

جريمة عدم الإعلام بالأسعار

The crime of not informing prices

طالبة الدكتوراه/ سعيدة العايبى^{2,1}¹ جامعة باتنة 1، (الجزائر)² المؤلف المراسل: saidalaibi@hotmail.com

تاريخ النشر: 2019/09/28

تاريخ القبول للنشر: 2019/07/13

تاريخ الاستلام: 2018/12/17



ملخص:

بدأ الإنسان تنظيم حياته وخاصة التعاملات التي بدأت تكثرت وتنوع، بتنوع الحاجيات التي يسعى لطلبها ومن بينها السلع والخدمات.

فالمستهلك في إطار استهلاكه يقع ضحية طمع وجشع المتدخلين مما أدى إلى حالة الفوضى التي شهدتها الأسواق المحلية خلال الفترة الماضية، من خلال إلزام المنتجين بكتابة أسعار العبوات على المنتجات الغذائية، بعدما أصبح المستهلك فريسة للجشع والممارسات التي استنزفت جيوب المستهلكين بأسعار غير مبررة وهوامش ربح خيالية يحصل عليها التجار والموزعون.

ونظرا لأهمية هذا الموضوع فقد خصه المشرع الجزائري بنصوص قانونية متعددة ففي قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك أوجب إعلام جمهور المستهلكين بالسعر المطبق على المنتجات، ثم نظمه المشرع الجزائري بأحكام المادتين 5 و6 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي أضافت أن تكون الأسعار والتعريفات مقابلة للمنتوجات، أي أن يشهر المتدخل السعر المشهور هو سعر البيع.

الكلمات المفتاحية: المستهلك؛ الحق في الإعلام؛ الإعلام بالأسعار؛ جريمة؛ قانون؛ حماية.

Abstract:

The man began to organize his life, especially the transactions that started to multiply and vary in the variety of needs that he seeks, including goods and services .

The consumer is a victim of the greed of the interventionists, which led to chaos in the local markets during the past period, by forcing producers to write prices of packages on food products, after the consumer became prey to greed and practices that drain the pockets of consumers at unjustified prices and profit margins obtained by traders and distributors.

Because of the importance of this subject, the Algerian legislator assigned several legal provisions. In the Consumer Protection Law 09/03, it was necessary to inform the consumer public of the price applicable to the products. The Algerian

legislature then regulated the provisions of articles 5 and 6 of Law 04/02 on the rules applicable to commercial practices, the prices and tariffs shall be corresponding to the products, i.e., the bidder shall announce the famous price which is the selling price.

Keys words: consumer, right to information, price information, crime, law, protection.

مقدمة:

باعتبار أن الحماية المعطاة للمستهلك بحسب أحكام القوانين ترعى حماية المصالح الحيوية للمجتمع والفرد في الأراضي الجزائرية، وحين يقدر المشرع الجزائي عدم كفاية الحماية غير الجنائية التي تكلفها فروع القانون الأخرى وخاصة الحماية المدنية، ومن ذلك مصالح جمهور المستهلكين حين نجد بعض هذه المصالح محمية بنصوص وردت في قانون العقوبات أما غالبية هذه المصالح فإنها محمية بواسطة قوانين خاصة هي بحسب الأصل قوانين اقتصادية بالمعنى الأكثر اتساعاً - تضمنت جزاءات جنائية كما أنها وضعت أحكاماً خاصة للتجريم والمسؤولية في حالة الإضرار بهذه المصالح أو تعريضها للخطر.

وإقرار هذا الحق راجع للأهمية التي من خلالها، دفعت هذه التشريعات إلى إيلاء الاهتمام الكبير حول تنظيمها، وإقرار المسؤولية على عاتق من يخالفها، في عصر زاد فيه الجشع والطمع في الربح السريع مما يضر بالطرف الضعيف، الذي يجد نفسه ضحية الغش والتلاعب التي تكون بإحدى الوسائل التي يلجأ إليها المتدخل، حتى وإن ترتب عليها ضرر بفئة المستهلكين.

ونظراً لأهمية الموضوع محل الدراسة ارتأينا طرح الإشكالية التالية:

- كيف عالج المشرع جريمة الامتناع عن إعلام المستهلك بالأسعار؟

وللإجابة على الإشكالية السابقة سنأتي على ذكر جريمة عدم الإعلام بالأسعار التي تعتبر من جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك التي تمس بحق المستهلك في الإعلام دون التطرق إلى الجرائم الأخرى. وفي هذا الصدد سنتطرق أولاً إلى أساس تجريم عدم الإعلام وثانياً إلى خصوصية جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

المبحث الأول

أساس تجريم عدم الإعلام

أوجبت النصوص القانونية في التشريع الجزائري المتعلقة بحماية المستهلك على الحرفي تزويد المستهلك بالخدمات والمعلومات الكافية ولم تكتف النصوص بتحديد هذه الأطراف، بل رسمت محل هذا الالتزام بالبيانات الواجب أن يعلم بها المستهلك.

ويجب على عارض المنتج والخدمات استعمال الوسائل المناسبة لإعلام المستهلك سواء عند العرض أو الإشهار، كما يجب أن تكون المعلومات التي تصل إلى المستهلك حقيقية وصادقة ومطابقة للمنتج أو الخدمة المعروضة، وفقاً للنظام القانوني المعمول به، كي لا تترتب على ذلك مسؤولية على

عائق العارض، وسوف نتناول في هذا المبحث مجال حق المستهلك في الإعلام في المطلب الأول ومفهوم إعلام المستهلك في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مجال حق المستهلك في الإعلام

كان المستهلك سابقا يطلب المعلومات الكافية حول العقد ويسعى جاهدا من أجل الحصول عليها، ولكن بعد صدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، أصبح هذا الحق له والتزاما على المحترف، فالالتزام بالإعلام محله هو المنتجات والخدمات التي زاد تعقيدها مع التطور التكنولوجي، من حيث التشابه فيما بينها وصعوبة استعمالها والتي قد تمس بسلامة مستهلكها أثناء استعمالها، إضافة إلى تنوير هذه الإرادة حول السعر والتمن، أما بعد انتشار عقود الإذعان بسبب ظهور التجمعات التجارية والمحلات الكبرى، التي تكون بينها تعاملات كثيرة مما لا يعطى الوقت الكافي لعمليات التفاوض التي اتسمت بها عقود البيع وعليه ما محل الالتزام بالإعلام ؟

الفرع الأول: أطراف الالتزام بالإعلام

الالتزامات القانونية مبنية على طرفين وهما الدائن والمدين، وهو ما أقرته الأحكام القانونية التي فرضت على المهنيين الالتزام بإعلام المستهلك عند عرضه للمنتجات في السوق. فمن خلال استقرار النصوص القانونية سابقا ساير التشريع أحكام القضاء، فبالرجوع إلى النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك أقرت صراحة بحق المستهلك بالإعلام، فالمستهلك في هذه الحالة الطرف الدائن بهذا الالتزام، وألقت واجبا على عاتق المنتج أو المحترف أو العون الاقتصادي بإعلام المستهلك فهو الطرف المدين بهذا الالتزام، ولذا وجب التطرق إلى تعريف المستهلك الدائن بالالتزام أولا، والعون الاقتصادي المدين بالالتزام ثانيا.

