

الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك The media as a means of consumer protection



حدوش فتيحة

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

f.haddouche@univ-boumerdes.dz

تاريخ النشر: 2025/06/04

تاريخ القبول: 2024/05/31

تاريخ الارسال: 2021/09/20

الملخص:

يشهد العصر الحديث عدة تطورات اقتصادية وتكنولوجية أثر بشكل مباشر على السوق العالمية، مما أصبح يعج بمنتجات جد متطورة ومنها الخطيرة مما أصبح يهدد سلامة المستهلك ماديا و معنويا، لهذا كان لا بد من تقرير التزام يقع على مصنعي تلك المنتجات، وهذا الالتزام هو الالتزام بالإعلام، وهو أداة قانونية لحماية إرادة المتعاقد الضعيف، وخلق التوازن في العلاقات بين المهني والمستهلك، وقد أصبح أحد الركائز الرئيسية لكل سياسة تهدف إلى حماية المستهلكين والدفاع عن مصالحهم وتوفير الأمن لهم في كل ما يقدمون عليه، سواء سلع أو خدمات.

الكلمات المفتاحية: الالتزام، الإعلام، المستهلك، المهني، المسؤولية العقيدية، المسؤولية التقصيرية.

Abstract:

The modern era is witnessing several economic and technological developments that have directly affected the world market, which has become teeming with very sophisticated products, including dangerous ones, which have become a threat to the safety of the consumer materially and morally. Therefore, a commitment has had to be made on the manufacturers of those products. this obligation is the obligation to inform, a legal tool to protect the will of the weak contractor and to create a balance in the relations between the professional and the consumer. it has become one of the main pillars of every policy aimed at protecting consumers, defending their interests and providing them with security in everything they provide, whether goods or services.

key words: Commitment, media, consumer, professional, creedal responsibility, tort responsibility.

مقدمة

يشهد العصر الحديث عدة تطورات اقتصادية وتكنولوجية أثرت بشكل مباشر وفعال في السوق العالمية، والتي أصبحت تعج بمنتجات جد متطورة، التي تحقق المتعة والرفاهية للمستهلكين، مما أدى إلى تزايد المخاطر التي تهددهم ماديا ومعنويا، وخاصة بعد تطور الدعاية والإعلان عن هذه المنتجات. لهذا الآن لابد من تقرير التزام يقع على عاتق مصنعي تلك المنتجات أو مقدمي الخدمات، بالإدلاء بكافة البيانات اللازمة عنها، وبصورة صادقة ودقيقة أي إعلام المستهلك بمكوناتها حتى يتفادى أضرارها المحتملة وقد أطلق الفقه على هذا الالتزام تسمية "الالتزام بالإعلام"، ويجب الاعتراف بحق أن هذا الالتزام أصبح إحدى الركائز الرئيسية لكل سياسة تهدف لحماية المستهلكين والدفاع عن مصالحهم وتوفير الأمن لهم في كل ما يقدمون عليه سواء سلع أو خدمات، ومن هنا نطرح التساؤل التالي: ما مفهوم الالتزام بالإعلام؟ وما هو الجزاء المترتب عن الإخلال به؟

أهمية البحث: لذلك تظهر الحاجة لبحث موضوع الالتزام بالإعلام وذلك نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع، وكذا حداثة الإطار الذي اخترنا البحث فيه، حيث يعتبر من موضوعات الساعة ومحل اهتمام من طرف الهيئات الدولية والوطنية.

أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة الى تبيان الحماية القانونية التي اقراها المشرع الجزائري للمستهلك من خلال الالتزام بالإعلام وهذا لإعادة التوازن بين طرفي العقد.

منهج البحث: حاولنا في هذه الدراسة المتواضعة اتباع المنهج التحليلي للنصوص القانونية والتطرق الى اخر التعديلات القانونية.

وللإجابة على الاشكالية يتعين التطرق إلى مفهوم الالتزام بالإعلام لحماية المستهلك في المبحث الأول، ثم التطرق إلى جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في المبحث الثاني.

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام لحماية المستهلك.

لقى على عاتق المحترف خاصة البائع المحترف المتخصص التزام يتمثل في واجب اعلام المستهلك بكل البيانات المتعلقة بالمنتج، وهذا مرتبط بحماية المستهلك، فقد أصبح الالتزام بالإعلام من اهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك.

وعليه سنتطرق في هذا المبحث الى تعريف الالتزام بالإعلام في المطلب الأول والى وسائل تنفيذ هذا الالتزام في المطلب الثاني

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام.

عرف الالتزام بالإعلام المستهلك بأنه التزام عام يتعلق بكافة المعلومات والبيانات (حسن، 1996، ص16)، اللازمة لإيجاد رضا (عمر، 189، 2004) حر سليم، كامل متنور (خالد، 2008، ص94)

، ليكون الطالب على بينة من أمره، بحيث ينفذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد (رايس 2007، ص 16).

لقد أصبح الالتزام بالإعلام نظاماً قانونياً جديداً تمليه ضروريات الحياة الحديثة، نظراً للدور الذي يلعبه في حياة المستهلكين باعتباره حلقة من حلقات السلسلة الاقتصادية وكذا العلاقات القانونية وذلك من خلال توعيته بخصوص ما يقتنيه من مشتريات أو ما يتلقاه من خدمات بل وأصبح يمتد إلى النصح والإرشاد وحتى التحذير وهذا لمواجهة منتج يتسم بالحدثة، ولهذا سوف نتطرق إلى مفهوم الالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، والأساس القانوني للالتزام بالإعلام (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.

