

- 103- أيمن نواف الهواوشة، الجريمة المستحيلة، دراسة مقارنة دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2010م.
- 104- الجندي حسن الجندي، في شرح قانون قمع التدليس والغش، دار النهضة العربية، ط3، 2000م.
- 105- الشلتاوي محمد عبد الله، المسؤولية الجنائية في الإعلان التجاري، مجلة الشرطة، الإمارات 1998 م.
- 106- المرصفاوي حسن صادق، قانون العقوبات الخاص، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1991م.
- 107- باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول النظرية العامة، منشورات دار الحكمة، مطبعة جامعة بغداد، 1987م.
- 108- بطرس البستاني، محيط المحيط قاموس مطول للغة العربية، مكتبة لبنان، بيروت، 1998م.
- 109- بلعليات إبراهيم، أركان الجريمة وطرق إثباتها في قانون العقوبات الجزائري، دار الخلدونية، الجزائر، دون سنة نشر.
- 110- بن شيخ الحسين، مبادئ القانون الجزائري العام، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005م.
- 111- بهنام رمسيس، قانون العقوبات، القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العمومية، القاهرة، ط1، 1999م.
- 112- جلال ثروت، نظم الإجراءات الجنائية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر 1989م.
- 113- جيلالي بغداداي، التحقيق، ط1، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 1999م.
- 114- خلفي عبد الرحمن، محاضرات في القانون الجنائي العام، دار الهدى، الجزائر، 2010م.
- 115- رحمان منصور، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة، 2006م.
- 116- رعوف عبيد، جرائم الاعتداء على الأشخاص والأموال، دار الفكر العربي، ط6، 1974م.

- 117- سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، الدار الجامعية الجديدة، 2000م.
- 118- سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، دون بلد النشر، 1967م.
- 119- سهيل إدريس، المنهل قاموس فرنسي عربي، ط 34، دار الآداب للنشر والتوزيع، بيروت، 2005م.
- 120- شريف سيد كامل، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، دراسة مقارنة، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م.
- 121- عبد الحميد الشواربي، المسؤولية الجنائية في قانون العقوبات والإجراءات الجنائية، الطبعة الثالثة، منشأة المعارف، القاهرة، 1993م.
- 122- عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.
- 123- عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الثاني، منشأة المعارف، مصر، 2004م.
- 124- عبد الله أوهابية، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، موضع النشر، الجزائر، 2009م.
- 125- عبد الحكيم فودة، موسوعة الاثبات في المواد المدنية والتجارية والشرعية، ج1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.
- 126- عبد الرحمن توفيق أحمد، شرح قانون العقوبات، (القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012م.
- 127- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات، القسم العام، الجزء الأول "الجريمة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002م.
- 128- عبد العظيم وزير، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، جرائم الاعتداء على الأموال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993م.
- 129- عبد الفتاح محمود سمير، النيابة العامة، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 1986م،

- 130- عبدالله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري- القسم العام الجريمة-، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002م.
- 131- عصام أحمد غريب، التضامن في المجال الجنائي وفاء للغرامات النسبية المحكوم بها، القاهرة، دون تاريخ نشر ومكان نشر.
- 132- علي بولحية خميس القواعد العامة لحماية المستهلك والمسئولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دون طبعة، دار الهدى، عين مليبية، الجزائر، سنة. 2000م
- 133- علي عبد القادر القهوجي، شرح قانون العقوبات (القسم العام)، نظرية الجريمة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008م.
- 134- عوض محمد، قانون العقوبات المصري، القسم العام، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1991م.
- 135- فاطمة سعدون، السياسة الجنائية الإجرائية لمكافحة جرائم الإرهاب، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013-2014م.
- 136- فتح الله محمد هلال، الشروع في الجريمة، مكتب المنى للتوزيع، القاهرة، 2010م.
- 137- فتوح عبدالله الشاذلي، علي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات (النظرية العامة للجريمة-المسئولية والجزاء)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1997م.
- 138- فضل العيش، شرح قانون الإجراءات الجزائية، دار البدر، الجزائر، 2008م.
- 139- فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990م.
- 140- لويس معلوف اليسوعي، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، ط 17، المطبعة الكاثوليكية، لبنان، 1970م.
- 141- مبروك نصر الدين، محاضرات في الإثبات الجنائي، ج1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م.
- 142- محمد إبراهيم، الوجيز في الإجراءات المدنية، ج(1،2)، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999م.
- 143- محمد الفاضل، المبادئ العامة في التشريع الجزائري، مطبعة الدوايدي، دمشق، 1987.

