

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

Smartphone applications for evaluating food product as a modern technological tool to accompany and protect a consumer

قاصدي صورايا

جامعة الجزائر 1 (الجزائر)، so.kasdi@univ-alger.dz

تاريخ الاستلام: 2024/12/15 تاريخ القبول: 2025/06/24 تاريخ النشر: 2025/11/01

Abstract:

Information and communication technology has contributed to the development of digital tools such as smartphone applications, enabling consumers to evaluate food products and learn about their details before purchase. By scanning the barcode on products, users can access precise information and assessments of the nutritional and health quality, helping them make informed purchasing decisions. These applications play an informational and protective role under the slogan "Know What You Eat" and serve as a successful model for consumer protection. Their widespread use in Europe has proven effective in raising consumer awareness, positively influencing their choices. These applications contributed to encouraging manufacturers to improve their products in order to receive better ratings.

Key words: Mobile applications, food evaluation, consumer information.

المخلص:

لقد ساهمت تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تطوير وسائل التكنولوجيا الرقمية مثل الهواتف الذكية، التي تمكن المستهلكين من تحميل تطبيقات لتقييم المنتجات الغذائية والتعرف على المنتجات المسوقة قبل شرائها وذلك بمجرد مسح الكودبار الموجود على المنتجات، فيتحصل المستخدم على المعلومات المفصلة عن جودتها الغذائية والصحية، مما يساعده في اقتناء المنتج بعد خيار مستنير. فهي خدمة إعلامية رقمية تضمن الاعلام الكافي للمستهلك وتلعب دورا حاميا معتبرا شعارها في ذلك "تعرف على كل ما تأكل"، والتجربة الأوروبية شاهدة على ذلك، بحيث لقيت هذه التطبيقات اقبالا كبيرا من قبل المستهلك الأوروبي وساهمت بشكل واضح في رفع مستوى الثقافة الاستهلاكية لديه وأثرت بشكل إيجابي على خياراته كما ساهمت في تحفيز الشركات المصنعة لتحسين منتجاتها للحصول على أفضل التقييمات.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات الهواتف الذكية، تقييم الأغذية، اعلام المستهلك.

1. مقدمة:

في ظرف بضعة أعوام اجتاحت أوروبا عدة تطبيقات ذكية ترافق المستهلك الأوروبي فيستعين بها ولا يستغني عنها فبقراً عبر هذه التطبيقات الرقمية على هاتفه المعلومات التي يحتاجها عن المنتج ويتعرف على التقييم الذي حصل عليه خاصة إذا كان من المنتجات المقترحة بسبب الاستعمال الواسع لها من قبل المستهلكين الأوروبيين، غزت تطبيقات تقييم الأغذية ومستحضرات التجميل فئة كبيرة من المستهلكين الأوروبيين وحقت نجاحاً معتبراً وتأثيراً واضحاً في اختيار مقتنياتهم بفضل أهمية الخدمة الإعلامية التي تقدمها للمستهلك، سهولة استعمالها وكذلك بفضل قيمة المعلومة التي توفرها ومصادقيتها، لذلك لوحظ أن نسبة معتبرة من المستهلكين يستعملونها ويتقنون بها ثقة عمياء.

إن مسألة توعية المستهلك الجزائري اليوم من المسائل الجوهرية التي يجب أن تساهم فيها كل الفئات في المجتمع، خاصة مع كثرة المنتوجات المضرة بالصحة وصعوبة الكشف عنها بالرغم من السهر المتواصل من قبل المشرع بالسهر على ذلك من خلال النص صراحة على الالتزام بإعلام المستهلك من قبل العون الاقتصادي وكذلك بتحديد مضمون هذا الالتزام والبيانات الإلزامية التي يجب الإعلان عنها لضمان الإعلام الكافي بالخصائص الأساسية للمنتج وضمان حماية المستهلك وسلامته وأمنه، وبالرغم من السهر المتواصل من قبل المصالح المعنية على تجسيد فكرة الاعلام بالمراقبة المستمرة إلا أن التطور السريع للوسائل و المنتجات والمكونات المختلفة التي تدخل في تركيبها والتي يصعب على المستهلك الكشف عنها أو فهمها يستدعي التفكير في استغلال الوسائل الإعلامية المتاحة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال استغلالاً مثالياً لفائدة المستهلك لاسيما الهواتف الذكية وما يمكن أن تقدمه من خدمات لمستخدميه خاصة مع الذكاء الاصطناعي وما يوفره من سهولة ورفاهية العيش وأصبح من الضروري مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال للدول المتقدمة والاستعانة بتجربة الدول الأوروبية

إن تواجد مثل هذه التطبيقات في حياتنا ستساهم لا محالة في تحقيق قفزة نوعية في تعزيز فكرة حماية المستهلك وستساهم في تطوّر الاقتصاد الوطني عند حرص المنتجين لرفع جودة المنتجات المحلية وإمكانية منافستها للمنتجات الأجنبية، أن هذه الأهمية التي تلعبها

هذه التطبيقات في حياة المستهلك وما تنتشره من وعي في المجتمع وما تحققه من رفع للأداء في السوق يدفعنا لتسليط الضوء عليها و طرح التساؤل التالي: ما هو الدور الذي تلعبه هذه التطبيقات في المجتمع سواء في الحياة اليومية للمستهلك أو فيما تقدمه من دعم للفاعلين في السوق من منتجين أو جمعيات ناشطة في مجال حماية المستهلك؟ وللإجابة عن هذا التساؤل سوف نعتمد على المنهج الوصفي لأجل استعراض الدور الإعلامي لتطبيقات تقييم الأغذية لفائدة المستهلك في المبحث الأول وفي المبحث الثاني نستعرض الدور الحماي الذي توفره للمستهلك وكذلك الدور الإيجابي الذي تحققه في رفع أداء الفاعلين في السوق من منتجين وجمعيات حماية المستهلكين.

2. المبحث الأول: تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم الأغذية طريقة حديثة لإعلام

المستهلك في عصر التكنولوجيا

لقد أضحت تطبيقات تقييم الأغذية اليوم من بين أهم الوسائل الحديثة التي تقدم المعلومات الكافية والأساسية عن المنتجات المسوّقة واكتسبت شهرة في وسط المستهلكين واكتسبت مكانة ومشروعية لأنها أصبحت تقدم خدمة للصالح العام وتوفّر نصائح تقيّد المستهلكين وتضمن حماية صحتهم وسلامتهم.