أولاً- المستهلك دائن بالالتزام بالإعلام:

عرف المشرع الجزائري المستهلك لأول مرة في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الذي نصت عليه المادة 2 الفقرة 6 على أن :

"المستهلك كل شخص يقتني بتمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط والنهائي لسد الحاجات الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"⁽¹⁾، إلا أن من استقرار هذا التعريف نجد أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع في تعريف المستهلك من استقرار مصطلح الوسيط الذي أدرجه في التعريف.

وعاود الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك بنص المادة 2/03 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي جاءت بتعريف المستهلك في الفقرة الثانية منها بقولها: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"⁽²⁾. فهنا نص صراحة على أن المستهلك قد يكون شخصا طبيعيا أو معنوياً، بشرط أن يكون الاقتناء للخدمات والسلع البعيدة عن النشاط المهني له، أي خارج الحرفة التجارية، بل للاستعمال النهائي الشخصي.

أما في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فالمادة 03 منه نصت على تعريف المستهلك في فقرتها الأولى بأنه: "... المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة تكون موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو لفائدة حيوان متكفل به..."⁽³⁾.

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستشف عناصر التعريف القانوني للمستهلك في التشريع الجزائري وهي:

- المستهلك يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا،
- المستهلك ليس شخصا مهنيا في المعاملة،
- أن يكون الهدف من التعاقد هو تلبية حاجاته الشخصية أو حاجات شخص أو حيوان يتكفل به وليس لإعادة بيعه،
- أن يكون موضوع المعاملة هو سلعة أو خدمة،
- أن يكون المستهلك مقتنيا بصرف النظر عما إذا كان متاعدا أو مستعملا، وبصرف النظر عما إذا كان بمقابل أو مجانا⁽⁴⁾.

ثانياً- المحترف مدين بالالتزام بالإعلام:

المشرع الجزائري استعمل مصطلح المحترف وذلك من خلال نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات وقد عرفه على أنه: "...المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"

أما من خلال نص المادة 01 من قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك فجاء تحديد المحترفين على سبيل المثال والتي تنص: "...مهما كان النظام القانوني للمتدخل". فمن خلال هذه المادة وما سبقها نستنتج أنه يدخل تحت طائفة المحترفين جملة من الأشخاص وهم:

1- المنتج:

كل متمهن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا واهتماما خاصين، فيكون له دور في تهيئتها وتنشئتها أو صنعها وتوضيها ومن ذلك خزنها في أثناء صنعها وقبل أول تسويقها⁽⁵⁾.

2- الصانع:

هو الشخص الذي ينجز بحكم حرفته أو صنعته أعمالا متكررة تستوجب توفير معارف تقنية تتطابق ومعطيات العلم، سواء كان يملكها بشخصه أم ظاهريا بواسطة غيره لكن من المفروض أن يحوز ثقة أقرانه والمتعاملين معه بمؤهلاته⁽⁶⁾.

3- الحرفي:

المشرع الجزائري عرفه في نص المادة 10 فقرة 01 من الأمر رقم 01-96 المتعلق بالصناعات التقليدية والحرف: "الحرفي كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف يمارس نشاطا تقليديا يثبت تأهيلا ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل وإدارته ونشاطه وتسييره وتحمل مسؤولية"⁽⁷⁾.

4- التاجر:

عرف بأنه: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له ما لم يقض القانون بخلاف ذلك"⁽⁸⁾.

5- المستورد:

هو كل شخص يتولى مباشرة عمليات جلب المنتوجات من خارج الدولة على سبيل الاحتراف⁽⁹⁾.

6- الموزع:

هو كل شخص يباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول على يد الباعة بالجملة⁽¹⁰⁾.

أما في نص المادة 03 من الأمر 06-95 المتعلق بالمنافسة والملغى بالقانون 03-03 عرف العون الاقتصادي: "يقصد بالعون الاقتصادي في مفهوم هذا الأمر كل شخص طبيعي أو معنوي مهما تكن صفته يمارس أعمالا منصوصا عليها في المادة 2 أعلاه" وبالرجوع إلى نص المادة 02 من نفس الأمر التي تحدد هذه الأعمال وهي نشاطات الإنتاج والتوزيع، والخدمات حتى التي يقوم بها الأشخاص العموميون والجمعيات. وفي نص المادة 04 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء نصها بالشكل الآتي: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع".

مما يفهم أن الإعلام بالأسعار يقع على عاتق البائع وحده دون الآخرين أما الإعلام حول السلع والخدمات ذكر في القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك يقع على كل متدخل، سواء كان بائعا أو منتجا.

أما في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وفي الباب الخامس منه وبالتحديد في المادة 19، التي جاء نصها كآتي، وقد تحدد من خلالها للمدين بالالتزام بالإعلام.

"يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يصنعه للاستهلاك بواسطة الوسوم والعلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة....."⁽¹¹⁾

فالمشرع الجزائري لم يحدث تحديدا لمفهوم العون الاقتصادي خاصا، فمن خلال قراءة المادة 03 الفقرة 07 التي عرف فيها المتدخل بقوله "المتدخل هو: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك"⁽¹²⁾.

نستنتج مما سبق أن المشرع الجزائري ألقى التزام الإعلام على العون الاقتصادي، وإن اختلفت المصطلحات فكلها تصب في معنى واحد فعند الرجوع إلى النصوص القانونية التي تناولتها نجد لها نفس التعريف.

الفرع الثاني: محل الالتزام بالإعلام

وجب إعلام المستهلك في المرحلة السابقة والمعاصرة للتعاقد بجملة من المعلومات الصادقة والنزيهة التي تتعلق بمحل الالتزام بالإعلام، ومن حيث زمن الإعلام نجد نوعين من الالتزام، فهناك التزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد، والالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد وهو ما سنتناوله.

أولاً- محل الالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد:

يقضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفشاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بوضع السلعة أو الخدمة محل العقد وكذا البيانات المتعلقة باستخدام الشيء أو الانتفاع بالخدمة.⁹ وهما شقان:

1- الشق السلبي:

يتمثل في عدم كتمان الحقيقة أي الامتناع عن الكتمان فالكتمان هو أحد وسائل..... بشقيه السلبي (تكتّم المعلومات) أو الإيجابي (الطرق الاحتيالية) التي تتيح للمستهلك المطالبة بإبطال العقد أو المطالبة بالتعويض.

2- الشق الإيجابي:

يتمثل في الإدلاء بالبيانات والمعلومات عن الخدمة أو المنتج وكيفية استخدامه دون أن يشكل خطراً على المستهلك خصوصاً عندما يكون محل عقد الاستهلاك سلعة جديدة في السوق وخطيرة الاستعمال⁽¹³⁾.

عرف المشرع الجزائري المنتوجات بالمادة 02 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: "المنتج سواء كان شيئاً مادياً أو خدمة مهما كانت طبيعية..." ومنه المنتج حسب هذا النص هو كل شيء مادي أو خدمة ومنه فالعقار يدخل تحت دائرته وهذا التعريف جاء واسعاً.

وعرفها بالمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش: "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية" من خلال هذا النص أخرج المشرع الجزائري عن نطاق المنتوجات العقار والخدمات من المنتوجات لأن الخدمة هي عمل وليست شيئاً⁽¹⁴⁾.