أصبح من ضروريات المهني إبلاغ المستهلك بكافة المخاطر التي قد تترتب على استعمال المنتج، ويتحدد التزامه في كل ما من شأنه درء خطأ متوقع، أو التحسب لخطر محتمل وموجهاً إلهيحة واسعة من الجمهور (قادة، 2007، ص 13)، ويتضمن الالتزام بالإعلام التزامين كلاهما لا يقل أهمية عن الآخر يتمثل الأقل في تقديم النصح والإرشاد أما الثاني فيتمثل في التحذير.

أولاً: الالتزام بالأداء بالمعلومات والبيانات.

يتضمن هذا الالتزام قيام المدين بالإدلاء بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد الذي يريد الطرف الآخر إبرامه، فانه يكون بذلك قد أوفى بالتزامه بالإعلام، ويتم الإدلاء بكافة الطرق الممكنة، سواء شفاهة (عن طريق الشرح العلي)، أو كتابة من خلال تقديم البيانات مكتوبة إلى المستهلك، وتكون هذه البيانات إما مكتوبة في وثيقة العقد، أو في وثيقة مستقلة تلحق بالعقد أو بالشيء وإما أن تكون مكتوبة على الشيء نفسه أو ملصقة به وخصوصاً بعد تعدد المنتجات و تعقدها (القيسي، 2011، ص 11).

ثانياً: الالتزام بتقديم النصيحة.

لم ينص المشرع الجزائري على الالتزام بتقديم النصيحة من طرف المحترف، بل اكتفى بفرض واجب التحذير¹، وهو التزام تبعي يقع على عاتق أحد الطرفين يثير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة (بن سالم، 2017، ص 14)، و الالتزام بالنصيحة فرض نفسه في الوقت الراهن نظراً للأنواع الجديدة من العقود التي ظهرت منها عقد التجارة الدولية، عقد نقل التكنولوجيا...، ويقع الالتزام بتقديم النصيحة على المحترف أو المهني الذي يجب أن يقدم للمتعاقد الآخر المعلومات الضرورية التي تساعد في اتخاذ القرار من شراء المنتج أو عدمه.

¹ التحذير يتصل فقط بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالصفة الخطرة للمنتجات، وخطورة الأشياء تعود لأمرين:

ان يكون الشيء خطيراً بطبيعته مثل " العقاقير الطبية، المتفجرات، المواد السامة أو القابلة للاشتعال..."

ان تكون الخطورة في الاستعمال لهذه الأشياء أو تشغيلها مثل " الآلات الميكانيكية، الأسلحة..."

الفرع الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام.

إن الالتزام بالإعلام لم يظهر كالتزام مستقل قائم بذاته إلا حديثاً، لذلك ذهب الفقهاء إلى تركيز وجوده القانوني على عدة أنظمة قانونية بالأساس في عيوب الإرادة والعيوب الخفية ومبدأ حسن النية والالتزام بالسلامة.

أولاً: نظرية عيوب الإرادة.

لقد اسند البعض الالتزام بالإعلام إلى عيوب الإرادة خاصة الغلط¹، والتدليس²، لأنهما يرتبطان بهذا الالتزام ارتباطاً وثيقاً، ولأن الهدف من الالتزام بالإعلام هو حماية رضا المتعاقد، هذا الأخير الذي قد تشوب إرادته عيب يؤثر في رضاه فتتجه الإرادة الموجودة إلى التعاقد وهي على غير بينة من حقيقة الأمر.

ثانياً: نظرية العيوب الخفية.

لقد ذهب بعض من الفقهاء إلى اعتبار الالتزام بالإعلام ماهو إلا تطبيق لنظرية العيوب الخفية على أساس أن العيب الخفي عند عدم قيام البائع (المنتج أو المتصرف) بالكشف عنه للمستهلك قبل إبرام العقد، الأمر الذي يجعل الضمان لعدم القيام بالإعلام، وهو ما يعطي الحق للمستهلك الخيار بين طلب إبطال العقد (بن عامر، 1998، ص 107) أو إنقاص الثمن.

لكن انتقد هذا الرأي على أساس أن نطاق الالتزام بضمان العيوب الخفية أضيق من نطاق الالتزام بالإعلام، فالأول يقتصر الخالات التي يوجد فيها عيب خفي في الشيء المبّيع عكس الالتزام بالإعلام الذي يشمل جميع الفروض التي يتسم فيها المبّيع بالخطورة، فالخطورة ليست عيباً خفياً لكن تشكل إحدى البيانات التي يجب الإفضاء بها لتحقيق الغاية المرجوة منه (جواهره، 2002، ص 45).

لقد ظلت المسؤولية المؤسّسة على قواعد الضمان عاجزة عن توفير حماية كافية للمستهلك، فالضمان يخضع لقيود وشروط لا بد من احترامها، كما أن بعض نصوصه لا تحتل بحكم صياغتها تفسير موسعاً.

فرغم محاولات التشريعات الحديثة تدارك نقص المفهوم الخاص بضمان العيب الخفي إلا أنه يؤخذ عليها قصورها في تحديد الضرر، لكون البائع يلتزم فقط بتعويض الضرر التجاري للمشتري أي الذي يغلب عليه ارتباطه بالكسب الفائت، لا بما لحق المشتري من أضرار بسبب المبّيع المعيب.

¹ يعرف الغلط بأنه: "حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم غير الواقع، هذا الواقع إما أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها، أو واقعة صحيحة يتوهم الإنسان عدم صحتها.

عبد الرزاق احمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المجلد الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، الطبعة 03، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000، ص 311.

² التدليس هو حيلة يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد معه في غلط لدفعه للتعاقد. علي فيلاي، النظرية العامة للعقد "الالتزامات"، موفم للنشر، الجزائر، الطبعة 02، 2008، ص 124.