- 144- محمد حماد مرهج، "التكنولوجيا الحديثة والقانون الجنائي"، دار الثقافة، عمان، 2004م.
- 145- محمد حسن قاسم، الإثبات في المواد المدنية والتجارية، الدار الجامعية للطبع والنشر، دون سنة نشر.
- 146- محمد خريط، مذكرات في قانون الإجراءات الجزائية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007م.
- 147- محمد زكي أبو عامر وعلي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات القسم الخاص، دار النهضة العربية القاهرة، 1993م.
- 148- محمد نور شحاتة، الدعوي الجماعية، دراسة تحليلية وتطبيقية مقارنة لمقتضيات وجودها وكيفية ممارستها، دار النهضة العربية، دون سنة نشر
- 149- محمود أبو عبده البسيوني، الشروع في الجريمة مع أحكام النقض المرتبطة، الإسكندرية، دون سنة نشر.
- 150- مسعود زبدة، القرائن القضائية، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001م.
- 151- مصطفى العوجي، القانون الجنائي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006م.
- 152- معز أحمد محمد الحياي، الركن المادي للجريمة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010م.
- 153- ممدوح محمد خيرى هاشم المسلم، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998م.
- 154- منصور رحمانى، القانون الجنائي للمال والأعمال، ج1، دار العلوم، عنابة، سنة 2012م.
- 155- موسى مسعود رحومة عبد الله، حرية القاضي الجنائي في تكوين عقيدته، ط1، دار الجماهيرية للنشر والتوزيع، طرابلس، 1988م.
- 156- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط1، مكتبة زين الحقوقية، بغداد، 2011.
- 157- ميشال بونشير، مدخل القانون، ترجمة محمد أرزقي نسيب، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004م.

- 158- نمور محمد سعيد، شرح قانون العقوبات القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال، دار الثقافة، ط1، 2007م.
- 159- ياسر عفيف المدهون، الشروع في الجريمة (دراسة مقارنة تحليلية)، النيابة العامة، السلطة الفلسطينية، فلسطين، 2012م.
- 9- الرسائل والبحوث الجامعية
ب-1: أطروحات دكتوراه
- 160- أحمد عاصم أحمد عجيلة، الحماية الجنائية للمحركات الإلكترونية - دراسة مقارنة- أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 2013م.
- 161- إبراهيم بن سطم بن خلف العنزي، التوقيع الإلكتروني وحمايته الجنائية، أطروحة دكتوراه في فلسفة العلوم الأمنية، قسم العدالة الجنائية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف الأمنية، الرياض، 2009م.
- 162- براهيم حنان، جريمة تزوير الوثيقة الرسمية الإدارية ذات الطبيعة المعلوماتية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015م.
- 163- جهاد صالح بني يونس، التزامات منتج الدواء بالإدلاء بالبيانات قبل التعاقد مع المنتج ومن في حكمه -دراسة فقهية مقارنة بين القانون المدني الفرنسي والمصري والأردني-، أطروحة دكتوراه الفلسفة في القانون الخاص، عمان، 2007م.
- 164- حمدي عبد الرحمن: الالتزام بالإخلاء قبل التعاقد، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة أسيوط 1996م.
- 165- حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009م.
- 166- ختير مسعود، النظرية العامة لجرائم الامتاع، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، 2013-2014م.
- 167- زوزو هدى، الإثبات بالقرائن في المواد الجزائية والمدنية دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2011م.

- 168- طحطاح علال، التزامات العون الاقتصادي في ظل الممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2013-2014م.
- 169- عمار زغبى، حماية المستهلك من الاضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013م.
- 170- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بنها، 2010م.
- 171- مهدي منير، المظاهر القانونية لحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد الأول، المغرب، 2005م.
- ب-2: رسائل الماجستير
- 172- أزرو محمد رضا، التوقيع الإلكتروني كوسيلة من وسائل الإثبات، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2007-2008م.
- 173- بلولهي مراد، الحدود القانونية لسلطة القاضي الجزائري في تقدير الأدلة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012م.
- 174- بن حاج يسينه، الخبرة القضائية في المادة الجزائية، رسالة ماجستير، غير منشورة، بجاية، الجزائر 2013م.
- 175- تركي بن عزال شمري، جريمة الشروع في السرقة وعقوبتها في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي (دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف، الرياض، 2002م.
- 176- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2001-2002م.
- 177- حناشي أحمد، الشروع في الجريمة في القانون الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2014م.

- 178- خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار سنة 1999، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق -جامعة الجزائر، 2002م.
- 179- خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الاشهارات التجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2000 م.
- 180- دناقير إيمان، "الحماية الجزائية للمستهلك من الإعلان التجاري الكاذب والمضلل"، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013م.
- 181- زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011م.
- 182- زير جمال الدين، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد خيضر، 2016م.
- 183- سعيدة العالي، الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2011 - 2012م.
- 184- شريف أنيسة، موزاوي نعيمة، مبدأ حرية القاضي الجنائي في الإقتناع، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة بجاية، 2012م.
- 185- شلبي نبيل، التزامات المهني اتجاه المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، السنة الجامعية 2008م.
- 186- صالح ابراهيمي، الإثبات بشهادة الشهود في القانون الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد الحقوق والعلوم الادارية ابن عكنون، الجزائر. بدون سنة.
- 187- عبد الله محمد عبد الرحمن العصيمي، الجريمة المستحيلة بين الشريعة والقانون وصورها التطبيقية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف، الرياض، 1425هـ الموافق لـ 2004م.

