

موقف المشرع الجزائري من الإشهارات التجارية الماسة بنزاهة الممارسات التجارية
The position of the Algerian legislator on commercial advertisements that
undermine the integrity of commercial practices

مهدي رضا أستاذ التعليم العالي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر
ridda.mahdi@univ-msila.dz

برايح منير* أستاذ محاضر أ
المركز الجامعي سي الحواس بريكة
mounir.berrabah@cu-barika.dz

تاريخ النشر: 2025/12/29	تاريخ القبول: 2025/11/17	تاريخ الارسال: 2025/07/21
-------------------------	--------------------------	---------------------------

ملخص :

مع إتباع الجزائر سياسة الانفتاح الاقتصادي وما تبعه من ضرورة تحرير التجارة من احتكار وإطلاق الحرية لممارسة هذه الأخيرة والمنافسة فيما أصبح من الواجب على الدولة الجزائرية التدخل من أجل حماية الحياة الإقتصادية الجديدة وما تتطلبه من وجود وضع آليات جديدة تضمن ممارسة التجارية ضمن منافسة شريفة من جهة، وحماية المستهلكين في السوق من جهة أخرى، وهو ما سار عليه المشرع الجزائري ومن بين مظاهر تدخله في هذا المجال خطر بعض الإشهارات التجارية الضارة بالأعوان الإقتصاديين والمستهلكين، وهذا ما جعل هذه الإشهارات تكون موضع لدراستنا من خلال خاصة بيان أنواعها والعقوبات التي وضعها المشرع الجزائري لها.

الكلمات المفتاحية : إشهار ؛ ممارسات تجارية ؛ نزاهة ؛ تضليل ؛ مقارنة.

Abstract:

With Algeria following the policy of economic openness and the consequent necessity of liberalizing trade from monopoly and giving freedom to practice the latter and compete in it, it has become the duty of the Algerian state to intervene in order to protect the new economic life and what it requires in terms of the existence of new mechanisms that guarantee the practice of trade within fair competition on the one hand, and the

* براايح منير

protection of consumers in the market on the other hand, which is what the Algerian legislator has followed, and among the manifestations of its intervention in this area is the prohibition of some commercial advertisements that are harmful to economic agents and consumers, and this is what made these advertisements the subject of our study through specifically stating their types and the penalties that the Algerian legislator has set for them.

Keywords: Advertising; Business practices; fair; Misleading; Comparative.

مقدمة:

مع بداية تسعينيات القرن الماضي دخلت الجزائر في توجه جديد وهو الانفتاح على سياسة اقتصاد السوق بكل ما تحمله من مبادئ وقوانين تحكم السوق الاقتصادية متخليا بذلك عن السياسة الاحتكارية التي كانت تنتهجها الدولة الجزائرية خاصة قبل صدور 1989، وهو ما دفع بهذه الأخيرة حينئذ إلى تكريس وتبني جميع المبادئ الاقتصادية المرتبطة بهذا التوجه الجديد.

ومن بين أهم المبادئ التي تقوم عليها سياسة اقتصاد السوق نجد سياسة المنافسة الحرة في السوق بين التجار والأعوان الاقتصاديين، غير هذه المنافسة يجب أن تتم في جو من النزاهة والشفافية.

ومن بين أهم المقتضيات التي تقوم عليها المنافسة الشفافة والنزاهة نجد قيام العون الاقتصادي بإشهارات تجارية، حيث تعتبر هذه الخيار من بين أهم الوسائل والآليات التي يعتمد المنتجين والأعوان الاقتصاديين بصفة عامة للترويج بمتوجاتها، حيث أن سلوك المستهلكين واجهاتهم تتأثر بشكل أو بآخر عند اقتناء المنتوجات المختلفة، ورغم أنه هذه الوسيلة تعد أداة مهمة في تشجيع التنافس وتنوير سلوك المستهلك إلا أنها تتحول إلى وسيلة للتضليل أو الاستغلال، لا سيما عندما تخرج هذه الإشهارات عن إطارها الأخلاقي أو القانوني لتتحول إلى إشهارات محظورة.