فقد ذهب الفقه الفرنسي إلى التفرقة بين نوعين من الأضرار، أضرار تجارية وأضرار صناعية، وهذه الأخيرة تعجز الأحكام التقليدية للعيب الخفي عن الإلمام بها، وهذا يمثل قصورا في تلك الأحكام، بالإضافة إلى ذلك أن الشروط هذا الضمان هي شروط مجحفة للمضرور لكونها تلقي عليه عبء إثباتها ووجوب رفعها في زمن قصير للحصول على التعويض (زاهية، 2009، ص 76).

وأمام عجز أحكام ضمان العيب الخفي عن حماية المستهلكين، بذل القضاء الفرنسي جهدا كبيرا في سبيل تطوير نصوص البيع الخاصة بالضمان، لتقرير حماية فعالة للمشتري حال إصابته بضرر من جراء ما يعتري المنتج من خطورة (كهينة، 2010، ص 14) ، فشىد على أساس هذه النصوص صرح نظرية متكاملة لمسؤولية المنتجين والموزعين عن الأضرار الناشئة عن عيوب منتجاتهم، فنشأ بذلك الالتزام بضمان السلامة¹.

ومن بين التطبيقات القضائية الفرنسية على ذلك، ما قضت به محكمة النقض، عندما اعتبرت أن الحريق الذي شب في محرك السيارة إنما يرجع إلى عيب فيها، طالما لم يقدم البائع الدليل على سوء صيانة السيارة أو سوء استعمالها أو تدخل طرف أجنبي في إصلاحها.

ثالثا: مبدأ حسن النية.

ذهب البعض إلى اعتبار الالتزام بالإعلام تطبيق لمبدأ حسن النية في تنفيذ العقود والذي يقضي أن التعاقد سلوك الأمانة والنزاهة في التعامل (عمر، 2004، ص 202) ، والإخلال به يترتب مسؤولية عقدية، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 107 من القانون المدني: " يجب تنفيذ الالتزام طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية."

رابعا: الالتزام بالسلامة.

إن الرأي السائد في الفقه المعاصر هو أن الالتزام بالإعلام، يجد أساسه الالتزام بالسلامة باعتباره تطبيقا للالتزام بالإعلام، مادام الهدف من شرع الالتزام بالإعلام هو الحيلولة من وقوع المستهلك في خطر يمس شخصه أو ماله وأن هذا يعد تطبيقا واضحا لفكرة ضمان السلامة (عبد الكريم، 2002، ص 46).

وقد اعتمد المشرع الجزائري بفكرة ضمان السلامة واعتبارها الأساس الذي يتفرع منه عدة التزامات أخرى وهذا ما يتضح في نص المادة 09 من القانون 09_03 (المستهلك، 2009) : " يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وان لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".

المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام:

¹ - نعي بضمان السلامة ، التزام المنتج المحترف بتسليم منتجات خالية من العيوب أو من العوارض التي من شأنها أن تعرض حياة الأشخاص أو الأموال للخطر ، أشار إليه عمر محمد عبد الباقي ، الحماية العقدية للمستهلك المرجع السابق ، ص 654 .

قد يظهر الإعلام في عدة عناصر بحسب الأساس الذي يقوم عليه، فهناك الإعلام الاختياري الذي يقدمه المحترف أو المتعامل الاقتصادي كما سماه القانون الجزائري على سبيل الرضا والاختيار، دون أن يكون ملتزما قانونا بذلك بل هو الذي يبادر به (الفرع الأول)، كما نجد الإعلام الإلزامي ذلك أن المحترف يكون مجبرا قانونا بالإدلاء بالإعلام للمستهلك وذلك بموجب نص قانوني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الإعلام الاختياري:

الإعلان (الإشهار) هو وسيلة اتصال بين التجار والعملاء فإن كان كاذبا أو مضللا فإنه يتجاوز أهدافه يمس بقواعد المنافسة وعليه سنتطرق إلى تعريف الإعلان (أولا)، وصوره (ثانيا).

أولا: تعريف الإعلان.

الإعلان هو كل ما يستخدمه التاجر لتحفيز المستهلك (Frank, 1996, p 44) ودفعه على الإقبال على سلعته أو يقتنع بالأفكار (أحمد، 2007، ص25)، سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المقروءة (عبد المنعم، 2007، ص176) وللإشهار (الإعلان) صور من شأنها التأثير على المستهلك وتغيير قناعاته، فقد يكون الإعلان مضللا أو خادعا، وقد يكون موضوعا أو مشروعا.

الفرع الثاني: الإعلام الإلزامي:

لقد فرض المشرع الجزائري عدة قواعد إعلامية على عاتق المحترف التي تعمل على حماية المستهلك بتوفير الأمن والسلامة في المنتجات التي يقتنيها ففرض مطابقة المنتج للمواصفات القياسية القانونية (أولا)، والإعلام عن خصائص المنتجات (ثانيا)، وإعلام المستهلك بأسعار السلع (ثالثا).

أولا: مطابقة المنتج للمواصفات القياسية والقانونية.

نظرا لتنوع المنتجات وتعدد منتجها، واختلاف جودتها ومواصفاتها وسلامتها وكذلك جهل المستهلك بها الذي قد يدفع بالمستهلك إلى اقتنائها دون التفكير في مصادرها، مما يزيد من المخاطر التي تهدده في جسمه وماله، ولضمان حماية المستهلك من تلك المخاطر نص المشرع الجزائري في القانون رقم 03_09 في المادة 11 منه على إلزامية أن يلبى المنتج أو الخدمة الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه، ومميزاته الأساسية وتركيبته، ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته، وكمياته، وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن ذلك.

ثانيا: الإعلام عن خصائص المنتجات والخدمات.

إن المستهلك يعتمد بشكل أساسي على الوثائق المدرجة بالسلعة لكن نقص البيانات المدرجة فيها أو عدم دقتها يؤدي إلى أضرار تلحق بالمستهلك وتشكل خطورة عليه، ولهذا تدخل المشرع الجزائري وضبط تلك البيانات وهذا ما يعرف بالالتزام بالوسم الذي يعتبر وجه من أوجه الالتزام بالإعلام الذي يكون قبل تكوين العقد.