1.2.المطلب الأول: ماهية تطبيقات تقييم الأغذية:

تشكل الهواتف الذكية جيلا تكنولوجيا متقدما يرافق الحياة اليومية لكل فئات المجتمع نظرا لارتباطه بشبكة الانترنت ولسهولة حمله ومرونة التواصل عبره وبفضل التقنيات المتطورة والخدمات التي يوفرها.

أولا: تعريف التطبيقات الذكية لتقييم الأغذية ومستحضرات التجميل

ان قطاع الاعلام والاتصال عرف تطورا ملحوظا لاسيما مع التقدم التكنولوجي والتقني ودخول أساليب وسائل الاتصال الالكتروني في الحياة اليومية للأفراد وتوفير الخدمات الرقمية المختلفة عبر تطبيقات الكترونية في الهواتف المحمولة، أو ما يُعرف بالتطبيقات الذكية أو تطبيقات الهواتف الذكية والتي عُرِفَت على أنها "خدمات تقدم عبر منصة الانترنت بواسطة الهواتف الذكية وهي عبارة عن برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو شركات أخرى تقوم بتقديم خدمات متنوعة عبر الهاتف أو أنها شركات متخصصة في صناعة التطبيقات، بحيث يقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه المحمول من متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نظام تشغيل الهاتف، وتقدم هذه التطبيقات

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

خدماتها للمشارك وتتعدد هذه الأخيرة بين تطبيقات إخبارية، أو تطبيقات للتواصل الاجتماعي عبر الشبكات المختلفة أو تطبيقات دينية، تعليمية ، رياضية، سياحية، ترفيهية وحتى تطبيقات لتقييم الأغذية ومستحضرات التجميل. وغيرها من التطبيقات، الغرض منها يختلف باختلاف التطبيق إما التواصل الاجتماعي أو الخدمات المصرفية أو الاعلام أو التسويق أو الترفيه.(معراج و تامر ، 2017، صفحة 128)

كما عُرِّفت أيضا على أنها برامج تمّ انشاءها خصيصا للعمل على أنظمة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية ويتم استخدامها عبر شبكة الانترنت بحيث تتيح للمستخدم الولوج لمختلف الخدمات التي تقدمها المؤسسة أو النظام في مختلف المجالات ويمكن استخدامها في أي مكان وأي وقت كما يوفر تبادل المحتوى والتفاعل معه ويمكن أن تأتي هذه التطبيقات محملة مع الهواتف الذكية أو يمكن تحميلها من خلال مخازن التطبيقات، ويمكن ان ترتبط بشبكة الانترنت للحصول على مختلف البرمجيات والخدمات المتوفرة في الشبكة العالمية".(قواسمية و صاحبي ، 2021، صفحة 304)

ومن خلال هذه التعاريف يتضح أن التطبيقات الذكية لتقييم الأغذية ومستحضرات التجميل هي عبارة عن تطبيقات إلكترونية تنشط في مجال اعلام المستهلك اجتاحت أوروبا في السنوات الأخيرة، بحيث قامت الشركات المنافسة في مجال الاعلام الالكتروني باختراع تطبيقات الهدف منها مرافقة المستهلك أثناء عملية اقتناء المنتجات الغذائية ومواد التجميل في الأسواق والمراكز التجارية والتي يتم تحميلها على الهواتف الذكية واستخدامها عن طريق توجيه الكاميرا نحو الكودبار الموجود في المنتج لتظهر على الشاشة ورقة تعرض معلومات مفصلة عن المنتج تضم قائمة المكونات ونسبتها، عدد السعرات الحرارية، كمية الألياف والدهون المشبعة والسكريات، كما تساعد هذه التطبيقات على قراءة المواد التي قد تسبب حساسية للبعض وهي تستعمل ترميزا ملونا في شكل أقراص ليسهل التعرف على القيمة الغذائية للمنتج وإمكانية تقييمها بالإضافة الى تقديم نقطة عن المنتج تتراوح بين 0 و 100 نقطة، كما تظهر فيها كل المعلومات التي قد تخفيها الشركات أو تكتبها بطريقة غير واضحة أو غير مفهومة، وتوضّح مدى ملائمة المنتج للبيئة أو اذا كان مستحضر التجميل يحتوي على مواد مضرّة بالبشرة.

ثانيا- طريقة استعمال التطبيقات بالمسح المسبق للرمز العمودي "الكود بار":

لأجل الاستفادة من الخدمات الرقمية التي تقدمها تطبيقات تقييم الأغذية المحملة على الهاتف الذكي يستلزم على المستهلك أولا القيام بمسح الرمز العمودي أو الشريطي المسمى "الكود بار" المتواجد على المنتجات الغذائية المسوقة، فالطريقة سهلة وسريعة بحيث يكفي ان توجه كاميرا الهاتف ومسح الكود البار scanner les produits المتواجد فوق تغليف المنتجات فتظهر فوراً صورة المنتج المصور وبجانبه كل البيانات والمعلومات المتعلقة به، بحيث أن الهاتف الذكي مكيف لقراءة المعلومات المتواجدة في الكودبار بالإضافة الى تقديم معلومات أخرى للمستهلك بطريقة واضحة وبسيطة تستعمل فيها الرموز والأرقام والألوان لتقييم المنتج إذا كان صحيحاً وذلك بالاعتماد على مكوناته،

وتجدر الإشارة الى أن الجزائر خطت خطوة نوعية نحو الاقتصاد الرقمي، وقامت مؤخراً بمواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال وألزمت الأعراف الاقتصادية بترميز منتجاتهم والاعتماد على الترميز العمودي أو الكودبار قبل عرضها للاستهلاك سواء كانت منتجات محلية أو مستوردة، مواد غذائية كانت أو غير غذائية(القرار، المؤرخ في 02/16/2021)

وحددت وزارة التجارة المدة القصوى التي يجب فيها على المنتجين إنهاء عملية ترميز منتجاتهم المحلية وذلك قبل نهاية 2023، بحيث أن الجزائر اعتمدت ترميز المنتجات المسوقة لسببين أساسيين:

- أولاً: تنظيم السوق وتسهيل انتقال وتبادل السلع والمنتجات سواء في حالة تصديرها أو استيرادها لأن ذلك يضمن مرونة عمليات التبادل ويضمن مراقبة المنتجات ومكافحة التقليد والغش،

- وثانياً: توفير الحماية اللازمة للمستهلك من خلال ضمان اقتناؤه للمنتجات الأصلية والمصرح بها للمصالح المعنية (من قبل أصحابها) وبالتالي تفادي اقتناؤه للمنتجات المقلدة أو المغشوشة،

وعليه يقع على عاتق كل عون اقتصادي قبل طرحه للمنتج في السوق للاستهلاك التزام بوضع بيان الرمز العمودي على تغليف المنتج وذلك حسب المادة 05 من القرار الوزاري حيث جاء فيها أنه إضافة الى المتطلبات المنصوص عليها في التنظيم المعمول به ، لاسيما

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 المتعلق بالشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، والمتعلق أساسا بالبيانات الإلزامية الخاصة بالوسم فإنه يجب أن يحمل رمز المنتجات الموضبة مسبقا الرمز العمودي كود بار قبل تسويق منتجاتهم ، على أن مضمون الترميز محدد في المادة 09 من نفس القرار الوزاري (ويتعلق بالمعلومات الأساسية خاصة بالمكونات والمواصفات، بلد المنشأ وصورة المنتج باللغة العربية ولغة أخرى) و يحقق العلم الكافي بالمنتج من قبل المصالح المعنية و يعتبر بمثابة بطاقة التعريف الرقمية الممنوحة للمنتج المسوق سواء في السوق المحلي أو الأجنبي مما يسهل تداوله ويسمح بالكشف عن المنتجات المقلدة والمغشوشة. واليوم يُمنع تداول المنتجات التي لا تحمل ترميز الكود بار وتُعد منتجات غير قانونية وغير أصلية.

وتجدر الإشارة إليه أن الكودبار وتطبيقات تقييم الأغذية وسيلتان رقميتان متكاملتان وتحققان نفس الأهداف: الاعلام والحماية والجزائر اليوم بما أنها تشترط بيان الكودبار على المنتجات فهذا سيسهل على المستهلك الجزائري إمكانية استعمال تطبيقات تقييم الأغذية كما هو معمول به في الدول المتقدمة ،والقراءة عبرها وبكل وضوح كل المكونات الخاصة بالمنتجات الغذائية المسوقة في الجزائر والحصول على التقييم المقابل لها بكل شفافية وموضوعية تضمن له التعرف على المواصفات والكميات والخصائص وهذه الخدمة لا يحققها الا مثل هذه التطبيقات الذكية التي تستعين بالذكاء الاصطناعي وتسمح بالكشف عن المواد التي تسبب الحساسية أو المواد المضافة والملونات التي قد تسبب السرطان (مثلا الملون E171 يعد مادة مسرطنة)

2.2.المطلب الثاني: الدور الإعلامي للتطبيقات في مرافقة المستهلك:

يعود الفضل في نجاح هذه التطبيقات لأهمية الخدمة الإعلامية التي تقدمها للمستهلك ولسهولة استعمالها، وكذلك بفضل قيمة المعلومة التي توفرها بكل شفافية ومصداقية،وقد تمّ استنتاجه من خلال نسبة الاستعمال المتزايدة لها ومن التأثير الكبير الذي أحدثته في المجتمع الأوربي بالإضافة للتأثير على أداء السوق، حتى أن السلطات و المصالح المختصة في فرنسا أصبحت تعترف بها كوسيلة إعلامية جديدة تقوم بنفس دور الوسم في مسألة الاعلام ويتمتع أصحابها بالحق في اعلام الصالح العام والحق في التحذير من كل إضافات تظهر في المنتجات وتضر بالصحة العمومية شرط أن تكون المعلومات

التي تقدمها مبنية على النصوص القانونية أو التنظيمية أو على الدراسات الحديثة للمختصين في الصحة أو ما تقدمه منظمة الصحة العالمية في هذا المجال.

ونذكر في هذا السياق التقرير الذي أصدره مجلس الشيوخ الفرنسي في مسألة اعلام المستهلك تحت عنوان تفضيل الجودة على الوفرة، وفي اطار تعزيز دور التطبيقات لمرافقة المستهلك واعلامه نص على ضرورة زيادة مستوى المساءلة لأصحاب التطبيقات الذكية لتقييم المنتجات ودفعها الى الحرص على توفير المعلومات الموثوقة والشفافة والمشروعة الأمر الذي يضمن الحد من المنازعات مع المهنيين والمصنعين ويضمن رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك (SENAT, 2024)

وكذلك البيان الصحفي الذي نشرته وزارة الاقتصاد والمالية والصناعية في 2024/01/23 الذي يتضمن رأي المجلس الوطني للاستهلاك الفرنسي بخصوص التطبيقات الرقمية المتعلقة بجودة المنتجات الغذائية و مستحضرات التجميل الصادر في 2023/10/20 بسبب ارتفاع نسبة المستهلكين المستعملين لتطبيقات التقييم والتصنيف بانتظام أثناء تسوقهم و قد جاء فيه خمسة عشر 15 توصية لدعم تطوير هذه التطبيقات وذلك بضرورة العمل على توفير المعلومة الشفافة والموثوقة بكل مصداقية وموضوعية لضمان اعلام الصالح العام و حماية المستهلكين وذلك بنصها على مبدأ مشروعية وقانونية المعلومات المقدمة في التطبيقات الرقمية ومبدأ شفافية المعلومات ((economie, 2024) أولاً- توفير خدمة الاعلام لفائدة المستهلك عن كل المنتجات الغذائية المسوّقة:

تعد فكرة اعلام المستهلك هي الخطوة الأولى لتحقيق الحماية والسلامة، والإعلام كمصطلح هو عبارة عن توصيل أفكار سواء كان بطريقة مسموعة أو مكتوبة وبصفة حقيقية وموضوعية تضمن المعرفة الكافية بالمنتج لاسيما إذا كان خطيرا ويكون الاعلام موضوعيا بعيدا عن التأثير على رضائه بحيث يكفي أن يجعل المستهلك يطمئن للمنتجات المعروضة في السوق،