- 188- عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010م.
- 189- عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة تلمسان 2009-2010م.
- 190- عبد الحليم بوقرين، الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص القانون الجنائي وعلم الإجرام، كلية الحقوق، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية 2009-2010 م.
- 191- عبدلي حمزة، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة ورقلة، 2007-2006م.
- 192- عياض محمد عماد الدين، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق بجامعة ورقلة، 2007م.
- 193- عياطة بن سیراج نايلة، الجوانب القانونية للإشهار، رسالة ماجستير، غير منشورة، بن عكنون، الجزائر.
- 194- فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004م.
- 195- قادة شهيدة، الحماية الإجرائية للمستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد العلوم القانونية والإدارية، تخصص القانون الخاص، المركز الجامعي تلمسان، 2009م.
- 196- قوبعي جلول، الحماية الإجرائية للمستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2009م.
- 197- كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، سنة 2005م.
- 198- كريم بن عيادة بن عطاي العنزي، الاقتناع الذاتي للقاضي الجنائي بين الشريعة والقانون مع التطبيق في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير في العدالة الجنائية

- الإسلامية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات قسم العدالة الجنائية، الرياض، 2003م.
- 199- لسود راضية، سلوك المستهلك تجاه المنتجات المقلدة -دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، السنة 2009م.
- 200- مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011م.
- 201- محمد القاسم، ص1516، عبد العلي بولوح، الخبرة القضائية وسلطة القاضي في الأخذ بها، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2010م.
- 202- محمد خميم، الطبيعة الخاصة للجريمة الاقتصادية في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص القانون الجنائي والعلوم الجنائية، جامعة الجزائر، 2011م.
- 203- مصباح ليلي، دور التغليف في النشاط الترويجي للمؤسسة -دراسة حالة شركة الأطلس للمشروبات ببيبي كولا بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، 2010م.
- 10-المقالات والمدخلات العلمية
- ج-1: المقالات
- 204- أحمد السعيد الزقرد، المالية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، السنة 19، عدد4 سبتمبر 1995م.
- 205- أبو العلا علي أبو العلا النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والقانون المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق جامعة حلوان، مارس 1999م.
- 206- جبالي وأمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام -الوسم والإشهار-، المجلة النقدية للعلوم القانونية والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2006م.

- 207- خالد علي العراقي علي إسماعيل، مكافحة جرائم التوقيع الإلكتروني بدولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الفكر الشرطي، مج22، ع85، 2013م.
- 208- سمير العكروت، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مجلة القضاء والتشريع، العدد 8، أكتوبر، 2005م.
- 209- شنين صالح، الحماية الجنائية لبرامج الحاسوب في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، ع01، 2010م، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.
- 210- عبد الفضيل محمد أحمد: جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي مع الإشارة للقانونيين الفرنسي والمصري، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، السنة الثامنة عشر، العدد الرابع، 1994م.
- 211- عيساوي زاهية، "الحماية الجنائية من الإشهارات الكاذبة"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة مولود معمري، عدد خاص، 2015م.
- 212- محمد علي سالم وحسون عبيد هجيج، الجريمة المعلوماتية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مج14، ع6، 2007م.
- 213- هشام محمد رستم، الجرائم المعلوماتية، أصول التحقيق الجنائي الفني مجلة الأمن والقانون، دبي، العدد(2)، 1999م.
- 214- يمينة بليمان، الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة الحقوق والعلوم السياسية بكلية الحقوق جامعة منتوري، قسنطينة، العدد32، المجلد ب السنة 2009م.
- 215- علي الفيل، "مهام الضبط القضائي الخاص في الجرائم في التشريعات العربية (دراسة)"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 54، المجلد 27.
- ج-2: الأبحاث (مداخلات ملتقيات)
- 216- جيلالي قالون، المنتج ودوره في حماية المستهلك، مداخلة علمية، مداخلة لمقاة في الملتقى الوطني بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالواد، يومي 13 و14 أبريل 2008م
- 217- حداد العيد مداخلة تحت عنوان الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الإنترنت، ملقتى دولي حول التنظيم القانوني للانترنت والجريمة المنظمة، كلية الحقوق بجامعة الجلفة، 27، 28، 29 أبريل، سنة 2009م.

218- سميحة القليوبي، غش الأغذية وحماية المستهلك " أعمال مؤتمر حماية المستهلك في القانون والشريعة الإسلامية، في الفترة من 29 أبريل إلى 3 مايو، ومن 15 إلى 18 يوليو 1995م، جامعة عين شمس مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الأول، السنة الرابعة.

219- صفوت محمد العالم، تفسير سياسة إعلام المستهلكين وإعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك، مؤتمر الإعلام والقانون، كلية الحقوق جامعة حلوان، 1999م

Troisième: Liste des sources et références en français

A-Lois

- 220- La loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation Décret n° 2016-884 du 29 juin 2016 relatif à la partie réglementaire du code de la consommation
- 221- Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.
- 222- la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs.
- 223- Code Civil Français ; Modifié par Ordonnance n°2016-131
- 224- code procédure pénale Français, 50ème édition, Dalloz, Paris, 2009
- 225- Loi n° 93.949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation.
- 226- D.n° 2015-1382, 30 oct, 2015 : J0 31 oct, 2015, p. 20408 L'ordonnance du 20 août dernier relative à la médiation des litiges
- 227- Directive 95.46:CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données J, O n° L 281 du 23.11.1995