أما في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات عرفه: "المنتج: هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"⁽¹⁵⁾. وقد وسع المشرع من خلال نص المادة من نطاق المنتوجات بحيث أصبحت تشمل الأموال المنقولة والعقارات، والخدمات أيضاً.

وفي قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عرف المنتج بالمادة 03 منه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً"، ونفس المادة عرف السلعة على أنها "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً" وفي هذا التعريف رجع إلى التعريف الذي كان عليه قانون 89-

02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لكن بشرط أن يكون محل عقد سواء كان عقد معارضة أو عقد تبرع.

أما تعريف الخدمة فقد عرفها بالمادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "الخدمة: كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة. ويلاحظ على المشرع أنه لم يحدث تغييرا على تعريف الخدمة بالمقارنة مع ما أورده في المرسوم 39-90 المذكور سابقا⁽¹⁶⁾.

ثانياً- محل الالتزام في مرحلة التعاقد:

بعد تبصير رضا المستهلك حول طبيعة المنتج المعروض للبيع على جمهور المستهلكين، وذلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الاستهلاكي، وإقدام هذا الأخير على التعاقد لابد من إعلامه بشروط التعاقد وكيفية استعمال المنتج، والخطورة التي قد تنجم من جراء استعمال هذا المنتج وكيفية الوقاية منه، وهو ما يعرف بالإعلام التعاقدي، لأن المستهلك هنا بصدد إبرام عقد، وهذا الالتزام قائم من جراء إقدامه على التعاقد وهو في المرحلة المعاصرة للتعاقد ومنه فهو التزام تعاقدي⁽¹⁷⁾.

1- الإعلام بشروط التعاقد وحدود المسؤولية:

العقود التي يتم بها اقتناء المستهلك سلعة أو خدمة من المهنيين، عادة ما تكون من عقود الاستهلاك، التي تتصف بالطبيعة الإذاعانية فالمحترف هو الذي يقوم بإعداد النموذج مسبقا وما للمستهلك سوى القبول بها كليا أو رفضها، فالعقود التفاوضية لم يبق لها وجود الآن في الأسواق التي أصبحت تخضع لنظام قانوني خاص، إذ لم يقتصر الالتزام على المحترف بإعلام المستهلك بالمنتج والسعر فقط بل أن يعلمه بشروط التعاقد وحدود المسؤولية.

أ- الإعلام بشروط التعاقد:

كما أن المحترف كل همه هو تحقيق الربح والبيع، ومنه لا يقوم بتقديم المعلومات الكافية حول شروط التعاقد، وقد يلجأ إلى طرق مما يخلق الثقة في نفس المتعاقد الآخر، فيدفع به إلى عدم المطالبة بالإطلاع على شروط التعاقد، ولهذا تم الفرض على المحترفين بإعلام المستهلك بشروط التعاقد.

فالمشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المحترفين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ألزم المحترف أن يعلم المستهلك بها، حيث اعتبرها من العناصر الأساسية في العقد بموجب المادة 04 من المرسوم 06-306 المذكور أعلاه، وأن يكون هذا الإعلام بكافة الوسائل الملائمة، وأن يعلم المستهلك بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو تأدية الخدمة ومنحهم المدة الكافية لفحص العقد وإبرامه، تطبيقا للمادة 30 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، وفي حالة عدم العلم بشروط العقد (كامتناع المحترف عن ذكر هذه الشروط) يعتبر من الشروط التعسفية⁽¹⁸⁾، ومنه لا يمكن الاحتجاج بالشروط التي لا يعلمها المحترف في مواجهة المستهلك، وهذا ما ذهب إليه التشريع والقضاء المصري حيث لم يكتف باحتمال

العلم بها إنما أوجب أن يكون المذعن عالماً بها لقيام إرادة حقيقية مستنيرة، ومنه لا يعتد بالشروط التي لم يعلم بها⁽¹⁹⁾.

وهذا الالتزام لم يفرض في المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه فقط، بل إن المشرع الجزائري نص عليه بالمادة 53 من قانون 06-95 المتعلق بالمنافسة وكذا المادتين 04 و 08 من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁰⁾.

وكذا في حالة البيع بالتقسيط وجب إعلام المستهلك ب: طريقة دفع المبالغ، تواريخ دفع الثمن خاصة في البيوع الإلكترونية، تاريخ التسليم ومكانه وزمانه.

كما يمكن إدراج شرط الضمان في العقد، كذا شروط وكيفية استبدال السلعة أو التعويض في حالة اكتشاف العيب. كما يجب أن يعلم بتاريخ توفير قطع الغيار المتعلق بالمنتجات، وهذا الالتزام يطبق على السلع دون الخدمات⁽²¹⁾.

ولم تكتف التشريعات بوجوب الإعلام بشروط التعاقد على السلع بل امتدت لتشمل الخدمات، وذلك بإلزام التزام الإعلام على مقدم الخدمة حيث يقوم بتوضيح شروط التعاقد، ومنهم الموثق الذي أُلقي على عاتقه الالتزام بإعلام المتعاقدين بكل الآثار المترتبة عن العقد، ففي مجال عقود القرض لا بد من إعلام المستهلك بالعقد والفوائد المطبقة، وقيمة المبلغ الذي يدفعه بصفة دورية عند حلول الأجل المحدد في عقد القرض، وتاريخ الدفع، وفي حالة التأخر الجزاءات التي يخضع لها.

كما يفرض استعمال اللغة الوطنية سواء عند تحريرها أم إعلام المستهلك بها شفاهة، وفي حالة ما أن تكون محررة يشترط في تحريرها الوضوح (دون غموض)، ويرجع وضوح أو غموض عبارات العقد وتفسيراتها إلى القاضي الذي يؤوله لمصلحة المدين طبقاً للقواعد العامة للعقد، ووجوب تحديد شروط العقد والضمانات في هذا العقد كضمان صلاحية المبيع، وخدمة ما بعده⁽²²⁾.

2- الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية:

اتسع محل الالتزام بالإعلام بنصوص القانون ولم يقتصر على ما ورد سابقاً فقط، فيجب على العون أن يبين الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لذا نجد المشرع الجزائري نص عليها بالمادة 08 من قانون 02-04 السابقة الذكر، وألزم المحترفين بذكر الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية وهي شاملة لعقد بيع السلع أو عقد اقتناء الخدمات على السواء كما يجب أن يعلم المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية، في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، على من تقع المسؤولية التعاقدية وهذا عن طريق تحديد الالتزامات المفروضة على كل طرف بموجب هذا الاتفاق، وإمكانية تضمين العقد الشرط الجزائي، في حالة الإخلال بأحد الالتزامات التعاقدية، مما يمكن المستهلك من الوقوف على حقيقة العقد المرتبط بالمستهلك وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 3 المذكورة سابقاً من المرسوم التنفيذي 06-06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية⁽²³⁾.

تحديد المسؤولية التعاقدية عند الإخلال بالالتزامات التعاقدية فأوجب إدراج عقوبات التأخير عن دفع الثمن للمستهلك، وعقوبة تأخير المحترف عند الإخلال بالتسليم فيما يتعلق بزمان ومكان التسليم، وحالة السلع المتفق عليها عند التعاقد⁽²⁴⁾.