إن الخطورة التي قد تنتج عن حياد الإشهارات التجارية كوسيلة للترويج للسلع وتنوير مجموع المستهلكين عن مسارها لتصبح وسيلة ضارة بالمتنافسين والمستهلكين، قد دفعت بمختلف الدول في العالم ومن بينها الدولة الجزائرية إلى وضع قواعد قانونية وتنظيمية صارمة تهدف إلى الحد من الاستغلال السيئ للإشهارات التجارية سواء للإضرار بالمنافسة

والأعوان الاقتصاديين بشكل مباشر، أو بفئة المستهلكين بشكل مباشر أو غير مباشر والحفاظ على النظام العام الاقتصادي الحالي المبني على سياسة اقتصاد السوق الحرة. إن وضع حد للإشهارات التجارية غير الأخلاقية والنزهة يقتضي من المشرع دون أدن شك حصر أشكال هذه الإشهارات وتحديد العقوبات والجزاءات التي تناسب معها كمخالفات اقتصادية وهنا تبرز الإشكالية التالية: ما موقف المشرع الجزائري من الإشهارات التجارية الماسة بنزاهة الممارسات التجارية؟

ومن أجل معالجة الإشكالية التالية سوف نتبع المنهج الوصفي الذي يمكننا من الوقوف عند المفاهيم المتعلقة بالإشهارات التجارية غير النزهة، كما نتبع في هذا المجال المنهج التحليل من أجل استخلاص الأحكام التي وضعها المشرع الجزائري بمناسبة خطره للإشهارات التجارية الضارة بالسوق ونزاهة الممارسات التجارية.

وتهدف هذه الدراسة إلى توضيح أنواع الإشهارات التجارية التي اعتبرها المشرع الجزائري إشهارات محظورة، وتحديد العقوبات التي وضعت لها ومدى توفيق المشرع في هذا المجال.

ومن أجل دراسة الإشكالية المطروحة معنا سوف نقسم الدراسة إلى مبحثين حيث نتطرق في المبحث الأول إلى تحديد الإشهارات التجارية المحظورة في التشريع الجزائري، ثم إلى الجزاءات المقررة لهذه الإشهارات في مبحث ثانٍ.

المبحث الأول: حظر بعض أنواع الإشهارات

الأصل هو عدم المنع، وهو ما يطبق على الإشهارات التجارية لذا فإن أي إشهار تجاري يعتبر مسموح به مبدئياً ما لم يمس بالقيم الأخلاقية والنزاهة المفترضة في المعاملات الاقتصادية والمنافسة النزهة، وهنا يأتي دور المشرع الجزائري الذي يتدخل في غرلة أنواع الإشهار وتحديد ما هو محظور منها وفي هذا المجال نلاحظ أن المشرع الجزائري قد حظر الإشهار التضليلي الذي سوف نتطرق إليه في (مطلب أول)، وكذلك الإشهار المقارن (مطلب ثانٍ).

المطلب الأول: حظر الإشهار التضليلي بالنص الصريح في قانون الممارسات التجارية

من المواقف الواضحة والصريحة للمشرع الجزائري بخصوص الإشهارات التجارية التي من شأنها المساس بنزاهة الممارسات التجارية موقفه إزاء الإشهارات التجارية المضللة حيث تدخل المشرع صراحة في حظر هذه الإشهارات، وهو ما سوف يتضح أكثر من خلال تعريفنا للإشهار التجاري التضليلي (فرع أول)، وبيان خصائصه (فرع ثانٍ).

الفرع الأول: تعريف الإشهار التضليلي

ونتاول في تعريفنا للإشهار التجاري التضليل من الجانب الفقهي (أولا)، ثم من الجانب التشريعي (ثانيا).