B- Jurisprudences

- 228- Appel. Bourges 5 Oct. Op. 98 G. P, 23 Mai 1999, 33, Obs. Peze A
- 229- CA. Douia; 17 Mars, 1983, G.P. 1983.
- 230- Cass. Com. 23 Mai 1979, G.P, 1980, 11,215, note: Bensoussan et cohen.
- 231- Cass. Com., 12 Novembre 1991, Contrats, Concurrence, Consommation, 1992,BILLON V., La publicité sur internet., op. cit., p. 5; DEPRez P. et
- 232- Cass. Crim 15 octobre, 1985, D. 1986, inf, Rap
- 233- Cass. Crim 21 Mai 1984.D. 1985, 105, note. S.Margeury" J. C.P. 1984. IV.246.
- 234- Cass. Crim. 5 Mai 1977, G.P.1978,II, P. 503
- 235- Cass. Crim., 7 mars 1918, S.1921.I.89; Cass. Crim., 6 mars 1958, Bull.Crim., n 231

- 236- Cass.crim, 5 mai 1981, Bull.crim. 1981, p. 410.
- 237- Cass, Crim, 21 mai 1984, D.S., 1985, 105, note. T. Marguery.
- 238- Cour d'appel d'Anvers, 9 octobre 2000, Ann.Prat.comm&conc., 2000,
- 239- C.A. Paris, 31 Janv. 1985, G.P. 1985, Somm, 121.Decret no 2005-1315
- 240- Cour de cassation 2octobre 1985 Bulletin d'information de la cour de cassation 1986

C-Ouvrages

- 241- Ahmed el-said el-zukred, l'obligation de dater des produits alimentaires, Revue de recherche juridique et économique, n° 10, octobre 1991, faculté de droit, université Mansoura, égypt, p 147.
- 242- Antoine de Brosses, L'étiquetage Des Denrées Alimentaires – règles nationales et internationales règles générales mentions obligatoires mentions interdites-, tome 1, Edition RIA, 2002
- 243- BLAISE Cy., Le commerce électronique entre professionnels en réseau ouvert Internet. Memoire, Faculté de droit, Université de Paris V, 1996 - 1997. DELOS SANTOS C., La publicité sur internet en droit Espagnol, in " publicité.", op. cit
- 244- DEBEYRE "L'agence européenne d'information sur la consommation de Lille : évolution des travaux", Revue européenne de droit de la consommation 1996
- 245- DelmasMarty « le droit pénal, l'individu et l'entreprise » juriscasseur périodique, éditeur entreprise »1985II:4539
- 246- DEPRez P. et FAUCHOUX V., Lois, contrats et usages., op. cit., p. 68;
- 247- D. Meynard, « Une caisse d'Epargne risque une sanction pénale pour publicité mensongère » : Les Echos, 12 nov. 2012, p. 26. « Doubl'Ô : une caisse d'Epargne condamnée » : Les Echos, 14 déc. 2012
- 248- DIVIER Pet DIVIERF, op. cit ; P02
- 249- Gastion Stefani, preuve, répertoire de droit pénale et de procédure pénale, dalloz, tome V, Paris, 1969
- 250- Ghestin J; "La Réticence, le dol et l'erreur, sur les qualités substantielles "D.S.1971. chron, p. 247.
- 251- GOBERT D., La publicité sur internet: Le droit de réévolution, Revue Biquite, n, dec.2000
- 252- Guinchaud Serge, Buisson Jaques, Procédure Pénale, 2ème édition Litec, Paris, 2002
- 253- JAKOULOFF, Des clauses abusives aux pratiques commerciales 1- Karim déloyales: deux directives complémentaires, Petites affiches - 21:05:2014 - no

- 254- J.C.Auloy « Les actions en justice des associations de consommateurs » Dalloz 1988 chronique 193
- 255- Jean Calais-Auloy, Droit de la Consommation, Dalloz, 1980.
- 256- Jean-François Renucci, Droit Pénal économique, édition Dalloz, 1996.
- 257- Jean Calais Auloy Frank Steinmetz, Droit de la consommation 6ed DALLOZ 2003
- 258- Lestrade B; "Publicité et promotion de ventes, Le carde Juridique, 1995, No. 2, p. 19. Divier P.F; "Le mensonge en publicité millésime...op.cit" G.P. 1996, Doctrine.
- 259- LOUIS Lambert, Traité de droit pénal spécial, édition police, Revue Paris, 1968,
- 260- MARCHEL Rousselet et Maurice Patin, Précis de droit pénal spécial, éd. 1950, Paris.
- 261- MASS M.-Cb., La publicité trompeuse dans le commerc électronique., op. p. 11.
- 262- Mayer Daniele; "Droit pénal de la publicité "Mason, Paris, 1979.
- 263- Mémento Pratique Francis Lefebvre, droit des affaires -concurrence consommation-, édition Francis Lefebvre, Levallois, France, 2007-2008
- 264- MONTERO E. DEMOULIN M et LAZARO Ch., La loi du 11 mars 2003 sur les services de la sociétés de l'information, Journal des tribunaux, no.6125,31 janvier 2004
- 265- M. Kahloula et G. Mekmacha, la protection de consommateur en droit algérien, Idara, revue de l'école national d'administration, volume 5n21995.
- 266- Philippe Delebècque et Michel germain, traite de droit commercial -effets de commerce banque contrats commerciaux procédures collectives-, tom 2, L.G.D.J, 2004
- 267- PIERRE Bouzat, carte de crédit magnétique, Escroquerie et vol chrannique de jurisprudence-1.Paris R.S.C.1977
- 268- Proposition pour un code de la consommation, la documentation française 1990 article L 24.
- 269- Regies Fabre; "Droit de la publicité et de la promotion des vents "Dalloz, 1996, No.407,
- 270- RENE Gareaut et PIERE Garreaut, Pratique de droit pénal français, Traité théorique 1935, n-2537
- 271- Robert SAVY, la protection du consommateur en France, revue internationale de droit comparé, vol 26 n° 3, juillet et septembre 1974
- 272- Robert SAVY, Op.cit, p 610..
- 273- Sur le premier moyen de cassation, pris de la violation des articles L. 213-1, L. 213-6 L. 216-1 du Code de la consommation, 121-2, 131-38,131-39 du Code pénal,
- 274- HONRI CAPITANT, vocabulaire juridique,Les presses universitaires de France 49 boulevard Saint _Michel, Paris, 1930,