3- الإعلام حول استعمال المنتجات:

لا يكتمل حق المستهلك في الإعلام على الوجه الصحيح إلا بإعلامه حول الطريقة الصحيحة لاستعمال السلع أو الخدمة على الوجه الأحسن وكذا تحذيره من مخاطرها لذا وجب التطرق لطريقة الاستعمال ثم إلى الالتزام بالتحذير.

أ- الإعلام حول طريقة الاستعمال:

ينصب التزام البائع بالإخبار على جوانب ثلاثة وهي مميزات المنتج أو الخدمة محل البيع، وشروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع.

وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري بنص المادة 03/03 من قانون 02/89 السالف الذكر، إلا أن المشرع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم يحدد البيانات الواجب إعلام المستهلك بها، غير أنه أورد عبارة "بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج" مما نستنتج أن الإعلام بطريقة الاستعمال تعتبر من المعلومات المتعلقة بالمنتج.

فإذا قدم البائع المعلومات النزيهة الصادقة حول طريقة استعمال المنتج بحسب طبيعته والغرض المعد لأجله يعتبر قد وفى بالتزامه بالإخبار، ومن ثم لا يسأل عن الضرر الذي يلحق المستهلك الذي يتجاهل طريقة الاستعمال أو الغرض المبين بأن استعمل المنتج بطريقة خاطئة أو لغرض غير مألوف لا يمكن للبائع توقعه مما أدى إلى الإضرار به⁽²⁵⁾.

ب- التحذير من خطورة المبيع:

لا تتحقق حماية المستهلك فقط على الإعلام بصلاحيات المنتج ومعرفة كيفية استعماله بل يجب على العون الاقتصادي فوق ذلك إخباره بمخاطره التي يجب اتخاذها أثناء حيازته لهذه المنتجات أو استعمالها وتحذيره باعتباره من أهم أوجه التزام البائع بالإخبار.

وهذا ما أدرج في نص المادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي هذا الصدد كيف الالتزام بالتحذير بأنه التزام ببذل عناية، فالمنتج لا يضمن بداهة للمستهلك عدم تحقق خطر، وإنما هو يحذره من الخطر القائم وكيفية الوقاية منه، ولكي ترفع عنه المسؤولية يشترط أن يكون الالتزام بالتحذير كاملا، وواضحا، ظاهرا ولصيقا بالمنتجات⁽²⁶⁾.

المطلب الثاني: مفهوم إعلام المستهلك بالأسعار

إن الإعلام بالأسعار يعتبر شرطا أساسيا لحرية التعاقد حتى يكون في مقدور المستهلك أن يعلم بها، وإلزامية إعلامه بالأسعار تجد مبررها في أنه من أجل الاختيار بين المنتجات والخدمات المعروضة فإن المستهلك في حاجة إلى دراية مسبقة ومنه الإعلان عن الأسعار للمستهلكين، وبذلك يسمح لهم بمعرفة الأسعار دون تكلف أو عناء.

الفرع الأول: تعريف الإعلام بالأسعار

هو كل ما يستخدمه التاجر لحفز المستهلك على الإقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة وهو ما يسمى "الإعلان الاستهلاكي" والقصد من هذا الإعلان هو إعلام الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع والخدمات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار المنتجات والخدمات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات، ويجعله حراً في التعاقد من عدمه⁽²⁷⁾.

الفرع الثاني: طرق الإعلان عن الأسعار

إن طرق الإعلان عن الأسعار فيما يخص إعلام المستهلك تتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات، وبكل وسيلة من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك. فالمادة 05 من القانون رقم 02/04 تبين لنا الطريقة التي يتم بها إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات بنصها على ما يلي "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة"⁽²⁸⁾.

يتجلى لنا من خلال المادة المذكورة أنها أوردت الطرق التي يتم بها الإعلان عن الأسعار والتعريفات. ففي هذا المجال يمكن التفرقة بين المنتجات المعروضة أمام أنظار جمهور المستهلكين، سواء على واجهة المحل أو بداخله وبين المنتجات غير المعروضة أمام أنظار الجمهور فإن السعر في:

أولاً- الحالة الأولى:

يجب الإعلان عنه إما عن طريق وضع علامات أو ملصقات، وإذا تعلق الأمر بالمنتجات التي تباع بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أو المقاس أو المهيأة على الرفوف، فإن الإشارة إلى السعر يجب أن يكون مصحوباً بوحدة الكيل أو المقاس التي تتناسب والسعر.

ثانياً- الحالة الثانية:

بالنسبة للمنتجات غير المعروضة أمام أنظار الجمهور فإن السعر يجب أن يسجل على المنتج أو على مغلفه أو ملصق⁽²⁹⁾.

أما بالنسبة للخدمات فقد أخضع المشرع الإعلان عن أسعارها بنفس طرق الإعلان عن أسعار المنتجات، والغالب أن يكون محلاً للنشرات التي تكون مرئية ومقروءة، أما في حالة وقوع الشراء لمنتج أداء خدمة بواسطة تقنية من تقنيات الاتصال الحديثة عن بعد وخاصة الهاتف أو البريد وما يماثلها، فإنه يجب الإعلان عن الأسعار بصفة واضحة، قبل إبرام العقد مع احتفاظ المحترف بما يدل على إعلانه عن السعر.

وتجدر الإشارة إلى أن الأسعار يجب أن تكون مرئية، سهلة القراءة ومكتوبة باللغة والعملة الوطنية، ولا يثير طريقة إعلانها أي لبس أو شك في البضاعة المرتبطة بها.

الهدف من الإعلان عن الأسعار هو حماية المستهلك حتى يستطيع أن يحدد خياراته من السلع والمنتجات بناء على السعر المعلن وضمان حسن توزيع المواد الضرورية على الجمهور⁽³⁰⁾. وكل طريقة مخالفة لما ذكر سابقا يعتبر مخالفة وتنجم عنه الجريمة⁽³¹⁾ التي سنتناولها فيما يأتي.

المبحث الثاني

خصوصية جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار

هذه الجريمة تتمتع بخصوصية بالنظر إلى أركانها و طبيعة العقوبات المقررة بشأنها. فهذا النوع من الجرائم إما يمتنع المحترف عن الإعلام كليا أو جزئيا، أو أن إعلامه يكون مخالفا للنظام القانوني الذي ألزمه المشرع دون نية خداعه أو تضليله.

المطلب الأول: أركان جريمة الامتناع عن الإعلام

هذا النوع من الجرائم، إما يمتنع المحترف عن الإعلام كليا أو جزئيا، أو أن إعلامه يكون مخالفا للنظام القانوني الذي ألزمه المشرع دون نية خداعه أو تضليله بالامتناع عن الإعلام عن أسعاره. يعتبر الركن الشرعي من أركان الجريمة لأنه لا جريمة ولا عقوبة دون نص ومنه فيقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا ولا نسي الجريمة جريمة دون نص تشريعي⁽³²⁾.

وفي قضية الحال حدد المشرع الجزائري الأساس القانوني الذي يجرم فعل الامتناع عن الإعلام بالأسعار تطبيقا لمبدأ شرعية العقوبات المنصوص عليها في القانون العقابي.

