

حملات الاتصال العمومي

المحاضرة -13- حملات الاتصال العمومي وحماية حقوق المستهلك (تكملة)

• المبادئ الارشادية لحماية المستهلك

ان موضوع حماية المستهلك من الاعلانات (التقليدية والإلكترونية) من أهم القضايا القانونية والتي تفرض نفسها بقوة على الساحة القانونية، والتي بقيت الى وقت قريب دون نص خاص يكفل تنظيم أحكامها، وخاصة ما يتعلق بموضوع حماية المستهلك من الاعلانات الإلكترونية.

أ/ حماية المتلقي للمضامين الإعلانية (المستهلك) من الإعلان الإلكتروني

نقصد بالإعلان الإلكتروني كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.¹

لم يترك المشرع (الدولي، العربي والجزائري) هذه المسألة دون ضبط أو حماية من خلال فرضه أحكاما ملزمة تقع على عاتق المورد الإلكتروني ضمن الفصل السابع من القانون 18/50 في المواد من 05 الى 30 من القانون الجزائري، حيث أنه بالرجوع أحكام المادة 05 المذكورة نجدها قد تناولت مسألة الشروط و المقتضيات الواجب توافرها في الاعلانات الإلكترونية، والتي جاء فيها (دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل اشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات التالية:

- أن يكون محدد بوضوح كرسالة تجارية او اشهارية.

- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه،

- ألا يمس بالآداب العامة والنظام العام.

- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.

¹ مصطفى سلاي: حماية المستهلك وفقا لقانون 05/18 بالتجارة الإلكترونية، مداخلة في مؤتمر (المستهلك)، جامعة قلمة، 2018 ص5

حملات الاتصال العمومي

ب/ حماية المستهلك في القرارات الدولية والأممية

أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها 39/248 في نيسان 1985 المبادئ الارشادية لحماية المستهلك والتي هدفت الى:²

- * مراعاة مصالح واحتياجات المستهلكين في جميع الدول بحقهم بالحصول على منتجات غير خطيرة.
- * مساعدة البلدان على تحقيق ومواصلة توفير الحماية لسكانها كونهم مستهلكين.
- * تمهيد السبيل امام انماط الانتاج والتوزيع التي تلبى احتياجات المستهلكين ورغباتهم
- * تشجيع المستويات الرفيعة لأداب السلول للعاملين بإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها على المستهلكين
- * مساعدة البلدان على الحد من الممارسات التجارية المسيئة التي يتبعها أي من المؤسسات على الصعيدين الوطني او الدولي والتي تؤثر على المستهلكين تأثيرا ضارا
- * تسهيل انشاء جمعيات حماية المستهلك المستقلة.
- * تشجيع تطوير اوضاع السوق بحيث توفر للمستهلكين مجالات أكثر للاختيار وبأسعار أدنى
- * تعزيز التعاون الدولي في مجال حماية المستهلك
- * استنادا لما تقدم تم الطلب الى الحكومات اتباع سياسات حماية المستهلك وان تحدد اولوياتها وفقا للظروف الاجتماعية والاقتصادية التي تحقق احتياجات السكان ومصالحهم دون ان تقف هذه الاجراءات حواجز امام التجارة الدولية.

ج/ محاور حماية المستهلك:

يقوم مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية:³

1- المحور الرقابي: الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل والخداع بكافة صوره وأشكاله.

² عبد اللطيف بارودي: حماية المستهلك (المفاهيم والواقع)، لمعلومات اوفر انظر الرابط:

<https://www.mafhoum.com/syr/articles/baroudi/baroudi.htm>. تم الولوج يوم: 2023/10/12، على الساعة: 15.30

³ محمود محي الدين وسحر نصر: البعد الاقتصادي لحماية المستهلك، ورقة مقدمة لمنتدى المرأة وحماية المستهلك"، القاهرة، المجلس القومي للمرأة، 2005م، ص 28

مملات الاتصال العموي

2-المحورالتشريعي: وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد مظلة حماية لكافة حقوق المستهلك.

3-المحورالتثقيفيوالتعليمي والإرشادي للمستهلك:وهو الذي يقوم عليه رفع وعى المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية وخاصة الحماية الوقائية.