- 275- Th.Bourgoigni « éléments pour une théorie du droit de la consommation » édition story scientia 1988
- 276- Th.Bourgoignie et J.Stuyck : « la représentation juridictionnelle des intérêts collectifs», in l'évolution du droit judiciaire 1984.
- 277- VERBIEST Th. et WERY E., Commerce électronique par téléphonie mobile. op. cit.
- 278- VERBIEST Th. et WERY E., Commerce électronique par téléphonie - Commerce: Un cadrement juridique mal défini, Recueil mobile M Dalloz, 2004, n° 41, chroniques - doctrine
- 279- VERBIEST Th. et WERY Et., La responsabilité de fournisseur d'outils de recherché
- 280- VERBIEST Th., La protection juridique du cyper-consommateur, Litec, 2002
- 281- VERBIEST Th., Les Nouvelles obligations., op. cit.

D-Thésés

- 282- Annie Laurence Nyama, le droit alimentaires européen dans les échanges commerciaux entre l'union européenne et les états subsahariens, (thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université Montpellier I), discipline droit privé et sciences criminelles, école doctorale droit et science politique, université Montpellier I, le 30 octobre 2012, p 177.
- 283- Djamila Mahdi-Disdet, L'Obligation D'Information Dans Les Contrats Du Commerce électronique, (thèse présentée pour obtenir le grade de docteur en droit), droit Privé, l'université d'Avignon et des pays de Vaucluse, 2011.
- 284- Géraldine Marie Gauthier, la liste des ingrédients des denrées préemballées : base réglementaires et recommandations professionnelles applications pratiques et positions d'un industriel, (thèse pour obtenir le grade docteur vétérinaires diplôme d'état), école national vétérinaires, Toulouse, année 2003

رابعاً: المراجع الالكترونية

- 285- www.courdecassation.fr
- 286- http://www.cert.gov.om:library_information_glossary_arabic.aspx#.VYBbI_ntkoI
- 287- http://www.dralmarri.com:show.asp?field=res_a&id=205
- 288- <http://www.google.dz:intl:ar:policies:privacy>
- 289- [arret/loi0903ar.pdf](http://www.arret/loi0903ar.pdf)
- 290- www.journal.cybrarians.org:index.php?option=com_content&view=article&id=629:networks&catid=257:studies&Itemid=94
- 291- https://paiement.systempay.fr/html:Doc:1.4_Guide_Garantie_de_paiement_&_3DSecure.pdf; p:03; Cousuleté le: 17/08/2019

الفهرس

شكر وعرافن	
إهداء	
قائمة المختصرات	
1.....	مقدمة
8.....	الباب الأول: الحماية الجزائية الموضوعية لحق المستهلك في الإعلام
12.....	الفصل الأول: جريمة الإشهار المضلل
14	المبحث الأول: مفهوم جريمة الإشهار المضلل
14	المطلب الأول: التعريف التشريعي
20	المطلب الثاني: صور التضليل عن طريق الإشهار
20	الفرع الأول: الإعلان الكاذب والإعلان المضلل أو الخادع
20	أولاً: الإعلان الكاذب
23	ثانياً : الإعلان المضلل أو الخادع
25.....	ثالثاً : شكل التضليل والخداع
26.....	الفرع الثاني: الإعلان المبالغ فيه والإعلان المقارن
26.....	أولاً: الإعلان المبالغ فيه
28.....	ثانياً: الإعلان المقارن
31.....	الفرع الثالث: الإعلانات المستترة وصور الخداع الإعلاني
31.....	أولاً: الإعلانات المستترة
32.....	ثانياً: صور الخداع الإعلاني
35.....	المبحث الثاني: أركان جريمة الإشهار المضلل
35.....	المطلب الأول: مختلف الجرائم الماسة بجريمة الإشهار المضلل
35.....	الفرع الأول: التضليل المتصل بذات المنتجات أو الخدمات
39.....	الفرع الثاني: التضليل الخارج عن ذات المنتجات أو الخدمات
41.....	المطلب الثاني: القواعد العامة لجريمة الإشهار المضلل
42.....	الفرع الأول: الركن الشرعي
45.....	أولاً: الإشهار المفضي إلى التضليل