فأصدر المشرع الجزائري أول قانون يتعلق بالأسعار في سنة 1975 بموجب الأمر رقم 37-75 المؤرخ في 29 أفريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، فبموجب المادة 10 منه ألزم المشرع المحترفين الإعلان عن الأسعار للمستهلكين عن طريق وضع بطاقات الأسعار أو أية طريقة ملائمة تحدد كفاءتها عن طريق وزير التجارة، واعتبر أي إخلال بذلك مخالفة حسب نص المادة 10 من السند المذكور أعلاه وحدد لها عقوبة الغرامة بموجب المادة 50 من نفس الأمر⁽³³⁾.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية، ألغى القانون أعلاه بصدور القانون 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار⁽³⁴⁾.

وكذلك ألغى القانون 89-12 السالف الذكر بالقانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة⁽³⁵⁾. ونصت المادة 53 منه على وجوب إشهار الأسعار، ورفعت من قيمة الغرامة المطبقة في حالة مخالفتها بنص المادة، حيث رصد لها عقوبة الغرامة التي تتراوح ما بين 5000 دج و 500.000 دج ولكن بحلول سنة 2003 أصدر المشرع الجزائري القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽³⁶⁾، ناسخا بذلك القانون 95-06 المتعلق بالمنافسة، إلا فيما يتعلق بإشهار الأسعار فهو جاري به العمل حسب نص المادة 02/73 من القانون 03-03 المذكور أعلاه والتي تنص على أنه: "يبقى العمل جاريا بصفة انتقالية بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه..." وبالرجوع إلى المادة 53 من القانون رقم 95-06 فإن إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع

السلع والخدمات وشروط البيع، وامتداد سريان الأمر 95-06 السالف الذكر إلى غاية صدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث إن القانون 04-02 المذكور من بين نصوصه جل النصوص القانونية المتعلقة بإشهار الأسعار التي كانت في الأمر 95-06 السالف الذكر، حيث بموجب المادة 04 والمادة 05 فرض على المحترف إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك تحت طائلة الجزاء الجنائي لكل مخالفة لذلك طبقاً للمادة 31 منه⁽³⁷⁾.

أولاً- الركن المادي للجريمة:

يقصد بالركن المادي للجريمة ترجمة الجاني للفكرة الإجرامية في صورة سلوك مادي ملموس، أي أن النشاط أو السلوك الإيجابي أو السلبي الذي تبرز به الجريمة إلى العالم الخارجي، فتكون بذلك قد اعتدت على الحقوق والمصالح أو القيم التي يحرص الشارع على صيانتها أو حمايتها. ويقوم هذا الركن على ثلاثة عناصر وهي:

السلوك الإجرامي وهو فعل أو امتناع يأتيه الجاني، والنتيجة الإجرامية وهي الاعتداء على المصلحة التي يحميها القانون سواء أدى هذا الاعتداء إلى الإضرار بالمصلحة المعتدى عليها أم تهديدها بالخطر وعلاقة سببية لا بد لاكتمال البناء القانوني للجريمة أن يكون الفعل المرتكب من قبل الجاني، أي أن يكون هو سبب حدوث النتيجة سواء أكان فعلاً إيجابياً أم امتناعاً، وهو ما اتفق الفقهاء على تسميته بالعلاقة أو الرابطة السببية بين السلوك المجرم والنتيجة الضارة، ويجب أن تكون هذه النتيجة الناشئة عن ذلك الفعل تربط بينهما، فإذا تحققت هذه العناصر جميعاً اكتمل الركن المادي وعدت الجريمة تامة،

وإلا فإن الجريمة تكون ناقصة عندها يمكن أن يعد سلوك الجاني شروعاً بارتكاب الجريمة، ويعتمد الركن المادي أساساً على عنصر السلوك الإجرامي، وأحياناً يكون هذا العنصر كافياً وحده في قيام الجريمة⁽³⁸⁾، وتطبيقاً على قضية الحال نجد أنه:

تعد جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار والتعريفات من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، حيث يمتنع الجاني عن القيام بعمل استوجبه القانون وهو باستطاعته القيام به، كما تعد أيضاً من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة⁽³⁹⁾ وتقوم هذه الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

وجرم المشرع عدم الإعلام بالأسعار، سواء كان الشيء المعروض مادياً أمام المستهلك مقنن السعر أم حراً، ففي الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة حيث أوجب في المادة 53 من الأمر وجوب إشهار الأسعار، من أجل إعلام المستهلك أو المحترف بالسعر المطبق على السلعة أو الخدمة والتي نص عليها في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فنص في المادة 04 منه على إلزام البائعين الزبائن، ولفظ الزبائن عام، مما يفهم أن الإعلام حول الأسعار هو حق للمهنيين والمستهلكين على حد سواء، أي أن وجوب الإشهار عن الأسعار يكون على كل عارض للسلعة أو الخدمة، سواء كان تاجر جملة أم تاجر تجزئة، وهذا الالتزام عام في جميع النصوص التشريعية، ويشمل السلع والخدمات، أما طرق الإشهار عن الأسعار فتكون بوضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة مناسبة لإعلام المستهلك

بأسعار البيع، وهذا ما ينص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 05 من القانون 02-04 المذكور سابقاً⁽⁴⁰⁾.

ويفهم من خلال نص المادة أن المشرع ترك الحرية الكاملة للمهنيين في اختيار الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك بالأسعار المطبقة على السلع والخدمات المعروضة.

ولكن المشرع اشترط في طريقة إعلام المستهلك بالأسعار أن تكون مرئية واضحة ومقروءة ومنه وضع هذه البيانات وعندما تكون غير جلية للمستهلكين فإن مسؤولية المهنيين في هذه الحالة قائمة، أو غير واضحة (عدم وضوح الخط الذي كتب به السعر)، مثلاً قيام المهني بوضع بطاقة السعر ولكن الخط رقيق جداً، مما لا يمكن المستهلك من قراءتها، أو أنه تكون غير مقروءة لمعرفة السعر المطبق، ففي كل حالة تقوم مسؤولية المهني كما اشترط أن تكون ملازمة للسلعة المعروضة وذلك عن طريق وضع السعر على المنتج نفسه أو على غلافه⁽⁴¹⁾.

كما ألزم المشرع المهنيين ليس بالسعر فقط في إعلام المستهلك، بل بإعلامه بالكمية المطبق عليها السعر، وذلك حسب طبيعة السلعة إما بالعدد أو بالوزن أو الكيل أو المقاس، وفي حالة ما تكون هذه السلع مغلفة فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة العدد أو الوزن أو الكيل المقابل للسعر المعلن⁽⁴²⁾.

وقد يحدث عملاً عدم بقاء البطاقة الموضوعية على السلعة في مكانها إما لحركة معاملات التاجر أو لكثرة أيدي المستهلكين التي تتناول سلعة من السلع فيكون من التكلفة بالمستحيل أن يكلف البائع بملاحظة بطاقات الأسعار بصفة دائمة، كما قد يتعطل البائع لأي سبب من الأسباب للتهرب من أحكام قانون التسعيرة⁽⁴³⁾.