أولا- التعريف الفقهي: ذهب جانب من الفقه في تعريفهم للإشهار التضليلي بأنه "الإشهار الذي من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، وهو بذلك يذكر بيانات كاذبة، و لكن يصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع الجمهور، فالإشهار الذي يتضمن بيانات صحيحة في حد ذاتها و لكنه يعطي انطباعا إجماليا زائفا و مخادعا يعتبر إشهارا مضللا"¹.

ونلاحظ على التعريف الأول أنه يركز من ناحية الضرر على المستهلك، دون المنافسين في السوق من تجار وأعاون اقتصاديين ومؤسسات اقتصادية وغيرها، لذا فإنه تعريف يتسم بالقصور في نضرنا.

وقد عرف الإشهار التضليلي أيضا بأنه كل إعلان يحتوي معلومات تهدف إلى الوقوع في خلط أو خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج"².

وبخلاف التعريف السابق نرى بأن التعريف الأخير هو تعريف عام ركز فيه صاحبه على الأضرار التي يمكن أن يتم بها الإشهار التضليلي والأضرار التي يمكن أن تقع جراء اللجوء إلى هذا النوع من الإشهارات .

ونقدم من جهتنا تعريفا للإشهار التضليلي بأنه الإعلان الذي يتضمن الترويجي للمنتوجات من سلع وخدمات والذي يخرج به صاحبه من هدفه المشروع المتمثل في التعريف بالمنتوج والمنتج ولفت وحث سلوك المستهلك لاقتناء المنتوج على بينه، إلى استعمال وسائل التحايل والتدليس بالنسبة للمنتوج، أو تشويه سمعة المنافسين لدى المستهلك مما يلحق ضررا بالمنافسين في السوق، وبالمستهلكين أيضا.

ب- التعريف القانوني: إن قراءة موقف المشرع الجزائري من تعريف الإشهار التضليلي سوف تكشف لنا بأنه لم يضع تعريفا شاملا وواضحا للإشهار التضليلي و إنما اكتفى بالنص على حالات حيث نصت المادة 28 من القانون 02/04³ على أنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية و التنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي، و ممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

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

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجات أو خدمات 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 الإشهار".

وانطلاقاً من النص السابق فقد ذهب البعض⁴ أن المشرع الجزائري استعمل مصطلح الإشهار التضليلي كما بين الحالات التي يكون الإشهار تضليلاً و محظوراً غير أن هذا البيان هو على سبيل المثال لا على سبيل الحصر، وهو ما يفهم ويتضح من خلال استعمال المشرع مصطلح لاسيما من جهة، ومن جهة أخرى أنه لم ينص على صفة المستفيد من الحماية مما يعني أن الحماية موجهة لكل من المستهلك و العون الاقتصادي.

الفرع الثاني: شروط الإشهار التضليلي

تتمثل شروط الإشهار التضليلي في ضرورة توافر عنصريه المادي (أولاً)، والمعنوي (ثانياً).

أولاً- ضرورة توافر العنصر المادي: لقد لخص البعض⁵ العنصر المادي للإشهار التضليلي في ثلاثة حالات وتتمثل في وجود إشهار المؤدي إلى التضليل فيما يتعلق بالسلعة أو الخدمة، بينما تتمثل الحالة الثانية في أن يحتوي الإشهار على عناصر من شأنها أن تؤدي إلى وجود لبس مع بائع آخر أو المنتوجات أو الأنشطة التي يمارسها، في حين ترتبط الحالة الثالثة بقيان صاحب الرسالة الإشهارية أو المعلن بتقديم عرض حول منتج معين في حين أنه لا يستطيع توفير تلك السلع أو لا يمكنه تقديم الخدمات المعلن عنها.

ثانياً- توفر العنصر المعنوي: يقصد بالعنصر المعنوي في الإشهار التضليلي سوء نية المعلن، أي اتجاه نية المعلن و قصده إلى إيقاع المستهلك في اللبس و التضليل⁶، وهو يشكل اعتداء على نزاهة الممارسات التجارية على اعتبار أن التضليل الذي سوف يقع فيه المستهلك يجعله يقبل على اقتناء المنتج محل الإعلان أو الإشهار على حساب باقي المنتوجات في السوق في حين أنه قد تكون تلك المنتوجات أفضل بكثير من المنتج محل الإشهار المضلل.