- 48.....ثانياً: الإشهار المفضي إلى اللبس.....
- 51.....ثالثاً: الإشهار المضخم.....
- 54.....الفرع الثاني: الركن المادي.....
- 55.....أولاً: وجود إشهار مسبق.....
- 55.....ثانياً: أن يكون الإشهار كاذباً أو بطبيعة يدفع إلى الغلط.....
- ثالثاً: أن يكون الإشهار الكاذب أو المضلل واقعاً على إحدى العناصر المحددة في القانون.....
- 56.....
- 58.....الفرع الثالث: الركن المعنوي.....
- 59.....أولاً: القصد الجنائي لجريمة الإعلان الكاذب والمضلل.....
- 60.....ثانياً: الخطأ غير العمدي.....
- 61.....المطلب الثالث: تطبيق جريمة النصب والاحتيال على الإشهار المضلل.....
- 62.....الفرع الأول: المفهوم القانوني للنصب.....
- 63.....الفرع الثاني: علاقة الإعلان الكاذب بجريمة النصب.....
- 63.....أولاً: استعمال المعلن وسيلة من وسائل التدليس والاحتيال:.....
- 64.....ثانياً: صور التدليس والاحتيال في النصب الإعلاني.....
- 66.....ثالثاً: النتيجة الإجرامية في جريمة النصب الإعلاني:.....
- 67.....الفرع الثالث: علاقة السببية والإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان.....
- 68.....أولاً: شروط قيام العلاقة السببية:.....
- 68.....ثانياً: الإسناد المعنوي لجريمة النصب في الإعلان:.....
- 70.....الفرع الرابع: المسؤولية الجنائية في مجال حماية حق المستهلك في الاعلام.....
- 71.....أولاً: لمسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي.....
- 75.....ثانياً: لمسؤولية الجنائية المقررة للشخص المعنوي.....
- 80.....المبحث الثالث: جريمة الإشهار الإلكتروني المضلل.....
- 80.....المطلب الأول: مفهوم واساليب الاعلان الالكتروني المضلل.....
- 80.....الفرع الأول: مفهوم الاعلان الالكتروني المضلل.....

- 83..... الفرع الثاني: مواقع الإنترنت: Web Sites والشرائط الإعلامية Banners
- 83..... أولاً: مواقع الإنترنت ((Web Sites))
- 84..... ثانيا: الشرائط الإعلامية (Banners)
- الفرع الثالث الرسائل البينية: Interstitial Messages محركات البحث والأدلة: Search
- 87..... Engines and Directories
- 87..... أولاً: الرسائل البينية (Interstitial Messages)
- 87..... ثانيا: محركات البحث والأدلة (Search Engines and Directories)
- 89..... الفرع الرابع الارتباط التشعبي: (Hyperlinks) والبريد الإلكتروني (E-mail)
- 89..... أولاً: الارتباط التشعبي (Hyperlinks)
- 90..... ثانيا: البريد الإلكتروني (E-mail)
- 90..... الفرع الخامس: منتديات المناقشة والمحادثة: News Group and Chat
- 93..... المطب الثاني: أركان الإعلان الإلكتروني المضلل والمسؤولية الجنائية عنه
- 94..... الفرع الأول: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية في التشريعات المقارنة
- 94..... أولاً: موقف المشرع الفرنسي
- ثانيا: موقف المشرع الجزائري من الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
- 94.....
- 97..... الفرع الثاني: تعريف المسؤولية الجنائية
- 98..... الفرع الثالث: طبيعة المسؤولية الجنائية لجريمة الإشهار الإلكتروني الكاذب
- 99..... الفرع الرابع: أثر المسؤولية الجنائية للإشهار الإلكتروني المضلل
- 101..... أولاً: العقوبات المطبقة على الشخص الطبيعي
- 102..... ثانيا: العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي
- 108..... الفصل الثاني: جريمة الوسم**
- 112..... المبحث الأول: مفهوم الالتزام الوسم
- 112..... المطب الأول: التعريف بالالتزام بالوسم
- 113..... الفرع الأول: تعريف الوسم
- 113..... أولاً: التعريف الفقهي لوسم السلع

- 116.....ثانيا: التعريف التشريعي للوسم
- 119.....الفرع الثاني: أهمية الالتزام بالوسم
- 119.....أولاً: أهمية الالتزام بالنسبة للمستهلك
- 121.....ثانيا: أهمية الالتزام بالوسم بالنسبة لصاحب المنتج والدولة
- 122.....الفرع الثالث: عناصر الالتزام بالوسم
- 122.....أولاً: العنصر الإيجابي للالتزام بوسم
- 125.....ثانيا: العنصر السلبي للالتزام بالوسم
- 127.....المطلب الثاني: التنظيم القانوني للالتزام بالوسم
- 127.....الفرع الأول: الطبيعة القانونية للالتزام بالوسم
- 128.....أولاً: الالتزام بوضع البيانات على السلع التزاماً قانونياً
- 129.....ثانيا: الالتزام بوضع البيانات على السلع التزاماً بتحقيق نتيجة
- 130.....الفرع الثاني: البيانات الإجبارية للالتزام بالوسم
- 131.....أولاً: التسمية الخاصة بالسلعة
- 133.....ثانياً: البيان المتعلق بشخص المعلن
- 135.....المبحث الثاني: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم
- 135.....المطلب الأول: الطبيعة القانونية لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم
- 136.....الفرع الأول: عناصر جريمة الامتناع
- 137.....أولاً: الإحجام عن فعل ايجابي يحرض القانون على إتيانه
- 137.....ثانياً: سلوك لا يتجرد عن الإرادة
- 138.....ثالثاً: وجود إلزام قانوني يلزم بهذا الفعل
- 139.....الفرع الثاني: صفات الجريمة السلبية
- 139.....أولاً: صفات الجريمة السلبية على مستوى الركن المادي
- 141.....ثانياً: صفات الجريمة السلبية على مستوى الركن المعنوي
- 142.....المطلب الثاني: أركان قيام جريمة الامتناع
- 143.....الفرع الأول: الركن الشرعي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بالوسم