كذلك في مجال الخدمات أوجب المشرع الجزائري الإعلان عن الأسعار المقابلة للخدمة، ففي المرسوم التنفيذي رقم 200-46 المؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويجدد تنظيمها وسيورها، في المادة 31 منه أوجبت إيضاح أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسات الفندقية، أو في مكاتب الاستقبال أو الدفع في الغرف.

أما في المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المعدل والمرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 15/01/1996 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" ينص المادة 07 منه، وذلك عن طريق تعليق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها سائقو سيارات الأجرة الفردية والجماعية بشكل واضح داخل السيارة⁽⁴⁴⁾.

بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة⁽⁴⁵⁾.

وإضافة لما سبق ذكره المشرع الجزائري بالمادتين 05 و 06 من المرسوم المذكور سابقاً جعل وقت الإعلام بالأسعار والتعريفات المطبقة على الخدمات قبل إنجاز المعاملة، وذلك عن طريق تقديم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمة، موضحاً فيه مقدمة الخدمة بشكل محصل و على الخصوص طبيعة

الخدمة والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع، ويجب أن يحرر هذا الكشف باللغة العربية طبقاً للمادة 07 من المرسوم المذكور أعلاه، وفي حالة مخالفة هذا التنظيم القانوني تطبق العقوبة المنصوص عليها في القانون 02-04.

وعليه في مجال بعض الخدمات لا يمكن تحديد سعر الخدمة دفعة واحدة من خلال عملية حسابية يقوم بها مقدم الخدمة، ولكن يقع التزام على مقدم الخدمة بإعلام مستهلك الخدمة بالسعر المقابل للوحدة ونضرب في ذلك مثلاً مقابلة البناء، فهذا لا يستطيع أن يعلن السعر المقابل للخدمة إلا من خلال احتساب وحدة الخدمة وإجراء عملية جداء في السعر المطبق على الوحدة، ولكن يلتزم بالإعلان عن السعر المطبق على الوحدة مثلاً 500 دج على كل متر مربع أو 1200 دج عن كل يوم عمل... الخ.

أما في حالة المحترف يقدم الخدمات متنوعة، ففي هذه الحالة يجب على المحترف الإعلان عن كل سعر مقابل خدمة محدودة، وفي حالة أن المستهلك يستهلك خدمات متنوعة من هذا المحترف مقدم الخدمة، فما عليه إلا حساب المجموع عن طريق عملية جمع الأسعار المطبقة على كل خدمة على حدة. كما يجب عليه أن يبلغ المستهلك سعر البيع الإجمالي، وهذا ما نص عليه لمشروع الجزائي في المادة 06 من القانون 02-04 المذكور سابقاً، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 390-07 المؤرخ في 2007/12/12 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات.

فالمادة 22 منه أوجبت أن يحرر السعر باحتساب كل الرسوم ويحتوي عند الاقتضاء التخفيضات والاقطاعات والإنتقاصات الممنوحة، وذلك في سند الطلبية الخاصة بالسيارة والمبين لسعر البيع، وهذا السعر لا بد أن يكون ثابتاً غير قابل للتعديل عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية، وعليه فتقوم مسؤولية المحترف عند إشهاره لسعر سلعة أو خدمة معينة، بقيمة محددة، وعند التقدم لتسديد المستهلك الثمن بعد انتقائها يفاجأ بزيادات غير معلن عنها في الوسيلة التي اعتمدها في إشهاره عن السلع المطبق.

كما يلتزم المحترف بوضع السعر بالعملة الوطنية، لأن واجب الإشهار في الأسعار يكون بالعملة الوطنية وهي الدينار الجزائري⁽⁴⁶⁾.

ثانياً- الركن المعنوي للجريمة:

يتمثل الركن المعنوي للجريمة بالقصد الجنائي الذي يتجسد باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بأركانها بقصد تحقيق النتيجة الإجرامية، ويجب أن يكون الجاني عالماً علماً يقيناً لا يقتصر بأي جهالة بأن فعله سيؤدي إلى حدوث عمل إجرامي يعاقب عليه الشارع، ويشترط أيضاً لكي يكتمل الركن المعنوي أن يتمتع الجاني بإرادة حرة توجهه إلى ارتكاب الفعل المجرم أو تصده عن القيام بما أوجبه عليه القانون، وكان له أيضاً إدراك يميز به ما يصدر عنه من التصرفات،

وجب عندئذ البحث عما إذا كانت هذه الإرادة جانية أو آثمة، وتكتسب الإرادة هذا الوصف على أساس العلاقة التي تقوم بينها وبين الفعل المرتكب والنتيجة التي يفضي إليها، وتتخذ الإرادة الجانية أو الآثمة إحدى صورتين: الأولى وهي القصد والثانية وهي الخطأ.

1- القصد الجنائي:

المقصود بالقصد الجرمي أو الجنائي هو اتجاه إرادة الجاني إلى القيام بالنشاط الإجرامي وإلى إحداث النتيجة المترتبة على هذا النشاط الذي قام به، مع توافر العلم لديه بكافة العناصر والشروط التي يتطلبها القانون من أجل قيام الجريمة. أي تنصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع توفر العلم لديه بكافة عناصرها القانونية. ويتضح من التعريف السابق بأن القصد الجنائي يتكون من عنصرين هما: الإرادة والعلم.

2- الخطأ:

لم تعرف غالبية التشريعات الجزائية الخطأ وإنما أوردت صوراً ونماذج للخطأ غير المقصود؛ لذا قام فقهاء القانون الجنائي بتعريف الخطأ غير المقصود، فعرفه الدكتور عبد الحق ماني بأنه "إخلال الشخص بواجبات الحيطة والحذر التي يفرضها القانون، سواء اتخذت صورة الإهمال أم قلة الاحتراز أم عدم المراعاة إذ يفترض الخطأ اتجاه الإرادة إلى ارتكاب الفعل وعدم اتجاهها إلى إحداث النتيجة الضارة التي نجمت عن هذا الفعل.

وتطبيقاً على قضية الحال لا يوجب القانون توافر قصد جنائي خاص في جريمة عدم الإعلان عن الأسعار على السلع المعروضة للبيع وإنما يكفي بالقصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة. فعند قراءة للمادة 04 من القانون 02-04 نجد المشرع الجزائري، جعل جريمة عدم الإعلام بالأسعار جريمة مادية يكفي لقيامها الركن المادي، وفي هذا النوع من الجرائم التي تمس بالمستهلك، فإن الخطأ المفترض، والمسؤولية المفترضة على المحترف وافترض هذه المسؤولية هو نوع من أنواع الحماية القانونية للمستهلك⁽⁴⁷⁾.

المطلب الثاني: العقوبات الجنائية المطبقة على جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار

انتهاك حق المستهلك في الإعلام، قد يكون على عدة أوصاف كما تم تبيانه، ولهذا لقد رصد له المشرع الجزائري عقوبات متنوعة، كلا حسب درجة وخطورة الجريمة.