ويهدف الوسم إلى إعلام المستهلك بكيفية استعمال المنتج¹، وأيضا إعلامه بطبيعة المنتج ومكوناته الأساسية.

ثالثا: إعلام المستهلك بأسعار السلع

يعتبر السعر عنصرا هاما في عقد الاستهلاك المبرم بين المستهلك والبائع والذي يركز عليه المستهلك عند رغبته في شراء سلعة أو أداء خدمة، وقد فرض المشرع الجزائري من اجل حماية المستهلك من تعسف البائع أو المحترف وبتالي يشكل وسيلة تحقيق الرقابة الإدارية على الأسعار(جبالي، 2006، ص05)، ليس في قانون حماية المستهلك فحسب بل أيضا في قانون المنافسة (الشريف، 2002، ص76).

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري من خلال أحكام قانون حماية المستهلك لم ينظم حماية المستهلك في بيع العقارات، ذلك ان العقارات لا تخضع لمراقبة الجودة وقمع الغش، فالتعامل في العقارات لا يستفيد من الأحكام الخاصة لحماية المستهلك (موالك، 1999، ص33).

المبحث الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

إن المهني يسعى في علاقته بالمستهلك إلى تحقيق أكبر قدر من الربح، ولا يهتم بحاجيات المستهلك، وقد يلجأ إلى الغش واستخدام أساليب كاذبة بهدف جلب المستهلك وحثه على اقتناء المنتج الذي لا يلائمه.

فكان لزاما توقيع الجزاء على المهني لإخلاله بالالتزام بالإعلام فتقوم نتيجة لذلك كل من المسؤولية المدنية (المطلب الأول)، كذلك المسؤولية الجزائية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المسؤولية المدنية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

لقد ألزم المشرع الجزائري المهني بالالتزام بالإعلام وان أخل بهذا الالتزام يترتب عنه قيام المسؤولية المدنية.

وتنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ناجمة عن الإخلال بالالتزام عقدي (الفرع الأول)، ومسؤولية تقصيرية ناجمة عن الإخلال بالالتزام قانوني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

تعرف المسؤولية العقدية على أنها جزاء الإخلال بالالتزامات الناشئة عن العقد أو عدم تنفيذها (بلحاج، 2004، ص264)، وتقوم المسؤولية العقدية سواء بالإخلال بالإعلام قبل التعاقد (أولا)، وكذا الإخلال بالالتزام بالإعلام في المرحلة التعاقدية (ثانيا).

أولا: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد.

¹. عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المنتج بأنه: "كل شيء منقول مادي قابل لان يكون موضوع معاملات تجارية".
المرسوم التنفيذي المؤرخ في 30_01_1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 05، الصادرة في 31_01_1990.

إن الجزاء المترتب على مخالفة الالتزام قبل التعاقد بالإعلام يستمد أساسه وخصائصه من تقريره وهو العمل على تنوير إرادة المستهلك لدى التعاقد، ومن ثم فإن الإخلال به يؤثر على رضا المتعاقد مما يؤدي إلى تعيب إرادته، وترتيباً على ذلك فإنه من المنطقي أن يكون من بين الجزاءات الملائمة في هذا الصدد كنتيجة الإخلال بهذا الالتزام هو بطلان العقد لتعيب الإرادة (أحسن، 2009، ص44)، وذلك لوقوع المستهلك في غلط، أو لوقوعه تحت تأثير تدليس الطرف الآخر.

ويشترط لإبطال العقد أن يكون الغلط جوهرياً (قرار، 1999، ص147)، وأن يتصل بالمتعاقد الآخر بأن يكون هو الآخر قد وقع فيه (حسن، 2005، ص131)، وهذا ما نصت عليه المادة 82 من القانون المدني الجزائري، وطبقاً لهذا النص فإن القانون المدني الجزائري قد اخذ بمعيار ذاتي في الغلط (علي، 2005، ص56)، ويتعلق بحالة نفسية قد يصعب الكشف عنه في بعض الأحيان لذلك وضع قرينة موضوعية لتنم عن هذه الحالة النفسية فقضى بأن صفة الشيء تكون جوهريّة.

أما فيما يتعلق بالتدليس فيشترط لإبطال العقد أن يكون هو الدافع للتعاقد بحيث لولاه لما أبرم المدلس عليه العقد (علي، 2005، ص61).

ثانياً: المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد.

قد يلجأ المستهلك الذي تلقى السلعة أو الخدمة لا تتفق مع توقعاته إلى دعوت المهي لتنفيذ التزاماته العقدية و(أحسن، 2009، ص50) عبئ الإثباتان المهي لم يحم بتنفيذ التزامه يقع على المستهلك الذي عليه ان يظهر اختلاف الشيء أو السلعة المقدمة على ما تم الاتفاق عليه، وفي حالة الاستعجال بدلاً أن يحصل على الشيء من النوع المتفق عليه له أن يطالب بقيمة الشيء بطريقة التعويض¹.

كما انه يمكن للمستهلك إضافة إلى كل ما سبق استخدام وسيلة قانونية أخرى تتمثل بالمطالبة بضمان العيوب الخفية، الذي يعتبر وسيلة جيدة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مبيع مطابق للمواصفات المتفق عليها (أحسن، 2009، ص55).

ويعرف العيب الخفي على أنه: "النقائص الموجودة في المبيع والتي لا تظهر عند فحصها والكشف عنها والتي تمنع المستهلك من استعماله وفقاً للغاية المعد لها". (زاهية، 2008، ص223)

ويشترط أن يكون السبب الخفي قديماً، وأن لا يعلم به المشتري، وأن يكون العيب مؤثراً.

الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

تقوم المسؤولية التقصيرية للمهي في حالة تسبب المنتج بضرر للغير لا تربطه معه علاقة تعاقدية، كما تقوم أيضاً في حالة إخلال المهي بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد، ذلك أن هذا الالتزام ينفصل عن العقد، وينشأ في المرحلة السابقة على تكوينه فيؤدي الإخلال به إلى نشوء المسؤولية

¹. وهذا ما نصت عليه المادة 119 فقرة 01 من القانون المدني على أنه: "في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد اعتذار المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك".

التقصيرية، والخطأ التقصيري يعرفه البعض بأنه عمل ضار مخالف للقانون، ويعرفه البعض الآخر انه إخلال بالتزام قانوني سابق (محمد، 2003، ص 31).

فمسؤولية المهني في مواجهة الغير مسؤولية تقصيرية (نبيل، 2008، ص 127) تقوم على خطأ واجب الإثبات لإقامة الدليل على مخالفة المهني لقاعدة من القواعد الواجبة الإلتباع في خصوص تصميم السلعة وتصنيفها او على إخلاله بالواجب العام والتزامه بالحيلة والحذر، والإثبات الخاص بأركان المسؤولية التقصيرية لكونها وقائع مادية يكون بجميع طرق الإثبات (زهية، 2009، ص 312).

ولقد سعى القضاء لإضفاء طابع أكثر موضوعية على مسؤولية المنتج، وذلك لتجربتها من فكرة الخطأ، وإقامته على فكرة حراسة الأشياء غير الحية، بمقتضاها يضل المهني محتفظا دائما بحراسة منتجاته الخطرة رغم انتقال ملكيتها، أي مسؤولية مفترضة (نبيل، 2008، ص 127)، وبـل ومهما تتعاقب البيوع عليها، لأنه وحده الذي يبقى قادرا على مراقبتها في كل عناصرها وتكوينها.

وينشأ للمستهلك حق التعويض كأثر للمسؤولية التقصيرية سواء الأضرار المادية أو المعنوية، ويقدر التعويض نقدا ويمكن ان يدفع دفعة واحدة، ويمكن للقاضي جعله على أقساط تدفع للمضرور، كما يجوز ان يكون ايرادا (مرتب) كما في حالة إصابة عامل أفقدته الإصابة فرصة العمل (محمد، 2003، ص 166).

المطلب الثاني: المسؤولية الجزائية المترتبة على الإخلال بالإعلام

تتمثل المسؤولية الجزائية في التزام شخص يتحمل نتائج فعله الإجرامي، وقد تدخل المشرع بوضع نصوص قانونية خاصة رتبت جزاءات جنائية (الفرع الأول)، إضافة إلى جزاءات إدارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجزاءات الجنائية.

يعد الجزاء الجنائي النتيجة القانونية المترتبة عن مخالفة نصوص التجريم الواردة في قانون العقوبات والقوانين المكملة له، وتعد العقوبة جزاء يقرره المشرع ويوقعه القاضي على من ثبتت مسؤوليته في ارتكاب الجريمة.

وللعقوبات وظائف تتمثل في تحقيق الردع و إرضاء شعور العدالة ، فتحقق العقوبة الردع العام الذي يقصد به تحذير باقي أفراد المجتمع الذين تراودهم فكرة ارتكاب الجريمة من أنهم سينالون نفس العقوبة التي توقع على المجرم الذي ارتكبها فعلا (أحسن، 2009، ص 218).

كما تحقق الردع الخاص الذي يقصد به إيلام الجاني بالقدر اللازم الذي يمنعه من التفكير في العودة إلى ارتكاب الجريمة، كما أن للعقوبة وظيفة إرضاء شعور الناس بالعدالة ولا تكون كذلك إلا إذا كانت تطبق على كل من يرتكب الجريمة التي تقرر جزاء لها (أحسن، 2009، ص 2018).

وقد قرر القانون عقوبات أصلية يجب على القاضي الحكم بها إذا ما ثبتت التهمة (1)، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية (2).

1 - العقوبات الأصلية:

فالعقوبة أساسها الخطأ، جوهرها الألم، الذي يصيب المحكوم عليه لهدف ردعه و ردع غيره، وقد قرر المشرع عقوبات لكل الجرائم التي نص عليها.

أ- العقوبات المقررة على جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك:

بالنسبة لجريمة عدم الإعلام بالأسعار، فإن العقوبة المقررة بموجب المادة 31 من القانون المحدد للممارسات التجارية، هي الغرامة من خمسة آلاف دينار (5000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).¹

وما يلاحظ أن هذه الجريمة المتعلقة بالمنافسة كان معاقب عليها أيضا بموجب المادة 61 من القانون 95-06 حيث تنص المادة 61 على أنه: " يعتبر عدم إشهار الأسعار مخالفة لأحكام المواد 53 إلى 55 المذكور أعلاه.

ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000). والنص المطبق حاليا هو المادة 31 من القانون المحدد للممارسات التجارية وليس النص المتعلق بالمنافسة.

وبالنسبة لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، فإنه معاقب عليه بموجب المادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

والتي تعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج.²

وبالنسبة لجريمة عدم الإعلام بشروط البيع ، فيعاقب عليها بنص المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وذلك بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).³

¹ - نلاحظ بأن هذه العقوبة في حدها الأدنى أصبحت لا تتماشى مع ما قرره المشرع في نص المادة الخامسة من قانون العقوبات اثر التعديل الأخير بموجب القانون رقم 23/06 المؤرخ في 20/12/2006 أين أصبح الحد الأدنى للغرامة المقررة للجنح عشرون ألف دينار.

² - الشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري تراجع عن العقوبة السالبة للحرية والتي كانت العقوبة فيها حسب نص المادة 28 فقرة 2 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بالقانون 09-03 ويعاقب بالحبس من 10 أيام إلى شهرين ، وبغرامة من 100 دج إلى 1000 دج ، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خالف أحكام المادة 3 فقرة 1 و3 ، والمواد 4 و5 و6 و9 من هذا القانون .

³ - إلا أن المادة 5 من قانون العقوبات نصت على أن الغرامة في مواد الجنح تتجاوز 20.000 دج ، أي حد أدنى هو 20.000 دج في حين الحد الأدنى في جريمة عدم الإعلام بشروط البيع هو 10.000 دج .

فنلاحظ أن كلا من هذه الجرائم الثلاثة تشكل جنحة، ويعاقب عليها بعقوبة الغرامة دون الحبس، ذلك أن العقوبات المالية هي أهم العقوبات بالنسبة إلى جرائم الإضرار بالمستهلك خاصة الاقتصادية منها، ويرجع ذلك إلى أن غالبية هذه الجرائم ترتكب بدافع الطمع والربح غير المشروع. وبالتالي يكون من المناسب أن تكون الغلبة لعقوبة تصيب الجاني في ذمته المالية، وهذا ما يفسر التجاء المشرع في بعض الأحوال إلى فرض عقوبات مالية شديدة لردع الجناة، وبما يكفل الاحترام اللازم لقوانين حماية المستهلك (أحمد، 2005، ص 457).

ب - العقوبات المقررة على جرائم خداع وتضليل المستهلك:

بالنسبة لجريمة الخداع، يلاحظ أن المشرع الجزائري وغيره من المشرعين العرب كالمصري والأردني، سوى في العقاب بين الشروع والجريمة التامة للخداع، استثناء من القاعدة العامة التي تجعل عقوبة الشروع عادة أخف درجة من الجريمة التامة (زاهية، 2003، ص 34).

وقد عاقب المشرع على هذه الجريمة بموجب المادة 68 من القانون 03-09 الذي أحالنا إلى تطبيق المادة 429 قانون العقوبات.

إذ تنص المادة 68 من القانون 03-09 على ما يلي: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول: كمية المنتوجات المسلمة، تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج".

وبالرجوع إلى نص المادة 429 قانون العقوبات نجدها تعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من 2000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد، سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، سواء في نوعها أو مصدرها، سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها، و في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وقد تناولت الظروف المشددة بموجب المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹، فترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 إلى خمس سنوات حبساً، وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة،

¹ - و قد نصت المادة 430 من قانون العقوبات على نفس العقوبة التي نصت عليها المادة 68 من القانون 03-09 و ذلك في حالة الشديد، حيث نصت المادة 430 على ما يلي: "ترفع مدة الحبس إلى خمس (5) سنوات و الغرامة إلى 500.000 دج، إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليه أعلاه قد ارتكبت...".

أو بطرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج، إشارات أو ادعاءات تدليسية، أو باستعمال كتيبات أو منشورات، أو نشرات، أو معلقات، أو إعلانات أو بطاقات، أو أية تعليمات أخرى.

أما بالنسبة لجريمة الإشهار غير المشروع، المنصوص عليها في المادة 28 فإنه يعاقب على هذه الجنبعة بغرامة من خمسين ألف دينار 50.000 دج إلى خمسة ملايين دينار 5.000.000 دج، وذلك بموجب المادة 38 من القانون 02-04 المجدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وما يمكن الإشارة إليه أن المخالف يعتبر في حالة عود طبقا لنص المادة 47 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 06-10 المجدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية متى ارتكب مخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال سنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

ومادامت جل مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية جنح، فإن العود يطبق من طرف القاضي إجباريا طبقا لنفس المادة 54 مكرر 3 من قانون العقوبات، وفي هذه الحالة تضاعف العقوبة لكن الملاحظ على المادة 54 مكرر 3 فإن الحد الأقصى وحده هو الذي يضاعف وجوبا دون الحد الأدنى، وهذه بخلاف المادة 47 فقرة 2 والتي تنص على مضاعفة " الحد الأدنى و الأقصى " .

وانطلاقا من ذلك يمكن الحكم عليه بعقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات¹ وذلك طبقا للمادة 47 فقرة 3 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 06-10 المجدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ولقد كانت المادة 47 من القانون 02-04 قبل التعديل تعتبر حالة عود، كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة.

أما القانون 03-09 فقد نص في المادة 85 منه على أنه تضم الغرامات المنصوص عليها في القانون، وفي حالة العود تضاعف الغرامات ويمكن الجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف.

ولم ينص المشرع على حكم خاص فيما يتعلق لظروف التخفيف لذلك نرجع للقواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات.

2 – العقوبات التكميلية:

العقوبات التكميلية هي عقوبات تضاف إلى العقوبة الأصلية (أحسن، 2009، ص 241)،

¹ - وقد كانت المادة 47 من القانون 02-04 قبل التعديل تنص على أنه تضاف إلى هذه العقوبات عقوبة حبس من ثلاثة أشهر إلى سنة واحدة.

والملاحظ أن القانون 02-04 لم يقرر عقوبة الحبس لمخالفة القواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلا في حالة العود.

وقد نص القانون 02-04 على عقوبتين تكميليتين هما المصادرة ونشر الحكم ، أما القانون 03-09 فنص فقط على عقوبة تكميلية واحدة وهي المصادرة .

أ - المصادرة:

يعرف الفقه المصادرة بأنها إضافة مال الجاني إلى ملك الدولة قهرا عنه و بدون مقابل¹ ، وقد نص القانون 02-04 في مادته 44 على الجرائم معينة يمكن الحكم معها بالمصادرة ، ومنها الإشهار غير المشروع .