- الفرع الثاني: الركن المادي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع.....144
- أولاً: تحقق الركن المادي144
- ثانياً: الشروع في جرائم الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع.....149
- الفرع الثالث: الركن المعنوي لجريمة الامتناع عن تنفيذ الالتزام بوسم السلع.....154
- ملخص الباب الأول.....156**
- الباب الثاني: الحماية الجزائية الإجرائية لجرائم إعلام المستهلك.....158**
- الفصل الأول شروط رفع الدعوى الجزائية المكرسة لحماية المستهلك والإجراءات المتبعة خلالها**
- المبحث الأول: شروط رفع الدعوى الجزائية.....163
- المطلب الأول: أطراف الدعوى الجزائية في جرائم إعلام المستهلك.....164
- الفرع الأول: تحريك الدعوى العمومية عن طريق الادعاء المدني.....165
- أولاً: الهيئات الخاصة.....167
- ثانياً: الهيئات التابعة للدولة.....168
- الفرع الثاني: تحريك الدعوى من طرف النيابة العامة.....171
- أولاً: دعاوى النيابة العامة في القانون الفرنسي.....171
- ثانياً: دعاوى النيابة العامة في القانون المصري.....172
- ثالثاً: دعاوى النيابة العامة في القانون الجزائري.....173
- المطلب الثاني: ثبوت الصفة لجمعيات حماية المستهلك.....173
- الفرع الأول: دعاوى جمعيات المستهلكين في القانون الفرنسي.....173
- الفروع الثاني: دعاوى جمعيات المستهلكين في القانون المصري.....177
- الفرع الثالث: دعاوى جمعيات المستهلكين في القانون الجزائري.....177
- المبحث الثاني: إجراءات المتابعة المتعلقة بجرائم حق المستهلك في الإعلام.....179
- المطلب الأول: تطبيق قواعد الإثبات الجزائية في قوانين حماية المستهلك.....179
- الفرع الأول: تطبيق قواعد الإثبات في القانون الفرنسي.....179
- أولاً: مراقبة الالتزام بالإعلام.....181

- 182..... ثانيًا: مراقبة مطابقة اللوسم
- 183..... الفرع الثاني: تطبيق قواعد الإثبات في القانون المصري
- 183..... أولاً: تعريف الضبطية القضائية
- 184..... ثانيًا: أعوان الضبطية القضائية
- 184..... ثالثًا: الطبيعة القانونية لنشاطات الضبطية القضائية
- 185..... الفرع الثالث: تطبيق قواعد الإثبات في القانون الجزائري ومعاينة جرائم المستهلك
- 185..... أولاً: ضباط الشرطة القضائية
- 187..... ثانيًا: سلطات الأعوان في المعاينة
- 188..... المطلب الثاني: المتابعة والتحري
- 188..... الفرع الأول: الشهادة
- 188..... أولاً: تعريف الشهادة
- 190..... ثانيًا: شروط صحة الشهادة
- 193..... الفرع الثاني: القرينة
- 193..... أولاً: تعريف القرينة
- 195..... ثانيًا: حجية القرائن القانونية في الإثبات
- 197..... الفرع الثالث: الخبرة
- 197..... أولاً: الخبرة في القانون الفرنسي
- 198..... ثانيًا: الخبرة في القانون المصري
- 200..... ثالثًا: الخبرة في القانون الجزائري

الفصل الثاني: المحاكمة وطرق الطعن فيها

- 205..... المبحث الأول: الأحكام العقابية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
- 205..... المطلب الأول: الحكم الجزائي وطرق الطعن فيه
- 206..... الفرع الأول: أركان الحكم الجزائي وشروط صحته
- 206..... أولاً: أركان الحكم (الركن الموضوعي، الشكلي، الشرعي)
- 209..... ثانيًا: شروط صحة الحكم الجنائي الصادر بالإدانة

- 217..... ثالثا: سلطة القاضي في إصدار الحكم الجزائي
- 221..... الفرع الثاني: طرق الطعن
- 221..... أولاً: مفهوم طرق الطعن في الأحكام الجنائية
- 224..... ثانيا: تقسيمات طرق الطعن في الأحكام الجنائية
- 229..... المطلب الثاني: العقوبات المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
- 229..... الفرع الأول: العقوبات الجنائية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
- 234..... الفرع الثاني: العقوبات الإدارية المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
- 234..... أولاً: العقوبات التكميلية في القوانين الخاصة
- 238..... ثانياً: معاينة المخالفات ومتابعتها
- 245..... المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك المتعاقد إلكترونياً
- 245..... المطلب الأول: الحماية الجنائية والتقنية للمستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني
- 246..... الفرع الأول: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
- 246..... أولاً: صور الاعتداء على الحق في الخصوصية المعلوماتية للمستهلك الإلكتروني
- 248..... ثانياً: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية في التشريعات المقارنة
- 251..... الفرع الثاني: الحماية التقنية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني
- 251..... أولاً: وسائل الحماية التقنية المتوفرة للجميع
- 252..... ثانياً: وسائل الحماية التقنية المخصصة لمستخدمي المواقع الإلكترونية
- 254..... الفرع الثالث: الحماية الجنائية لوسائل الدفع الإلكتروني الخاصة بالمستهلك
- 254..... أولاً: أوجه الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني
- 258..... ثانياً: أوجه الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني
- 260..... المطلب الثاني: الحماية الجنائية أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني
- 260..... الفرع الأول: الحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على التوقيع الإلكتروني
- 261..... أولاً: الحماية الجنائية المباشرة للتوقيع الإلكتروني للمستهلك
- 264..... ثانياً: الحماية الجنائية غير المباشرة للتوقيع الإلكتروني للمستهلك
- 264..... الفرع الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك من الاعتداء على المستند الإلكتروني