إلا أن في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام قليلا ما يقر عقوبة الحبس، وعندما يفعل يجعل الحبس عقوبة اختيارية مع الغرامة⁽⁴⁸⁾، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات الجزائري

ولم يكتف المشرع الجزائري بالعقوبات الأصلية فقط بل نص على بعض العقوبات التكميلية التي تكون صادرة عن الجهات القضائية، سنتولى بالدراسة في هذا المطلب تحديد الجزاء المطبق على المخالف، وذلك عن طريق تحديد العقوبات الأصلية، العقوبات التكميلية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

في هذه الجزئية من المذكرة سوف يتم تبيان العقوبات الأصلية التي طبقها المشرع الجزائري. الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام في التشريع الجزائري لم يختص بها قانون واحد، ولذا نجدها موزعة في عدة قوانين، فمنها ما يتعلق بالقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،

والقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وقانون العقوبات الجزائي، لذا يقتضي منا تحديد الجزاء حسب القانون المختص بها.

ويعد الإخلال بواجب الإعلام بالأسعار والتعريفات جنحة معاقبا عليه بنص المادة 31 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والعقوبة المقررة لهذه المخالفة هي الغرامة التي تتراوح بين خمسة آلاف (5000) دج إلى مئة ألف (100.000) دج⁽⁴⁹⁾.

نص المشرع الجزائري على حالة العود بنص المادة 47 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وبين متى يكون العود اقتصاديا في حالة العود بالفقرة 02 من المادة المذكورة أعلاه: "يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة..."⁽⁵⁰⁾، وفي حالة العود تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة، بالإضافة إلى إمكانية إضافة عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (1) واحدة، وهي اختيارية للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط، أو حكم بهما معا، وهنا سلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. غير أن أحكام العود في قانون العقوبات الجزائري طبقا للمادة 54 مكرر 3 التي تنص: "إذا سبق الحكم نهائيا على شخص طبيعي من أجل جنحة، وارتكب خلال الخمس (5) سنوات التالية لقضاء العقوبة السابقة نفس الجنحة أو جنحة مماثلة بمفهوم قواعد العود، فإن الحد الأقصى لعقوبة الحبس والغرامة المقررة لهذه الجنحة يرفع وجوبا إلى الضعف"⁽⁵¹⁾، من استقراء هذا النص إذا توافرت شروط العود والمتمثلة في صدور حكم نهائي سابق بالإدانة على الجاني، وارتكاب جريمة (جنحة) خلال سنوات 05 من انقضاء العقوبة فإن الحد الأقصى للعقوبة سواء كانت عقوبة سالبة للحرية أو عقوبة مالية فيرفع حدها الأقصى إلى الضعف، ورفع الحد الأقصى وجوبي.

وبالمقارنة بين أحكام العود في القانون 02-04 السالف الذكر وقانون العقوبات أن المشرع الجزائري طبق نفس الشروط العامة المتعلقة بالعقود في قانون العقوبات، أما الاختلاف فيكمن في الشروط الخاصة، من حيث المدة المطبقة على ارتكاب الجريمة الثانية ليكيف الجاني على أنه في حالة العود، فإن المشرع الجزائري قلص من المدة الزمنية التي تحكم العود ففي القانون 02-04 كانت قصيرة المدة (أقل من سنة) بالنظر إلى المدة المطبقة في قانون العقوبات (خمس سنوات)، وحذا لو أن المشرع طبق على حالة العود في القانون 02-04 نفس المدة المطبقة في قانون العقوبات. أما من حيث تشديد العقوبة ففي القانون 02-04 رفع الغرامة بحدها الأقصى والأدنى إلى الضعف مما يحقق حماية أكثر في قانون العقوبات التي رفعها المشرع إلى الحد الأقصى.

- تقدير العقوبة:

العقوبة الأصلية للجريمة هي الغرامة المحددة بحدها الأدنى 5000 دج وحدها الأعلى 100.000 دج، وحسنا فعل المشرع الجزائري بتطبيق العقوبة المالية دون اللجوء إلى العقوبة السالبة للحرية مما يحقق ردعا أكبر لأنها من نفس جنس العقوبة، كما تعتبر أكثره ردعا وأقل ضررا من الناحية الاقتصادية⁽⁵²⁾، لأن ارتكابها كان بدافع الربح ومنه الجزاء كان مناسبا لأنه مس الجاني في ذمته المالية.

إلا أن المحترفين قد تفتنوا لحيلة ومغزاها رفع السعر ليدخل فيه مقدار الغرامة المطبقة في حالة إثباتها من طرف الأعوان المؤهلين للرقابة، مما تجد أن الذي يقوم بدفع الغرامة بطريقة مباشرة هو المستهلك، كما أن قيمة 20.000 دج في الوقت الحالي لا تساوي شيئا بالنسبة للأعوان الاقتصاديين ذوي القدرة المالية الكبيرة.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار

المشرع الجزائري نص على عقوبات تكميلية فيما يتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، والمتمثلة في المصادرة الحجز ونشر الحكم، بالإضافة للعقوبات التكميلية التي نص عليها في حالة العود. وفي هذا المجال من المبحث نركز على العقوبات التكميلية التي جاءت بها قوانين حماية المستهلك دون التطرق إلى جميع القوانين التي ليست لها صلة مباشرة بحماية المستهلك، وبالرجوع إلى هذه القوانين المتعلقة مباشرة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري.

كما نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية تتمثل أساسا في المصادرة ونشر الحكم بالإدانة. العقوبة التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار هي نشر الحكم الصادر بالإدانة، لأن المشرع الجزائري بنص المادة 48 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك طبقها على جميع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والمدرجة في نصوص القانون أعلاه، ولقد تم شرح هذه العقوبة في الجزء أعلاه من المذكرة.

- نشر الحكم الصادر بالإدانة:

يعد نشر الحكم جزاء آخر يكمل الجزاء الأصلي، ويقصد به نشر حكم الإدانة بأكمله أو مستخرج منه فقط في جريدة أو أكثر تعينها المحكمة أو تعليقه في الأماكن التي يبينها الحكم على أن لا تتجاوز مدة التعليق شهرا واحدا، فهو يصيب المحكوم عليه في اعتباره لدى زبائنه الذين يعتمد عليهم في كسب عيشه وتنمية دخله، وليس أقصى عليه من أن يسمع عنه هؤلاء، أنه ليس محلا للثقة، والتشهير بالمحكوم عليه قد يكون أبلغ أثرا من العقوبة الأصلية التي قد يظل تنفيذها خافيا على الجمهور الذي يتعامل عادة مع المحكوم عليه، فمثلا العلم بصفة الخداع في المحترف قد يكون له أثر في تهقر عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري مما تعرضه للإفلاس.

ويكون ذلك على نفقة المحكوم عليه في حدود ما تحدده المحكمة لهذا الغرض من مصاريف، ولا يميز المشرع في نص المادة 18 مكررا من قانون العقوبات الجزائري بين الجنائية والجنحة، إذ يجوز الحكم بها في كل الجرائم، غير أنه يشترط أن تكون هذه العقوبة مقررة بنص صريح في القانون.

وقد أخذ بها بالمادة 48 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويطبق على كل الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والتي جاء بها القانون 02-04 المذكور أعلاه، ومنه تطبق عقوبة نشر الحكم في جريمة عدم الإعلام بالأسعار.