إلا أنه بصدر القانون رقم 06-10² الذي يعدل ويتمم القانون 02-04 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فنص في المادة 9 منه على ما يلي: "تعدل أحكام المادة 44 من القانون 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004 و المذكور أعلاه و تحرر كما يأتي: المادة 44: زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة".

وبالتالي يمكن الحكم بالمصادرة في أي مخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما³.

وفي حالة الحجز الاعتباري، تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، بحيث يصبح مبلغ البيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية⁴.

وعندما يصدر الحكم يرفع اليد عن السلع المحجوزة و تعاد إلى صاحبها و تتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كانت السلع المحجوزة قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها طبقا للقانون، فإنه يستفيد صاحبها من تعويض قيمته السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز، ولصاحب السلع المحجوزة الحق في أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحقه.

وإذا كان القانون 02-04 جعل الحكم بالمصادرة عقوبة تخضع لسلطة التقديرية للقاضي إلا أن القانون 03-09 نص على إلزامية الحكم بالمصادرة، وهذا من خلال المادة 82 التي نصت على أنه: "إضافة

³-حبيبة كالم، حماية المستهلك ، بحث لنيل شهادة الماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم الإدارية ، بن عكنون ، جامعة الجزائر ، 2005، ص115.

²- قانون رقم 06-10 مؤرخ في 08/15/2010. يعدل و يتمم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46 الصادرة بتاريخ 08/18/2010.

³- المادة 44 الفقرة 2 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

⁴ - فقرة 3 و 4 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

إلى العقوبات المنصوص عليها أعلاه، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون".

ومنه فإن المخالفات المنصوص عليها في القانون 02-04 فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام فإن المصادرة تخضع لسلطة تقديرية للقاضي، أما المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش المتمثلة في جريمة الخداع ومخالفة النظام القانوني للوسم فإن مصادرة السلع إجباري فيها.

ب- نشر الحكم:

يعد نشر الحكم الصادر بالإدانة جزاء مكمل للجزاء الأصلي، ونادرا ما ينص عليه في القانون العام إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك لما له من اثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك (أحمد، 2007، ص 474)¹، حيث يصيب المحكوم عليه في شرفه واعتباره لذلك لا يجوز الحكم به في الحالات التي يحددها القانون (المادة 18، قانون العقوبات).

وتجيز المادة 48 من القانون 02-04 للقاضي وفي جميع مخالفات قواعد الشفافية منها جريمة عدم الإعلام بالأسعار، وعدم الإعلام بشروط البيع، والإشهار غير المشروع، الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر الحكم كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في أماكن يحددها في حكمه².

وللإشارة فإن القانون 03-09 لم ينص على إمكانية نشر الحكم بالنسبة لمخالفة قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثاني: العقوبات الإدارية.

يجب التفرقة بين الجزاء الإداري والعقوبة الجنائية، والتمييز بينهما لا يرجع إلى السلطة التي تصدر كل منهما، فالقاعدة أن العقوبة لا توقع إلا بمقتضى حكم صادر من محكمة مختصة بذلك. ولكن قد يجيز القانون لسلطة إدارية إصدار بعض العقوبات وكذلك لا تخول المحاكم عادة توقيع جزاءات تأديبية أو إدارية، ولكن قد يجيز لها القانون ذلك على سبيل الاستثناء.

أما المرجع في التفرقة بين نوعي الجزاء فهو طبيعة الجزاء نفسه فالجزاءات الإدارية هي الإجراءات التي تتخذها السلطات الإدارية من تدابير لتوخي وقوع الجريمة والمحافظة على النظام والطمأنينة العامة وحماية الجمهور ومنع الاضطراب (أحمد، 2007، ص 483).

¹ - أحمد محمد محمود علي خلف الحماية الجنائية للمستهلك...، المرجع السابق ص 474.

² - وطبقا لنص المادة 18 من قانون العقوبات، فإن مصاريف النشر لا يجوز أن تتجاوز المبلغ الذي يحدده القاضي في حكمه لهذا الغرض، كما يجب ألا تتجاوز مدة التعليق أو النشر شهرا واحدا، و أمام سكوت المادة 48 أعلاه بالنسبة لمصاريف النشر أو التعليق وكذا المدة فإننا نطبق المبدأ المقرر في المادة 18 من قانون العقوبات.

وقد أجاز المشرع بمقتضى القانون 02-04 للإدارة ممثلة في الوالي توقيع جزاءات إدارية على المخالفين للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وتتمثل هذه الجزاءات في الغلق الإداري ونشر قرار الغلق¹.

1 - غلق المحلات التجارية:

طبقا للمادة 46 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 10 من القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنه يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها (60) يوما في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها ومنها عدم الإعلام عن الأسعار وشروط البيع، والإشهار غير المشروع.

وللإشارة فإن المادة 46 من القانون 02-04 قبل التعديل كانت تحدد المدة القصوى بـ 30 يوما. وإذا كان المخالف في حالة عود فإن المادة 47 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإنه تتخذ إجراءات الغلق الإدارية لكل مخالفة لأحكام هذا القانون.

ويعد في حالة عود، قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين (2) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط ، وقد منحت المادة 46 ضمانات للمخالف تتمثل في دعوى الإلغاء ضد القرار الصادر عن الوالي أمام الغرفة الإدارية².

وإذا تم إلغاء القرار من طرف هذه الأخيرة يمكن للعون الاقتصادي المتضرر رفع دعوى التعويض أمام الغرفة الإدارية الواقع بدائرة اختصاصها الولاية التي صدر عنها قرار الغلق.