والمشروع الجزائري كباقي القوانين المقارنة قام بالنص صراحة على الالتزام بإعلام المستهلك بكافة المعلومات اللازمة التي يجب أن يعرفها قبل اقتناء المنتج والذي يقع على عاتق البائع عامة وعلى كل متدخل منتج كان أو مصنعا أو موزعا (المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش) حيث أن المشروع تدخل لحماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية والذي يفتقر للمعلومات الكافية والخبرة للتعرف على

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

المنتجات ولا يستطيع تحديد مواصفاتها أو مكوناتها أو مخاطرها إلا بناء على معلومات وبيانات مسبقة يقدمها المتدخل بواسطة الوسم الذي يسمح بالتعرف المباشر على المنتج من خلال التغليف وبمجرد الرؤية، وهذه الفكرة التي انطلق منها المشرع وهي في الحقيقة نفس الفكرة أو المبدأ الذي اعتمده أصحاب تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم الأغذية..² لتوفير المعلومات اللازمة والكافية عن المنتجات المسوقة،

فالإعلام الجيد للمستهلك في مفهوم هذا القانون هو الذي يتم بواسطة الوسم، بحيث يتضمن المنتج مجموعة من البيانات الإلزامية والكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، سواء كان ذلك على غلاف المنتج أو في شكل وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة ومرفقة بالمنتج، وقد حدد المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وحدد البيانات الإلزامية (378/13 المرسوم، 2013)

وبما أن المشرع لم يحصر الطريقة التي يمكن استعمالها لإعلام المستهلك بل تعد طريقة مناسبة كل وسيلة تضمن تقديم الخصائص الأساسية للمنتج، فإن التطبيقات الالكترونية لتقييم الأغذية تعتبر اليوم الوسيلة الحديثة والجديدة التي تضمن الاعلام الكافي والجيد بالخصائص الأساسية للمنتجات، (المادة 03 ف 15 من المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 المتعلق بالشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك)

لقد اعترف القضاء الفرنسي بمشروعية تطبيقات تقييم الأغذية كوسيلة من وسائل الاعلام الجديدة لصالح المواطنين، حيث أقرت محكمة الاستئناف Aix-en-Provence بموجب قرارها رقم 14555/21 الصادر في 8 ديسمبر 2022 بأهمية ومشروعية الاعلام الذي يقدمه التطبيق كوسيلة حديثة وتعترف لها بالحق في الاعلام والنصح عن المنتجات غير الصحية ما دام أنها تدافع عن الصحة العمومية la cour d'appel reconnaît la légitimité de ces nouveaux outils au service du consommateur en ne peut pas nier le rôle de l'application dans l'information des citoyens et pour la première fois les juges reconnaissent le droit d'informer et d'alerter sur les risques pour la santé des nitrites ajoutés (Arrêt sur yuka...<https://www.seban-avocats.fr> le 24/01/2023)

وتشهد اليوم الدول المتقدمة وعلى رأسها فرنسا تنافسا كبيرا في مجال الاعلام الرقمي وطرح عدة تطبيقات كمنتجات رقمية عبر الانترنت لمراقبة المستهلكين في الأسواق ويستفيد المستهلك فيها على العديد من المعلومات:

- فيمكنه الاطلاع على المعلومات الهامة والضرورية المتعلقة بالمحتوى الغذائي للمنتجات الغذائية ومستحضرات التجميل، ويوضح أكثر مقارنة بقراءته مباشرة على العبوة او التغليف،
- تقدم المعلومات المفصلة والدقيقة عن المكونات والقيمة الغذائية بما فيها معلومات حول البروتينات والدهون والكربوهيدرات والفيتامينات والمواد المضافة أو الحافظة والملونات وغيرها من المعلومات المهمة التي تفيد المستهلك بالإضافة الى تقديم تقييم لها بالنظر لمكوناتها معتمدة في ذلك على المقاييس المطلوبة والقواعد الصحية،
- يساعد على تجنب المنتجات التي تسبب الحساسية أو التفاعلات الغذائية لدى المستهلك، أو المواد المضافة التي تسبب السرطان لأنها تقدم ملاحظات في حالة وجودها،
- تقدم تقييما عن الجودة الغذائية للمنتج وكذلك تقييم جودة المكونات المستخدمة في المنتجات، وذلك على ضوء النصوص التشريعية والتنظيمية التي تحدد القيمة الغذائية للمواد الغذائية بحيث تعتبر بعض المواد غير صحية إذا تم استعمالها بإفراط مثل الدهون المشبعة أو نسبة السكريات أو نسبة الملح أو تحتوي على مواد مضافة، كما تستعين هذه التطبيقات بدراسات أخصائي التغذية وبرمجيات وحسابات وتحليلات فتعطي علامة أو درجة للمنتج من خلال المكونات المستعملة في المنتجات وفي بعض الأحيان صبر أراء و تعليقات المستهلكين المستعملين للمنتجات
- تحل التطبيقات محل الوسم المتواجد على التعليق الذي عادة ما يكون غير واضح ولا يمكن قراءته لصغر حجمه أو لاستعمال أرقام وحروف غير مفهومة لدى المستهلك.
- كما تعتبر هذه التطبيقات أداة مهمة لكل من يسعى الى تحسين تغذيته والحفاظ على صحته ورفاهيته أو لفئة المصابين بأمراض أو حساسية معينة، بالإضافة الى أن هذه التطبيقات تتميز بالسرعة، الوضوح، السهولة، التفصيل، والدقة وتسمح باتخاذ قرارات أكثر وعيا بعد القراءة والاطلاع المستتير،

ثانيا- تقديم المعلومات عبر تطبيقات تقييم الأغذية بكل شفافية وموضوعية ومصداقية:

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

إن أصحاب تطبيقات الهواتف الذكية يقومون بالاستثمار في مجال الاعلام الالكتروني فيتنافسون في سوق التطبيقات في العديد من المجالات فينشطون في المجال الترفيهي أو في مجال التواصل الاجتماعي أو في المجال الخدماتي كما هو الأمر بالنسبة لتطبيقات تقييم الأغذية، فهي تطبيقات تقدم خدمة الاعلام الالكتروني لترويج المنتجات الغذائية ومستحضرات التجميل التي تتناسب مع اهتمامات المستهلكين، بحيث تقوم بتعزيز مستوى الثقافة الاستهلاكية لديهم و تعزيز الانطباع الحسن لديهم في المنتجات من عدمه وهذا ما يضمن حماية صحة المستهلك ويضمن سلامته، بواسطة المعلومات التي يقرأها على التطبيق، وهي معلومات يستمدّها من المنتجات بفضل تقنية الكودبار كما رأينا، ويستعينون للقيام بهذه الخدمة بفريق مختص (في التغذية و الصحة والبيئة) و بالنصوص القانونية والتنظيمية بحيث عادة ما يقومون بتجهيز قاعدة بيانات تضم كل السلع والمنتجات الغذائية المعروضة للاستهلاك ومستحضرات التجميل المتواجدة في السوق، ثم تقديم تقييم لهذه المنتجات بالنظر للمواصفات والمكونات وبالرجوع أيضا الى آراء وتعليقات المستهلكين لإمكانية التقييم عن طريق ترك تعليق عن المنتج بعد استعماله، ويعد الذكاء الاصطناعي من أهم الوسائل التي ساعدت على تقييم جودة المنتجات.

- إن ما يعرّز موضوعية المعلومات المتاحة في التطبيقات و إمكانية الاعتماد عليها هو كون أصحابها ليسوا أطرافا في العلاقة التعاقدية التي تربط بين بائع المنتج أو منتجه، فهم لا يقومون بتسويق المنتج ولا يحصلون على نسبة أرباح عند ارتفاع نسبة المبيعات للمنتج المعني، كما لا تربطهم علاقة تبعية بالمنتجين ليتأثروا بتوجيهاتهم فيقدموا تقييما جيدا لكل منتجاتهم، ولا تربطهم علاقة مع المستهلكين بحيث أن خدمة الاعلام المقدمة عبر التطبيقات تتميز بالعمومية فهي موجهة للجميع وتتميز بالموضوعية والحياد والاستقلالية.

- إن المعلومات المتاحة عبر تطبيقات تقييم الأغذية تتميز بالدقة، التفصيل والموضوعية والحياد: لأنها تعتمد في تقييم المنتجات على معايير موضوعية ومبنية على دراسة المكونات والاعتماد على أحدث الدراسات العلمية للمختصين في التغذية الصحية، كما هو واضح في موقف القضاء الفرنسي في مسألة تقييم الأغذية التي تقدمها هذه التطبيقات بأنها تطبيقات مشمولة بالحماية على أساس حرية التعبير لأنها تقدم خدمة للصالح العام،

كما أن معايير تقييم المنتجات موحّد ولا يتغير سواء تعلّق الأمر بمنتجات مماثلة محلية كانت أو مستوردة لأنه تقييم موضوعي يعتمد على مكونات كل منتج على حدّ، ونذكر في هذا السياق المقال المنشور عبر الخط في 2023/01/24 تحت عنوان Arrêt « Yuka » sur l'équilibre entre devoir d'alerte et concurrence déloyale الذي وضّح القضية التي أحدثت ضجة لأنها كانت ضد أهم تطبيق لتقييم الأغذية تطبيق Yuka وبين فدرالية أو اتحاد مصنّعي اللحوم و ABC Industriel في قضية " النتريت في لحم الخنزير " والتي خسرتها في الدرجة الأولى ولكن كسبتها في مرحلة الاستئناف في قرار محكمة الاستئناف Aix-en-Provence رقم 14555/21 الصادر في 8 ديسمبر 2022 حيث فصلت من جديد لصالح شركة التطبيق الالكتروني واعتبرت التصريح الذي جاء بوجود المواد المضافة "النتريت" والتي كانت سببا لمنحها علامة 09 من 100 للمنتج ممارسة مشروعة وجاء في حيثياته la fédération des industriels charcutiers accusait Yuka d'induire en erreur les consommateurs sur la base d'un système de notation « arbitraire », la cour d'appel a rappelé que l'algorithme de notation de Yuka s'appuyait sur différents critères et reposant sur des avis scientifiques, la cour d'appel reconnaît que la finalité de Yuka est d'informer le consommateur afin de lui permettre de choisir les meilleurs produits pour sa santé, et que cette dernière est protégée par la liberté d'expression.....et reconnaît l'objectivité des nouveaux outils au services des consommateurs....
(<https://www.seban-Avocats.fr> du 24/01/2023.)

- وما يعزّز أيضا موضوعية التطبيقات ومصادقيتها هو معرفة إمكانية تعرض أصحاب هذه التطبيقات للمتابعة القضائية من قبل المنتجين عما تقدّمه من معلومات وتقييم لمنتجاتهم، فهي تعدّ مسؤولة عن كل ضرر مادي أو معنوي قد يصيب منتجي المنتجات المسوقة اما جراء التقييم السيء والتعسفي أو كل خطأ صدر في المعلومات الواردة في التطبيق بخصوص منتجاتهم وأثر في تسويقها وتقوم المسؤولية على أساس القواعد العامة للقانون المدني المبنية على المسؤولية التقصيرية (خطأ ضرر وعلاقة سببية) أو على أساس القوانين الخاصة بحماية المستهلك وقانون المنافسة بسبب تضليل المستهلك أو المساس بقواعد المنافسة النزيهة والشفافية (وهو الأساس الذي اعتمدته اتحاد مصنّعي اللحوم في دعواهم ضد تطبيق يوكا في 2021 على مستوى الدرجة الأولى من النقاضي)، ولكن بالرغم

من الموضوعية والاستقلالية الذي تتمتع به هذه التطبيقات إلا أنه لا يمكن تجاهل مدى تأثيرها الواضح على سلوك المستهلك فهي تحفز لاقتران المنتج بعد التعرف عليه عبر التطبيق أو قد يتراجع عن شراءه بسبب المعلومات الصحية التي جاءت فيه.

