

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
مديرية التجارة لولاية بسكرة
بالتنسيق مع
غرفة التجارة والصناعة الزيبان

• المراجع القانونية والتنظيمية



• القانون رقم 02-04 المؤرخ في 5 جمادي الأولى
عام 1425 هـ الموافق 23 يونيو 2004 م ، يحدد
القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المعدل
والمتمم بالقانون رقم 06-10 المؤرخ في 15 أوت
2010 (ج رعد 41 بتاريخ 2004/06/27)

• الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادي الأولى
عام 1424 هـ الموافق 19 يوليو 2003 م ، يتعلق
بالمنافسة، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10
المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج رعد 41 بتاريخ
2004/06/27)

للمزيد من المعلومات يمكنكم الاتصال بـ:
مديرية التجارة لولاية بسكرة

المنطقة الغربية رقم 01 (الكورس)

الهاتف: 033.50.06.61 - الفاكس: 033.50.06.62

البريد الإلكتروني: dcbiskra@gmail.com

الموقع الإلكتروني: www.dcbiskra.dz

غرفة التجارة والصناعة الزيبان

شارع خملة إبراهيم

الهاتف: 033.52.06.92 - الفاكس: 033.52.07.42

البريد الإلكتروني: ccideszibans@yahoo.fr

• العقوبة المقررة للإشهار التضليلي



لقد أوجب القانون ضرورة تبصير
المستهلك بالمنتج وإعلامه بصفاته، كما حظر
من الخلط بين المنتجات وكل ما من شأنه
تضليل المستهلك وخداعه كما وضع القانون
العقوبات الرادعة لمخالفة ضوابط حماية
المستهلك من الإشهار التضليلي.

حيث اعتبر الإشهار التضليلي من
الممارسات غير النزيهة حيث عوقب عليه
بنص أحكام المادة 38 من القانون 02-04
المؤرخ في 23/06/2004 الذي يحدد
القواعد المطبقة على الممارسات التجارية
المعدل والمتمم والتي نصها " تعتبر ممارسات
تجارية غير نزيهة. وممارسات تعاقدية
تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28
و 29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة
من خمسين ألف دينار (50.000) إلى خمسة
ملايين دينار جزائري (5.000.000) ."



الإشهار التضليلي في القانون 02-04 المعدل والمتمم



مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة

• الغاية التي يسعى لها بعض المتعاملين الاقتصاديين

• يسعى بعض المتعاملين الاقتصاديين اللجوء للإشهار التضليلي بهدف تحقيق بعض الغايات من بينها :

- تحقيق الكسب السريع في المبيعات من خلال جلب الزبائن بخداعهم وتضليلهم بتوفير خدمة أو منتج كترويج للسلعة على أنها منتج أصلي وهي في الحقيقة منتج مقلد.

- إحداث لبس أو تغييط في ذهن المستهلك بخصوص خدمة أو منتج باستعمال عبارات أو علامات متشابهة أو متقاربة.

- كسب ثقة المستهلك والتأثير على اختياراته باستعمال عبارات إشهارية تضليلية.

- إخفاء عيوب الخدمة أو المنتج بإعطاء بيانات أو صورة مزيفة عنه.



• الإشهار التضليلي

• هو رسالة إعلانية تؤدي إلى تضليل أو خداع المستهلك حيث يتضمن بيانات أو تصريحات تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو بكميته أو بوفرته أو بمميزاته أو خدمة كوصف شراب بأنه طبيعي 100% وفي الواقع يحتوي على مواد كيميائية. كما يكون التضليل في إيقاع المستهلك في الغلط في علامة تجارية أو اسم تجاري.



ولقد حددت المادة 28 من القانون 02-04 المعدل والمتمم الحالات التي يكون فيها الإشهار تضليلي بنصها "يعتبر إشهاراً غير شرعي وممنوعاً، كلّ إشهار تضليلي لاسيما إذا كان :

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو بوفرته أو بمميزاته.

- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع متعامل اقتصادي آخر منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

- كلّ إشهار يتعلق بعرض معين لسلعة أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلعة أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

• مقدمة

• يعد الترويج للسلع والخدمات من أهم الاستراتيجيات في مجال التسويق و المتمثلة في الاشهار، حيث يعتبر شكل من اشكال الدعاية وأداة للتعريف بالمنتجات والخدمات ، إلا ان المتعامل الاقتصادي قد يلجأ الى اشهار غير شرعي وأساليب غش و خداع لاستدراج وتضليل المستهلك بوسائل الدعاية المختلفة (مكتوبة ، مسموعة، مرئية، أنترنت...).

وهذا الأمر يتطلب حماية من الاضرار الناجمة عن الغش و التضليل مما جعل المشرع الجزائري يضع نصوص و قوانين تحمي المستهلك من الاشهار التضليلي.

فما هو الاشهار التجاري ومتي يعتبر تضليليا ؟

• الإشهار التجاري

• عرفته المادة الثالثة الفقرة 03 من القانون 02-04 المعدل والمتمم المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه "الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

كما يعتبر عامل مؤثر على اختيار المستهلك وكسب ثقته و التعريف بالمنتوج وتسهيل بيعه في إطار المنافسة التجارية.