المطلب الثاني: غموض موقف المشرع الجزائري من الإشهار المقارن

قبل التطرق إلى ملامح غموض موقف المشرع من الإشهار المقارن نتطرق إلى تعريف الإشهار المقارن من الجانب الفقهي (فرع أول)، ثم نتطرق إلى التعريف القانوني الذي يكشف لنا هذا الغموض (فرع ثاني).

الفرع الأول: التعريف الفقهي للإشهار المقارن

لقد قدمت العديد من التعريف للإشهار المقارن من بينها أن الإشهار المقارن هو أحد أشكال الاتصال التجاري الذي يتم فيه مقارنة سلعة أو خدمة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مع منتج أو أكثر من السلع أو الخدمات المنافسة القابلة للتعريف، وذلك لتسليط الضوء على مزاياها⁷. وعرف بعض الفقهاء الإشهار المقارن بأنه: "الإشهار الذي يقوم ببثه صانع أو موزع أو مؤدي خدمات يقارن بموجبه بين الأموال و الخدمات التي يعرضها هو و بين تلك التي يعرضها منافس آخر محدد الهوية، أو قابل للتعيين في الرسالة الإعلانية بغرض إقناع المستهلكين بأفضلية منتجاته أو خدماته عن منتجات أو خدمات غيره"⁸.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للإشهار المقارن

على خلاف الإشهار التضليلي الذي على الأقل تطرق إليه المشرع الجزائري من خلال نص المادة 28 من القانون 02/04 وإن لم يعرفه، فإن المشرع قد سكت تماما فيما يتعلق بالإشهار المقارن.

وأما م سكوت المشرع الجزائري فيما يتعلق بمسألة تعريف الإشهار المقارن فإن الباب الوحيد الذي يستأنس به في هذا المجال من الناحية القانونية هي المادة 42 من المشروع التمهيدي لقانون الإشهار لسنة 1999⁹ السالف الذكر أنه: "يعد الإشهار مقارنا إذا ذكر منتوجين، أو سلعتين، أو خدمتين، أو اسمين، أو تستميتين، أو صورتين، أو إشارتين وقارن بينهما بغرض الاستخفاف بأحدهما بصفة مباشرة".

يتضح من خلال نص المادة أن المشرع اشترط ضرورة توافر سوء النية، و المتمثلة في الاستحقاق من منتجات المهني المنافس محل المقارنة حتى يعتبر الإشهار مقارنا و بالتالي محضورا¹⁰، مما قد يفهم أنه إذا كان الإشهار المقارن لا يهدف إلى الاستهزاء فهو جائز فالمعلن لا يهدف دائما من خلال الإشهار المقارن إلى الإنقاص من قيمة سلع و خدمات المنافسة، و إنما يسعى فقط إلى التمييز بين سلع و خدمات هذا الأخير لصالح منتجاته و خدماته، ولكن بإفراطه في التمييز بينهما قد يقع في المحذور مما قد يخلق لبسا في ذهن المستهلك¹¹، ويؤثر بشكل مباشر على سمعة المنتج المنافس بالسلب دون وجه حق وهو ما يشكل عملا تجاريا غير نزيه.

المبحث الثاني: الجزاءات الجزائية المقررة لمكافحة الإشهارات التجارية الماسة بنزاهة الممارسات التجارية

ما يلفت الانتباه في مجال موقف المشرع الجزائري من الجزاءات المطبقة على الإشهارات التجارية المعتبرة ممارسات غير نزيهة، أنه لجأ إلى جعل هذه الأفعال أعمال مجرمة وهو ما يظهر بشكل محدد ودقيق بالنسبة للإشهار التضليلي (مطلب أول)، بينما تبقى مسألة التجريم غامضة فيما يتعلق بالإشهار المقارن شأنها شأن مسألة التعريف (مطلب ثان).