3.المبحث الثاني: مساهمة تطبيقات تقييم الأغذية في حماية المستهلك ورفع أداء الفاعلين في السوق:

من أهم مقاصد المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقم الغش 03/09 عند تدخله في العلاقة التعاقدية بين البائع (بالمفهوم الواسع أي كل عون الاقتصادي يقوم بعملية الإنتاج أو الاستيراد أو التوزيع أو عرض المنتجات للاستهلاك) والمستهلك وفرضه للالتزام بالإعلام هو ضمان حماية المستهلك من كل منتج قد لا يتوافق مع المواصفات والمقاييس القانونية المطلوبة، بحيث أن هذا الالتزام بمثابة آلية لتحقيق الحماية القانونية له من كل الممارسات التي تصدر عن المنتجين الأصليين وحتى المقلدين التي يراد منها إخفاء المعلومات الأساسية عن المنتجات المسوقة أو الغش فيها،

1.3.المطلب الأول: تطبيقات تقييم الأغذية وسيلة تكنولوجية فعالة لحماية المستهلك من الغش التجاري:

من المعلوم لدينا أن الاعلام المطلوب في قانون حماية المستهلك يقوم به العون الاقتصادي باعتباره صاحب المنتج أو موزعه أو مستورده إلا أنه قد يخفي معلومة معينة ولا يصرح بها أو يصرح بها و تكون مكتوبة بخط رفيع يصعب قراءته أو يصعب فهمه، أو تكون المنتجات مغشوشة قد لا تحتوي على البيانات الاجبارية ولا على ترميز الكودبار الأصلي المصرح به للمصالح المعنية (وزارة التجارة) لذلك فان الاعلام الرقمي الذي تقدمه تطبيقات تقييم الأغذية بواسطة مختصين في مجال التغذية الصحية سوف يضمن لا محالة الحماية الكافية للمستهلك، خاصة و أنها تخدم الصالح العام ولا تربطهم علاقة لا بالبائع أو بالعون الاقتصادي ولا بالمستهلك، لذلك فهي تلعب دورا مهما في الكشف عن المعلومات الواردة على المنتجات و تقديم الملاحظات عن مدى مطابقتها للمقاييس القانونية والمواصفات المطلوبة.

أولاً- ماهية المنتجات غير المطابقة للمقاييس القانونية والتنظيمية والمنتجات المقلدة والمغشوشة المضرة بالمستهلك:

إن الغش التجاري وخداع المستهلكين أصبح اليوم ظاهرة منتشرة، وتشكل المنتجات المغشوشة خطراً على المستهلك فهي عادة ما تكون مضرة بصحته، وبالمقابل يصعب عليه التمييز بين المنتج الأصلي والمغشوش أو المنتج الفاسد أو الملوث أو المنتهي الصلاحية، وما قد يسببه من أضرار صحية لذلك فإن مكافحة هذه الظاهرة هو مسألة تستوجب اهتمام الجميع وتعاونهم سواء التشريعات أو المختصين أو المصالح الرقابية وحتى المستهلكين.

خاصة وأن تحديد مفهوم الغش التجاري أمر صعب لتتعدد صورته ووسائله في عصر التكنولوجيا، إلا أنه تُعد منتجات مقلدة ومغشوشة كل منتجات غير مطابقة للمواصفات القانونية والتنظيمية المعتمدة (بوروح منال، 2015، ص 185)

ويُعد تداولها غير قانوني لأن الغرض منها خداع الناس بهدف الكسب السريع بلا عناء،

فالمنتجات المقلدة عادة ما تكون غير معلومة المصدر ويتم تصنيعها باستخدام مكونات رخيصة ودون المستوى وخطيرة بحيث تعرض الصحة العامة وسلامة المستهلكين للخطر، وهي منتجات مشابهة للأصل ولكي يبدو الأمر شرعياً تباع بأثمان أرخص من المنتج الأصلي.

أما المنتجات المغشوشة فهي كل منتجات دخل عليها تغيير أو عبث بها بصورة ما أفقدتها قيمتها المادية أو المعنوية سواء بالانقاص أو الإضافة سواء في شكلها أو عناصرها ومكوناته أو كل منتج لم تظهر تاريخ الإنتاج أو مدة وتاريخ انتهاء الصلاحية، ويمكن القولان المعيار المعتمد للتمييز بين المنتج الجيد الذي لا يضر بالمستهلك والمنتج المغشوش أو المنتج الذي وقع فيه تدليس أو تلاعب هو معيار مدى المطابقة للمقاييس والمواصفات المتضمنة في اللوائح الفنية والتي تتماشى مع المتطلبات الصحية والبيئية والسلامة و الأمن المقررة وطنياً أو دولياً التي يهدف المشرع من وراءها حماية المستهلك، وتعد المقاييس واللوائح الفنية هي مجموعة الوثائق المرجعية التي تبين الخصائص التقنية المطلوبة في منتج ما كمستوى الجودة والوسم والتغليف وهي وثائق معتمدة من سلطة معترف بها وهي بمثابة قواعد إلزامية التي تضمن صلاحية المنتج وتوفره على مواصفات الأمان والسلامة

ثانيا: التطبيقات الذكية لتقييم الأغذية كضمان لحماية المستهلك من المنتجات المقلدة والمغشوشة:

أخذ التقليد مستويات عالية من التحول والتطور في ظل تطور التكنولوجيا وبروز الأسواق الجديدة والمنتجات الكثيرة وتطور الصناعة وكثرة التجارة الدولية وبالمقابل فان المستهلك يصعب عليه التعرف على المنتجات والكشف عنها إلا بوسيلة تكنولوجية متطورة. كما أن التعرف على المنتج المقلد يتم بالتأكد من العلامات التجارية والبيانات الموجودة على التغليف، حيث أن المنتج الأصلي يحمل علامة تجارية معروفة ومعترف بها وكودبار مصرح به للمصالح المعنية أما المقلد فقد يحتوي على الكودبار ولكن يأتي باختلافات طفيفة لا يمكن اكتشافها الا بواسطة القارئ الضوئي أو بالتطبيق الالكتروني الذكي الذي يسمح بالقراءة والكشف عن المنتج الأصلي أو المقلد.

وبما أن المستهلك هو أول ضحايا التقليد باعتباره لا يتمتع بالخبرة والقدرة على كشف ذلك وبالمقابل فهو المتضرر الأول من المنتجات غير المطابقة للمقاييس والقوانين والتنظيمية لأنها تشكل خطرا على صحته وأمنه وسلامته، فان ضرورة محاربة التقليد يستدعي اللجوء الى وسائل تكنولوجية أكثر تطورا تُوفّر خدمة الاعلام لصالح المستهلك وتقدم له المعلومة اللازمة عن المنتجات المسوّقة بكل سهولة ووضوح، و تحقيقا لذلك يجب انشاء بنوك معلوماتية محلية تضم مختلف المعلومات والبيانات عن المنتجات الغذائية ومستحضرات التجميل المسوّقة المحلية منها أو المستوردة والتقييم الممنوح لها والاستعانة بالدراسات المتخصصة لضمان الاختيار الأمثل بالإضافة الى ضرورة شن حملات تحسيسية اشهارية لتوضيح كيفية التفريق بين المنتجات الأصلية والمقلدة و دفع المستهلك للكشف عنها والتبليغ عنها.