266.....	أولاً: الركن الخاص
266.....	ثانياً: الأركان العامة
271.....	ملخص الباب الثاني
274.....	الخاتمة
284.....	قائمة المصادر والمراجع
308.....	الفهرس
317.....	الملخص

المُلخَص

ملخص:

مما يتميز به قانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، انه جاء بصفة صريحة للتأكيد على تقوية وتعزيز سلطات الرقابة والمعاينة للسلطة الادارية المكلفة بالرقابة وهذا بهدف حماية حقوق المستهلك لا سيما الحق في الاعلام. فان بمراجعة هذه الجرائم خاصة منها ما يمكنه ان يسبب في تضليل المستهلك (الاشهار المضلل) او توقيعه في غلط او الاضرار بصحته باغفال او عدم ذكر البيانات المهمة في تركيب او تصنيع او طريقة استعمال (الوسم).

وعليه فان بمراجعة سلطات، اعوان قمع الغش تبعا لمقتضيات القانون اعلاه نجد قد جاء بتعزيز والتوسيع في ممارسة هذه السلطات، وكان ذلك من خلال العناية التشريعية التي رسمها المشرع من خلال بيانه لسلطات الاعوان المرتبطة بمعاينة الجرائم، كما ان المشرع جاء موضحا بصفة متميزة لإجراءات الرقابية والتدابير التحفظية مواكبة منه للتطور المعاصر لطرق الصناعة والتوزيع وفي نفس الوقت حماية المستهلك من كل الطرق الاحتيالية بمناسبة استهلاك السلعة او تلقي الخدمة.

الكلمات الافتتاحية:

المستهلك، المنتج، الاشهار المضلل، الوسم، جريمة، الرقابة ، القمع، الحكم الجزائي ، طرق الطعن.

Titre: Crimes d'information des consommateurs en droit français, égyptien et algérien

Résumé:

Qui se caractérise par la loi n ° 09/03 du 25/02/2009 relative à la protection des consommateurs et à la répression de la fraude, il est venu confirmer explicitement de renforcer et d'améliorer les autorités de contrôle et d'inspection de l'autorité administrative en charge du contrôle et ce afin de protéger les droits des consommateurs, en particulier le droit à l'information.

L'examen, en particulier ceux qui peuvent amener le consommateur à induire en erreur ces crimes (de publicité trompeuse) ou signés dans le tort ou dommage à sa santé ou d'une omission de ne pas mentionner les données importantes dans l'installation ou la fabrication ou la méthode d'utilisation (tag)

En conséquence, l'examen des autorités, les associés de la répression de la fraude selon les exigences de la loi ci-dessus, nous trouvons est venu la promotion et l'expansion dans l'exercice de ces pouvoirs, et qui a été par l'attention législative élaborée par le législateur par sa déclaration aux autorités des agents associés à l'aperçu des crimes, comme le législateur a expliqué dans les procédures distinctes pour les mesures réglementaires suivre avec véranda contemporaine pour le développement de méthodes et de l'industrie de la distribution et en même temps, la protection des consommateurs de tous les moyens frauduleux pour marquer la consommation de l'objet ou de recevoir le service.

Mots d'ouverture: consommateur, produit, publicité mensongère, étiquetage, crime, censure, répression, jugement pénal, moyens de recours.

Title: Crimes of Consumer Information in French, Egyptian and Algerian Legislation

|

Abstract:

The Law No. 09/03 of 25/02/2009 on Consumer Protection and the Suppression of Fraud stipulates that it is an explicit reference to the strengthening and strengthening of the powers of supervision and inspection of the administrative authority responsible for censorship, in order to protect the rights of consumers, especially the right to information.

The review of these crimes, especially those which can mislead the consumer (false publicity) or his signature in error or damage to his health by omission or not to mention the important data in the installation or manufacture or method of use (tag).

Therefore, the review of the authorities, the agents of the suppression of fraud according to the requirements of the law above, we have come to strengthen and expand the exercise of these authorities, and this was through the legislative care prescribed by the legislator through his statement to the authorities associated with the inspection of crimes, and the legislator came out distinctly to the control measures and measures Conservatism to keep pace with the contemporary development of the methods of industry and distribution and at the same time protect the consumer from all fraudulent methods to mark the consumption of the goods or receive the service.

Opening words: consumer, product, misleading advertising, labeling, crime, censorship, repression, penal judgment, methods of appeal.