المطلب الأول: لجزاء الجنائي للإشهار التضليلي جزاء محدد ومتنوع

إن موقف المشرع الجزائري من مسألة تجريم الإشهار التضليلي وتحديد العقوبات المقررة له هي مسألة واضحة بشكل واضح وجلي إلا أن هذا الجزاء يتنوع بين نصوص في قانون العقوبات (فرع أول)، و في قانون الممارسات التجارية (فرع ثان)

الفرع الأول: العقوبات الجزائية المترتبة عن الإشهار التضليلي في قانون العقوبات

يشكل القيام بعملية الإشهار التضليلي فعلا مجرما ويترتب عليه جزاء جزائيا متمثلا في وجود جريمة النصب المنصوص وفقا لأحكام في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري¹²، إن قيام جريمة النصب بسبب فعل متمثل في إشهار تجاري غير نزيه يتطلب دراسة أركان هذه الجريمة (أولا)، وتحديد العقوبات التي وضعها لها المشرع (ثانيا)

أولا- أركان جريمة النصب: لم يتطرق المشرع إلى من أن جريمة النصب المنصوص عليها في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، ضمن القواعد المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، إلا أنه يمكن تطبيق أحكام جريمة النصب لمعاقبة مرتكبي التضليل في الإشهار متى توافرت أركانها¹³.

ولقيام جريمة النصب يشترط توافر مجموعة من الأركان تتمثل في:

1- الركن الشرعي: يقصد بالكن الشرعي نص التجريم وهو في هذه الحالة نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري

2- الركن المادي: يتكون الركن المادي لجريمة النصب على ثلاث عناصر تتمثل في:

أ- استعمال وسيلة من الوسائل الاحتيالية: تتمثل الوسائل الاحتيالية في استعمال أسماء، أو صفات كاذبة، أو سلطة خيالية، أو اعتماد مالي خيالي أو إحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشبية من وقوع شيء¹⁴.

ب- الاستيلاء على مال الغير: يتحقق الاستيلاء في النصب بتسليم الجني عليه (المستهلك) المال بمحض اختياره إلى الجاني (المعلن) نتيجة الخداع الذي أوقعه فيه فعل الاحتيال، وإذا تحقق الإستيلاء بهذا المعنى فإنه يستوي بعد ذلك أن يتم تسليم المال المنقول من المجني عليه بنفسه أو أن يقوم بذلك شخص آخر بناء على طلبه، ولا عبء بما إذا كان المال المنقول المسلم مملوكا للمجني عليه أو لغيره طالما قام بتسليمه للجاني¹⁵، كما أنه لا يشترط تسليم المال إلى الجاني (المعلن) شخصيا فقد يسلم إلى شخص آخر تابع له أو يكون شريك¹⁶.

ج- علاقة السببية: يجب لاكتمال الركن المادي لجريمة النصب التي تقع في نطاق الإشهارات المظلمة أن تتوافر على علاقة السببية، بأن تكون الوسائل الاحتيالية التي استخدمها المعلن (الجاني) هي التي دفعت بالمستهلك (المجني عليه) على تسليم ماله للمعلن، وهذا يقتضي أن يكون التسليم لاحقا على استعمال الوسائل الاحتيالية في الإشهار¹⁷.

3- الركن المعنوي لجريمة النصب: تتطلب جريمة النصب توافر القصد الجنائي العام و القصد الجنائي الخاص، يتمثل القصد العام في انصراف إرادة المتهم إلى تحقيق الجريمة بأركانها الكاملة كما حددها القانون، وهو عالم بذلك، و يتمثل القصد الخاص في نية المتهم في الاستيلاء على مال الغير، أما إذا كان الاحتيال هو مجرد مزاح أو مداعبة أو مجرد منفعة عابرة فلا تقوم الجريمة¹⁸. لذلك يجب للعقاب على الإشهار المضلل بجريمة النصب، أن تنصرف إرادة المعلن إلى الاحتيال و سلب مال الغير بالصورة المذكورة آنفا¹⁹.