حتى التجربة الدولية في هذا المجال أكّدت على هذا الحل لأن أهم الخطوات التي يمكن اتخاذها للوقاية من الغش التجاري وحماية المستهلك هو التحقق الدائم من مواصفات المنتج وتاريخ الصلاحية وينصح في ذلك استخدام الهواتف الذكية التي تمكّن المستهلك من فحص المنتجات عبر الكودبار أو الباركود لضمان صحتها ومطابقتها للمعايير الصحية (اليوسف، 2024).

2.3.المطلب الثاني: تطبيقات تقييم الأغذية وسيلة فعالة لرفع جودة المنتج المحلي وتعزيز دور جمعيات حماية المستهلك

بالاعتماد على ما حققته هذه التطبيقات من نجاح في المجتمعات الأوروبية بفضل التطور التكنولوجي والرفاهية التي وفرها للأفراد فإنها أثرت أيضا بطريقة إيجابية على فئات أخرى في المجتمع،

أولا-الدور التحفيزي لتطبيقات تقييم الأغذية في بعث روح المنافسة بين المنتجين لرفع جودة المنتجات:

أثبت التجارب الدولية لاسيما تلك التي تستخدم تطبيقات تقييم الأغذية وعلى رأسها فرنسا أن الفضل في رفع مستوى جودة المنتجات الاستهلاكية وتحسين نوعيتها وحتى زيادة رواجها يعود بشكل كبير لهذه التطبيقات الذكية، فمحاولة المنتجين إرضاء رغبات المستهلكين في استهلاك منتجاتهم المحلية أو رغبة أصحاب الشركات المصنعة ذات العلامات المشهورة في الوصول الى أكبر قدر من الرضى وذلك بتوسيع مجال تنافسها في الأسواق العالمية و منافسة المنتجات المحلية فهؤلاء سوف يعتنون بجودة المكونات و القيمة الغذائية لها ويحترموا الشروط الصحية اللازمة ويسهرون على الحصول على تقييم جيد في التطبيقات للحفاظ على سمعتهم التجارية بين منافسيهم في المنتجات المماثلة لهم، وبالمقابل في حالة ظهور تقييم سيء لمنتجاتهم الغذائية أو التجميلية في التطبيق الذكي بسبب وجود أي مواد إضافية أو في حالة وجود تعليقات من قبل المستهلكين المستعملين للمنتج والمتضررين منه سوف يدفعهم الى تعديل المكونات وتحسين جودتها أو استبعاد الإضافات للحصول على تقييم أفضل وعليه يمكن الاعتماد على التجارب المثبتة واستعمال التطبيقات التقييم الأغذية في الجزائر لأجل رفع جودة المنتجات المحلية من قبل المنتجين الجزائريين وتنافسهم للحصول على تقييم جيد عبرها وبذلك امكانية منافسة المنتجات العالمية، فهذه الطريقة الحديثة في التقييم سوف تساهم لا محالة في تعزيز تنافسية المنتج المحلي حتى في الأسواق الدولية.

ثانيا-أهمية استعانة جمعيات حماية المستهلك بتطبيقات تقييم الأغذية لتعزيز دورها التوعوي والتحسيسي

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

تلعب الجمعيات دورا فعالا في كل المجتمعات لاسيما الوطنية منها، فهي تسهر على خدمة الصالح العام وتنشط في مجالات عديدة وبصورة تطوعية ولا تهدف الى تحقيق الأرباح، أما في مجال حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 بالدور الأساسي الذي تلعبه الجمعيات بهدف حماية المستهلك وذلك في المادة 21 منه، بحيث تتمتع **بدور وقائي وتربوي وإعلامي** معتبر في توجيه واعلام المستهلك والاهتمام بانشغالاته بكافة الوسائل المتاحة لديها لرفع الوعي الاستهلاكي لديه وتحقيقا لذلك يمكنها استعمال وسائل الاعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والاشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات للوصول الى قدر كبير من المستهلكين وهي عادة ما تقوم بالدراسات المتعلقة بالاستهلاك و تقوم بنشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها كما تستخدم أسلوب الدعاية المضادة والمقاطعة للمنتجات التي تمس بالمصلحة العامة المادية أو المعنوية للمستهلك كمقاطعة بعض المنتجات بسبب مصدرها.

وتتمتع الجمعيات أيضا **بدور تحسيسي وتوعوي** معتبر فمن واجباتها الأساسية تبيان المخاطر التي تهدد صحة وأمن المستهلك وتحسيس المواطنين وأصحاب القرار حولها ويمكنها أيضا المشاركة في اعداد سياسة الاستهلاك بفضل العضوية في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين بالإضافة الى اعتراف المشرع لها بحق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين والتأسيس كطرف مدني في الدعوى أمام العدالة. ولكن مع التطور والتنوع الذي يعرفه السوق اليوم وأمام كثرة المنتجات المحلية أو المستوردة وكثرة المنتجات المقلدة وتنوع وسائل الغش التجاري، كما اجتاحت الأسواق الجزائرية منتجات تحتوي على ملونات واطافات تشكل خطرا على صحة المستهلك وهي مواد مسرطنة وغالبا ما تأخذ تسميات ورموز غير مفهومة، فصعوبة التعرف على المنتجات واكتشاف الغش وحتى صعوبة قراءة المعلومات المكتوبة في الوسم والتأكد من صحتها جعل مسألة تواجد التطبيقات في حياتنا اليومية ضروري لرفع مستوى الوعي و الإدراك لدى المستهلك الجزائري وتمكينه من التعرف على المنتجات المسوّقة لأجل الاختيار الأمثل.