وقد أجاز الدستور الإسباني للسلطة الإدارية إمكانية فرض عقوبات ذات طبيعة غير جنائية ، ووفقا لذلك فقط تضمنت قوانين إنشاء الهيئات الإدارية نصوصا لتفويضها في توقيع جزاءات غير جنائية في جرائم التلاعب في نظام السوق والمساس بسلامة وصحة المستهلك، وهذه الجزاءات قد تكون غرامة إدارية أو تدابير مثل غلق المنشأة، و حظر ممارسة النشاط وأيضا الحرمان من بعض الحقوق³.

¹ - ولم يشر القانون 03-09 إلى الجزاءات الإدارية المطبقة في حالة مخالفة النصوص المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش.

² - ويمكن تعريف دعوى الإلغاء: "بأنها الدعوى القضائية الإدارية الموضوعية والعينية التي يحركها ويرفعها ذوي الصفة القانونية والمصلحة أمام جهات القضاء المختصة في الدولة للمطالبة بإلغاء قرارات إدارية غير مشروعة ، وتنحصر سلطات القاضي المختص فيها في مسألة البحث عن شرعية القرارات الإدارية المطعون فيها بعدم الشرعية ، والحكم بإلغاء هذه القرارات إذا ما تم التأكد من عدم شرعيتها وذلك بحكم قضائي ذي حجية عامة ومطلقة".

³ - في هذه الحالة يكون التعويض على عاتق ميزانية الدولة وليس الولاية ، باعتبار أن الوالي في هذه الحالة يمارس سلطة الضبط الإداري .

والواقع أن هذه الإجراءات برغم ما له من أهمية للوقاية من الأفعال الضارة أو الخطرة في مجال النشاط الاقتصادي وحماية المستهلك ، إلا أن له عيوباً أهمها أن هذا الجزاء يمتد إلى الغير ومنهم العاملين بالمنشأة، ولذلك يجب أن يقتصر حق إصداره على السلطة القضائية حماية للحريات والحقوق الفردية (أحمد ، 2007، ص485).

2 - نشر قرار الغلق:

يمكن للوالي طبقاً للمادة 48 من القانون 02-04 أن يأمر وعلى نفقة المخالف بنشر قرار الغلق كاملاً أو ملخص منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الوالي في قراره¹. وبالتالي فالمشرع الجزائري خول للأعوان في مديرية التجارة المذكورين بنص المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا الوالي والإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش ، تطبيق جزاءات إدارية على مرتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام مما يحقق ردعاً لاقتراف جرم يمس بحق المستهلك في الإعلام .

الخاتمة:

يجب الاعتراف بأن حق المستهلك في الإعلام أصبح من الركائز الأساسية لكل سياسة توضع للدفاع عن المستهلكين، وهو أداة قانونية لحماية ارادة المتعاقدين الضعيف، كما من شأنه ان يعالج الاختلال في التوازن في العلاقات بين المهني والمستهلك.

وعليه يجب على المستهلك السعي وراء حقوقه عن طريق التمسك بحقه اتجاه المهني، وذلك من خلال مراقبة السلع ومدى مطابقتها من خلال قراءة بطاقة الوسم فيما يتعلق بخصائص المنتج أو الخدمة، مما يشعر العون الاقتصادي ان المستهلك حريص في التعاقد، وكذلك عدم التواني في رفع القضايا أمام القضاء للمطالبة بحقوقه، ذلك انه ماضع حق وراء طالب، فتتحقق بذلك الطمأنينة ويرفع المستوى وبالتالي يتحقق الازدهار والتطور.

قائمة المراجع:

المؤلفات :

1. حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1996.

¹ - يثور إشكال حول المدة التي يستغرقها نشر القرار والمصادرة المتعلقة به ، باعتبار أن المادة 18 من قانون العقوبات والتي تحدد المدة القصوى للنشر والمصاريف التي يجب أن لا تتجاوز المبلغ الذي حدده القاضي في حكمه يتعلق بنشر الحكم كعقوبة تكميلية ، أما قرار الوالي في هذه الحالة يعتبر جزاء إداري .

2. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004.
3. خالد ممدوح ابراهيم حماية المستهلك في العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
4. قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
5. القيسي عامر قاسم احمد، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن، دار الثقافة، عمان، 2002.
6. عبد الرزاق احمد السهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، المجلد الأول، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، الطبعة 03، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000.
7. علي فيلالي، النظرية العامة للعقد "الالتزامات"، موفم للنشر، الجزائر، الطبعة 02، 2008.
8. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2009.
9. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007.
10. عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، 2007.
11. على علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، الطبعة 06، الجزائر، 2005.
12. محمد صبري السعدي، القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزامات، القسم الاول، مصادر الالتزام، الكتاب الثاني، المسؤولية التقصيرية العمل النافع. القانون، دار الكتاب الحديث، دراية، الجزائر، 2003.
13. زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2008.
14. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام. الطبعة الثامنة، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2009.
15. أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005.
16. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، جرائم الفساد، جرائم المال والأعمال، جرائم التزوير، الطبعة العاشرة، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2009.

الرسائل العلمية :

1. بن سالم المختار، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، نظام ل م د، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، السنة الجامعية 2017-2018.
2. بن عامر أمينة، حماية المستهلك في عقد البيع، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 1998.
3. عبد الكريم جواهر، الالتزام بالسلامة في عقد البيع، بحث لنيل شهادة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.
4. كهينة قونان، ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري، (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010.
5. نبيل شلبي، التزامات المهني اتجاه المستهلك، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، بن عكنون، الجزائر، 2007-2008.
6. ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2008-2009.
7. حبيبة كالم، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005.

القوانين :

1. قانون رقم 06-10 مؤرخ في 15/08/2010، يعدل و يتمم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 46 الصادرة بتاريخ 18/08/2010.
2. الامر رقم 66-16-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق لـ 8 يونيو سنة 1966 الذي يتضمن قانون العقوبات.