ثانيا- العقوبة المقررة لجريمة النصب نتيجة ارتكاب إشهار تضليلي: إن ارتكاب المعلن أو العون الاقتصادي أو المؤسسة الاقتصادية للأفعال المتمثلة في إشهارات تجارية غير نزيهة في شكل إشهار تضليلي يترتب عليها عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

1- العقوبة الأصلية المترتبة على جريمة النصب بسبب إشهار تضليلي: طبقا لنص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري يعاقب مرتكب جريمة النصب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و بغرامة من 20.000 إلى 200.000 دينار.

العقوبات التكميلية: بالإضافة إلى العقوبات الأصلية نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية لمرتكب جريمة النصب في الفقرة 3 من المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري حيث نصت على أنه: "وفي جميع الحالات يجوز الحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان

من جميع الحقوق الواردة في نص المادة 14 أو من بعضها و يمنع من الإقامة و ذلك لمدة سنة على الأقل و خمس سنوات على الأكثر".

ثانيا- الجزاءات الجزائية المترتبة عن الإشهار التضليلي في القانون 02/04: اعتبر المشرع الجزائري جريمة الإشهار المضلل جنحة، و صنفها ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة طبقا لما نصت عليه المادة 28 من القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم السالف الذكر²⁰، و لقيام جريمة الإشهار المضلل يشترط توافر مجموعة من الأركان تتمثل في:

1- الركن الشرعي لجريمة الإشهار التضليلي في قانون الممارسات التجارية: يتمثل الركن الشرعي في مضمون نص المادة 38 من قانون رقم 02/04 السالف الذكر حيث نصت على أنه: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة و ممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 و 29 من هذا القانون، و يعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج)".

الركن المادي: إن الركن المادي في جريمة الإشهار التجاري المضلل يتمثل في السلوك الإجرامي الذي حدده المشرع وجعله ضمن نطاق للتجريم، وهو الذي يؤدي بالمتلقي إلى الوقوع في الغلط و التضليل، و لقيام الركن المادي لابد من توافر شروط معنية في وجود الإشهار و أن يكون مضللا و أن ينصب على العناصر الواردة في نص المادة 28 من قانون 02/04 السالف الذكر²¹.

2- الركن المعنوي في جريمة الإشهار التضليلي: يتمثل في سوء نية المعلن في سلوكه الإشهاري قصدت تضليل المستهلك غير أن المشرع الجزائري لم ينص على توافر سوء نية المعلن بموجب نص المادة 28 من القانون رقم 02/04²²، حيث لم يورد أي عبارة تدل على اشتراط سوء النية في ارتكاب الجريمة، و سكوت المشرع الجزائري على القصد الجنائي يعتبر كدليل على نيته في اعتبارها جريمة مادية²³.

وبهذا تعد جريمة الإشهار المضلل جريمة اقتصادية تخضع لقواعد ذات طبيعة خاصة من حيث التجريم و العقاب²⁴.

الفرع الثاني: العقوبة المقررة لجريمة الإشهار التضليلي في ظل القانون 02-04 نص المشرع فيما يتعلق بعقوبة الإشهار التضليلي على عقوبة أصلية وأخرى .

العقوبات الأصلية: طبقا لنص المادة 38 من القانون رقم 02/04 السالف الذكر يعاقب مرتكب جنحة الإشهار التضليلي بالغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج، في حالة العود تطبق أحكام

المادة 47 من القانون 02/04 السالف الذكر حيث تضعف العقوبة المقررة على العون الاقتصادي، بالإضافة إلى إمكانية زيادة عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر (3) إلى خمس (5) سنوات²⁵. العقوبات التكميلية: بالإضافة إلى العقوبات الأصلية نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية لمرتكب جنحة الإشهار المضلل في المادة 48 من القانون رقم 02/04 السالف الذكر حيث نصت على أنه: "يمكن الوالي المختص إقليميا، و كذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، بنشر قراراتها كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها".