ومدة شهر الحكم هي شهر واحد تطبيقا للمادة 18 من قانون العقوبات الجزائري، ويتم شهر الحكم بأكمله أو ملخص عنه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الحكم، وبعد التعديل بالقانون 06-

23 أضيفت فقرة إلى المادة 18 وتختص بتجريم الاعتداء على الحكم المنشور أو المخلص، وذلك عن طريق إتلاف أو إخفاء أو تمزيق المعلقات الموضوعة في نشر الحكم، سواء كان هذا الاعتداء يمس ملخص موضوع نشر الحكم كلياً أو جزئياً، فيتعرض الجاني إلى عقوبة الحبس من 03 أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من 25.000 إلى 200.000 دج، ويأمر الحكم من جديد بتنفيذ التعليق على نفقة الفاعل⁽⁵³⁾.

الخاتمة:

من خلال دراسة موضوع جريمة عدم إعلام المستهلك بالأسعار توصلنا للنتائج والتوصيات التالية:

النتائج:

من خلال دراستنا للموضوع محل الدراسة ومن خلال ما تقدم توصلنا للنتائج التالية:

- يجب أن يحدد جزاء الغرامة على أساس نسبة معينة من قيمة رأس مال المتدخل حيث من غير المعقول أن يتساوى متدخلان في نفس الغرامة بالرغم من ضخامة رقم حساب أحدهما عن الآخر،
- إن عملية تطبيق بعض الالتزامات من طرف المتدخل عملياً تبدو صعبة نوعاً ما، فإذا أخذنا بالزامية الإعلام، هل بإمكان كل المتدخلين إعلام جميع المستهلكين، بالنظر إلى أن أغلبية المتدخلين أميين وأن المشرع لم يشترط كفاءة معينة أو تربص لممارسة النشاطات التجارية،
- إن هناك العديد من المتدخلين غير الشرعيين والمنتشرين في الشوارع لا يخضعون لأية مراقبة.

الاقتراحات:

ومنه نستخلص أن المشرع قد وفر حماية جزائية للمستهلك، وإن كانت غير كافية نظراً لما يشوبها من نقائص بسبب المخالفات التي ترتكب في حق المستهلكين، وعلى هذا الأساس نقترح التوصيات التالية:

- إزالة التعارض بين قانون حماية المستهلك والنصوص التطبيقية له، وهذا بإصداره في أقرب الآجال،

- إعادة صياغة الجزاءات المقررة على المتدخل بما يتناسب مع روح قانون حماية المستهلك في توفير حماية جدية وفعالة للمستهلك، هذا بإيجاد نوع من التناسق بينه وبين قانون العقوبات، وإعادة النظر في طبيعة العقوبة وهذا بإدراج المزيد من العقوبات البدنية وزيادة مبلغ الغرامات،
- وضع خط هاتفي مجاني ما يسمى بالخط الأخضر، تحت تصرف المستهلكين طلباً للاستفسار أو طلباً للمعانة،

- ضرورة منح صلاحيات ووسائل أكثر لجمعيات حماية المستهلك والمجتمع المدني لتفعيل قوانين حماية المستهلك،

- إضافة مادة في قانون حماية المستهلك تلزم الشركات المنتجة للسلع بكتابة الأسعار على الأغلفة.

- تشديد العقوبات في حالات الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

الهوامش:

- (1) المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 جوان سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41 الصادرة في 27 جوان 2004، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2004.
- (2) المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- (3) على فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008 ص 428.
- (4) المادة 01 من القانون 02-89.
- (5) علي فتاك، المرجع السابق، ص 220-221.
- (6) المادة 10 من الأمر رقم 01-96.
- (7) القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- (8) المادة 19 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- (9) عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام (دراسة مقارنة) بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة ماجستير في قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص 63.
- (10) المادة 02 من القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.
- (11) المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 03-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- (12) المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266-90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.
- (13) المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- (14) لحسين بن شيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع (دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 305.
- (15) رضا عبد الحليم عبد المجيد، المسؤولية القانونية عن إنتاج وتداول الأدوية والمستحضرات الصيدلانية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 9.
- (16) المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 2006/09/10 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 2006/09/11، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006.
- (17) الفقرة 07 من المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.
- (18) حسني محمود عبد الدايم، العقود الاحتكارية بين الفقه الإسلامي والقانون المدني (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 185.
- (19) المادة 15 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم 887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون 67 لسنة 2006.
- (20) la protection du consommateur
- www. Medias.hachlette-education .com/medias/contenu numerique/029/1404442751.pdf le 31/12/2007
- (21) Yvest GUYON , DOIT DES AFFAIRS , tome 1, droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996, p 954 et 955.
- (22) المرسوم التنفيذي رقم 306-06 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.
- (23) عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص 82.
- (24) عماد الدين عياض، الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ورقلة، 2006، ص 75.
- (25) أكرم محمود الجمعات، العلاقة بين الجريمة التأديبية والجريمة الجنائية "دراسة مقارنة"، مذكرة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كانون الثاني- 2010، ص 21 وما يليها.

- (26) الأمر رقم 37-75 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار، الجريدة الرسمية 38 المؤرخة في 13/05/1975 الجزائر، سنة 1975.
- (27) كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك، مجلة المعارف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، العدد 06، جوان 2014، ص 156.
- (28) المادة 05 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- (29) بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة (دراسة مقارنة)، دار الفجر، مصر، 2005، ص 84-85.
- (30) براهمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013.
- (31) الجريمة: هي فعل غير مشروع صادر عن إرادة جنائية يقرر لها القانون عقوبة أو تدبير أمن.
- (32) القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05/07/1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 19/07/1989، الجزائر سنة 1989.
- (33) الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25/01/1996 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 22/02/1995، الجزائر، سنة 1995.
- (34) الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 المؤرخة في 20/07/2003، الجزائر، سنة 2003.
- (35) القانون 05-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- (36) أكرم محمود الجمعات، المرجع السابق، ص 23 وما يليها.
- (37) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر المنصورة، ط 1، 2007، ص 132.
- (38) المادة 05 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، انظر كذلك المادة 55 الفقرة الأولى من الأمر رقم 95-66 المتعلق بالمنافسة.
- (39) المادة 02-55 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.
- (40) المادة 3/5 من القانون رقم 02-04 المحدد بالقواعد المطبقة للممارسات التجارية.
- (41) أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 133.
- (42) المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17/12/2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة تاكسي، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 22/12/2002، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية للجزائر، سنة 2002.
- (43) المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 07/02/2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 11/02/2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.
- (44) المادة 04 من الأمر 03-11 المؤرخ في 26/08/2003 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية العدد 52 المؤرخ في 27/08/2003، سنة 2003.
- (45) عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص 133.
- (46) أكرم محمود الجمعات، المرجع السابق، ص 30 وما يليها.
- (47) مرفت عبد المنعم، الحماية الجنائية للمستهلك، مركز راجا، القاهرة مصر، ط 2، 2001، ص 378.
- (48) محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن (الأحكام العامة والإجراءات الجنائية)، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1989، ص 155.
- (49) أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص (جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير)، ج 2، ط 8، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 252.
- (50) محمد محدة، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، مجلة المفكر، العدد الأول مارس 2006، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2006، ص 51.
- (51) نواورية محمد، الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري، مذكرة ماجستير، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، السنة 2005، ص 35 و 36.
- (52) محمود محمود مصطفى، المرجع السابق، ص 176.
- (53) المادة 18 من قانون العقوبات الجزائري.