لكن مثل هذه النقلة النوعية لطريقة اقتناء المنتجات تستدعي تعاون وتكاتف جهود عدة فاعلين اجتماعيين سواء من ناحية التفكير في انشاء مثل هذه التطبيقات من قبل مؤسسات ناشئة تستغل التكنولوجيا لتقديم وظيفة الاعلام الرقمي للمستهلك وذلك بجمع

القوانين والتنظيمات المعمول بها ومواكبة الدراسات الصحية المقدمة في اطار المنظمة العالمية للصحة او الدراسات الحديثة في مجال الصحة الغذائية، بالإضافة الى انشاء قاعدة بيانات تضم كل المعلومات اللازمة عن المنتجات المحلية وتقديم تقييم موضوعي لها هذا من جهة، ومن جهة أخرى إستفادة واستغلال جمعيات حماية المستهلكين لخدمة الاعلام بواسطة هذه التطبيقات لتعزيز دورها التحسيسى والإعلامي والتوعوي وذلك بالاستعانة بها لنشر المعلومات عن المنتجات المحلية الجيدة منها أو السيئة أو المغشوشة أو المقلدة لاسيما اذا أرادت التحذير أو مقاطعة منتجات معينة بسبب أضرارها الصحية خاصة و أن سرعة التطبيقات ونسبة تأثيرها معتبرة،

وعليه فان إمكانية التعاون بين أصحاب التطبيقات وجمعيات حماية المستهلكين أمر إيجابي يعود بالمصلحة للجميع سواء لأصحاب التطبيقات أو المستهلكين أو الجمعيات وحتى الشركات المصنعة.

4. خاتمة:

إن التعرف على الدور الذي تلعبه تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم الأغذية في المجتمعات الأوربية أو المتقدمة ومدى مساهمتها في نشر المعلومة ورفع مستوى الوعي لديهم ومستوى الحماية تعدّ خطوة إيجابية لمواكبة هذه التطورات، حيث أن الرواج الكبير الذي عرفته بين المستهلكين وفي ظرف مدة قصيرة أثر في سلوكياتهم اليومية عند التسوق وساعدهم في الاختيار الأمثل للمنتجات الغذائية والتجميلية الصحية، كما ساهمت من جهة أخرى على تحسين جودة المنتجات لاهتمام المنتجين بالتقييم الجيد عبر هذه التطبيقات، الأمر الذي يدفعنا للقول بأن هذه التجربة الدولية تدعو للتفكير في ضرورة رفع التحدي و مواكبة التغيرات والتطورات الحاصلة في مجال توعية المستهلك ومحاربة المنتجات المقلدة والمغشوشة وذلك بالاستغلال المثالي لتكنولوجيا الهواتف الذكية، لأنها سوف ترفع الثقافة الاستهلاكية لدى المستهلك الوطني عند اقتناؤه للمنتجات المحلية أو المستوردة، و تسمح له بالتعرف على كل ما يستهلكه خاصة وأن الوسم الموجود في التغليف يصعب قراءته وفهمه، بالإضافة الى دفع الشركات الصناعية الى تقديم منتجات تتماشى مع المقاييس المطلوبة والشروط الصحية، كما ستساعد الجمعيات في أداء دورها التوعوي والتحسيسى في كل مرة تريد نشر معلومات عن المنتجات المسوّقة في السوق الجزائرية،

تطبيقات الهواتف الذكية لتقييم المنتجات الغذائية وسيلة تكنولوجية حديثة لمرافقة المستهلك وحمايته

إن هذه القفزة النوعية تستدعي التعاون والمشاركة الفعلية من الجميع سواء المستهلك أو الشركات الناشئة في مجال الاعلام الرقمي أو الجمعيات والمنظمات وحتى الهيئات الحكومية والمؤسسات المصنعة لضمان شفافية المعلومة المقدمة عن المنتجات الغذائية ومواد التجميل والاستعانة بالخبرة وبتجربة الدول الأخرى التي استفادت بشكل ملحوظ من هذه التطبيقات. خاصة وان محاربة ظاهرة التقليد اليوم يستدعي اللجوء الى وسائل تكنولوجية أكثر تطوراً تُوفّر خدمة الاعلام وتقدم المعلومة اللازمة عن المنتجات المسوّقة بكل سهولة ووضوح، وتستدعي انشاء بنوك معلوماتية محلية تضم مختلف المعلومات والبيانات عن المنتجات الغذائية ومستحضرات التجميل المسوّقة المحلية منها أو المستوردة مع منحها تقييم ذلك بالإضافة الى ضرورة شن حملات تحسيسية اشهارية لتوضيح كيفية التقريب بين المنتجات الأصلية والمقلدة ودفع المستهلك للكشف عنها والتبليغ عنها.

5. قائمة المصادر والمراجع:

• القوانين:

- القانون 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 للتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش ج ر العدد 15 ل 2009/03/08.
- المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة باعلام المستهلك ج ر العدد 58 الصادرة في 2013/11/18
- القرار الوزاري المشترك لوزير التجارة ووزير الصناعة المؤرخ في 16 فيفري 2021 يتضمن اللائحة الفنية المحددة للشروط والكيفيات المطبقة على وضع الرمز العمودي كود بار على المنتجات الموجهة للاستهلاك البشري ج ر العدد 23 الصادرة في 28 مارس 2021.

• الأطروحات :

- بوروح منال "ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" رسالة لنيل شهادة الماجستير فرع حماية المستهلك والمنافسة، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2015،

• المقالات:

- عبد الغني قواسمية، محمد صاحبي " تطبيقات الهواتف الذكية في المكتبات الجزائرية: بين حتمية الاستثمار وتحديات التجسيد"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06 العدد 03، جويلية 2021

- هوارى معراج، تامر محمد البشير "إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية" - دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين المستخدمين لأجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور بولاية غرداية-مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 10، العدد 03، 2017.
- ناصر عبد العزيز اليوسف "العش التجاري في المملكة العربية السعودية وتأثيره على النشاطات" مقال قانوني عبر الخط عن مكتب محاماة الأستاذ ناصر العزيز اليوسف <https://naylawfirm.com> تاريخ الاطلاع 2024/09/11.

• مواقع الانترنت:

- <https://www.Senat.fr/rap/r21-742.html>, SENAT-Rapports d'information n°742 (2021-2022) déposé le 29 juin 2022, consulté le 12/12/2024 .
- <https://www.economie.gouv.fr> publication de l'avis du CNC relatif aux applications numériques sur la qualité des produits alimentaires.
- <https://www.seban-Avocats.fr> du 24/01/2023-