المطلب الثاني: غياب جزاء جنائي للإشهار المقارن في التشريع الجزائري

لقد أغفل المشرع الجزائري أحكاما خاصة بالإشهار المقارن على خلاف المشرع الفرنسي²⁶، حيث اعتبر أن الإشهار المقارن الذي لم يحترم الشروط التي تم التعرض لها سابقا إشهارا غير مشروع ورتب عليه جزاءات جزائية نص عليها في المادة L132_25 من قانون الاستهلاك الفرنسي و بناء على ذلك فإن المشرع الفرنسي أحال في هذه المادة إلى تطبيق نفس العقوبات المقررة على الإشهار المضلل المنصوص عليها في المواد L132_2 إلى L132_9 من قانون الاستهلاك الفرنسي أبرزها السجن مدة سنتين و الغرامات المالية التي تقدر إلى غاية 300.000 يورو بالإضافة إلى الحظر من ممارسة المهنة مدة خمس سنوات²⁷.

وبالتالي يمكن الرجوع إلى تطبيق أحكام القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم لاسيما تطبيق القواعد الخاصة بالممارسات التجارية غير النزهية، كما يمكن للقاضي الجزائري أن يطبق أحكام قانون العقوبات لاسيما جريمة النصب طبقا للمادة 372 من قانون العقوبات إذا توافرت أركانها، طالما أنه لا يوجد نصوص قانونية خاصة بالإشهار المقارن و لا بالعقوبات التي تطبق في حالة مخالفة أحكامه و شروطه²⁸.

الخاتمة:

يتضح من خلال ما تقدم أن المشرع الجزائري قد أدرك فعلا ضرورة تدخله في مجال تنظيم الإشهارات التجارية التي من شأنها المساس بنزاهة الممارسات التجارية ومنه التأثير على السوق وزعزعة المنافسة النزهية، بما قد يضر بالأعوان الاقتصاديين في السوق التجارية، وكذلك فئة المستهلكين، حيث تدخل المشرع الجزائري في هذا المجال من خلال قانون الممارسات التجارية واعتبر الإشهارات التجارية التضليلية جرائم اقتصادية يعاقب عليها القانون بصريح النص سواء في قانون العقوبات أو في قانون الممارسات التجارية.

ورغم ذلك فإننا لاحظنا أن المشرع الجزائري مزال مترددا في بعض أنواع الإشهارات التجارية التي من شأنها أن تمس بنزاهة الممارسات التجارية وهو ما يتضح ويظهر من خلال مثلا الإشهار المقارن الذي لم يضع له المشرع الجزائري وإلى يومنا هذا الضوابط التي تحكمه رغم النص عليه ضمن مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 الذي لم يرى النور إلى يومنا هذا. وقد خلصنا في دراستنا هذه إلى مجموعة من النتائج نوردتها كمايلي:

- 1- رغم نص المشرع على حظر بعض الإشهارات التجارية التي تمس بنزاهة الممارسات التجارية إلى أنه لا زال مترددا في بعض الأنواع الأخرى
- 2- عدم وضع المشرع الجزائري إطار قانوني خاص بالإشهارات التجارية رغم أهمية هذا المجال والاكتفاء بالإشارة إليه في بعض النصوص المتعلقة بمجالات أخرى.
- 3- ضعف العقوبات المالية المقررة للجرائم المرتبة بالإشهارات الغير قانونية والمعتبرة ممارسات تجارية غير نزيهة.

وانطلاقا مما تقدم فقد قدمنا توصيات ترتبط بالموضوع وذلك كمايلي:

- 1- ضرورة تنظيم المشرع الجزائري للإشهار المقارن المعتبر إشهارا ضارا بالممارسات التجارية ونزاهتها وتمييزها عن الإشهار المسموح به وهو الإشهار الموضوعي والذي يكون في صميم خدمة نزاهة الممارسات التجارية.
 - 2- وضع إطار قانون خاص بعملية الإشهار بصفة عامة أو على الأقل الإفراج عن مشروع قانون الإشهار لسنة والذي تضمن 1999 أحكاما خاصة.
 - 3- تعزيز الرقابة على العمليات الإشهارية عبر كامل وسائلها المرئية أو المسموعة أو حتى المعلقة.
 - 4- مراجعة العقوبات المقررة للجرائم المرتبة بممارسات إشهارات تجارية ماسة بنزاهة الممارسات التجارية
- الهوامش:

¹ بدرة لعور، الإشهار التضليلي، كوسيلة لخرق نزاهة الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الفكر جامعة محمد خيضر، بسكرة، عدد2، جانفي2018، ص 373.

² خالد ممدوح إبراهيم حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، دار الفكر العربي، مصر، 2008، ص 151.

³ قانون رقم 02/04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 23 يونيو 2004م يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، المؤرخة في 09 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 27 يونيو 2004م المعدل و المتمم بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 05 رمضان 1431هـ الموافق ل 15 غشت 2010، ج ر، عدد 46، المؤرخة في 08 رمضان عام1431هـ الموافق ل 18 غشت 2010 م .

- ⁴ سارة عزوز، سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2016/2017، ص 61.
- ⁵ - راجع براشمي مفتاح، الركن المادي لجنحة الإشهار التضليلي في التشريع الجزائري، مجلة القانون، ع 06، جوان 2016/ ص 219.
- ⁶ فاتح بن خالد، حماية المستهلك من الإشهار الكاذب والمضلل، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2019، ص 113.
- ⁷ Delphine DELOISON, Droit de la publicité, Gualino – Lextenso éditions, 2021, p84.
- ⁸ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن - دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي -، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2006، ص 183.
- ⁹ مشروع قانون الإشهار 1999، الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، عدد 10 المؤرخة في 29 أوت 1999.
- ¹⁰ أمينة دني، حماية المستهلك في البيع بالتقسيط، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، فرع: حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015/2016، ص 9.
- ¹¹ سفيان سولم، الضوابط القانونية للإشهار التجاري المقارن، ورقة بحثية مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري و آثارها على الاقتصاد الوطني و المستهلك، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالم، يوم 5 ديسمبر 2018، ص 10.
- ¹² الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 18 صفر 1386 هـ الموافق لـ 8 جوان 1966 م، المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم، ج ر، عدد 49، المؤرخة في 11 جوان 1966، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 19/15 المؤرخ في 18 ربيع الأول 1437 هـ الموافق لـ 30 ديسمبر 2015، ج ر، عدد 71، المؤرخة في 30 ديسمبر 2015 م .
- ¹³ سارة عزوز، المرجع السابق، ص 260.
- ¹⁴ نبيل بن عديدة، الالتزام بالإعلام و توابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران 2، 2017/2018، ص 210.
- ¹⁵ سارة عزوز، المرجع السابق، ص 267.
- ¹⁶ نبيل بن عديدة، المرجع السابق، ص 211.
- ¹⁷ سارة عزوز، المرجع السابق، ص 268.
- ¹⁸ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي الخاص، ط 2، دار هومة، الجزائر، 2010، ص 337.
- ¹⁹ خالد بن فاتح، المرجع السابق، ص 231.
- ²⁰ سارة عزوز، المرجع السابق، ص 298.
- ²¹ المرجع نفسه، ص 240_241.
- ²² المرجع نفسه، ص 279_280.
- ²³ خالد بن فاتح، المرجع السابق، ص 280.
- ²⁴ سارة عزوز، المرجع السابق، ص 280.
- ²⁵ المرجع نفسه، ص 290.
- ²⁶ نبيل بن عديدة، المرجع السابق، ص 217.
- ²⁷ محمد جيريفلي، محمد جيريفلي، حماية المستهلك في نطاق العقد، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص: قانون خاص معمق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2017/2018، ص 105.
- ²⁸ نبيل بن عديدة، المرجع السابق، ص 217_218.