

**Class action
And its role in protecting against misleading
commercial advertising**

Prof. Aqeel Fadel Hamad Al-Dahan

Farid Haneen Jassim

College of Law / University of Basra

**الدعاوى الجماعية
ودورها في الحماية من الاعلان التجاري المضلل**

**الباحث
فريد حنين جاسم**

**أ.م.د. عقيل فاضل حمد الدهان
كلية القانون / جامعة البصرة**

Abstract :

The commercial advertising plays an important role in the promotion of goods and services and there is a lot of the problems raised by this advertisement if it was misleading and different from the fact and the main aim of it is to cheat the consumer, so must be existence the means which can use it by the consumer to protect himself against such fraud and by using the individual legal lawsuit by the costumer or by using the collective lawsuit by unions or associations. Such lawsuits need to have a special legal regulation gives the right to such institutions for speaking on behalf of the group and claim their rights.

We noted that Iraqi the legislation failed to give this role to such associations and unions with compared to what laws reached in the developed countries such as France

ملخص البحث:

يلعب الاعلان التجاري دورا مهما في الترويج للسلع والخدمات وهناك الكثير من المشاكل التي يثيرها هذا الاعلان ان كان مضللا ومغايرا للحقيقة والهدف الاساسي منه هو خداع المستهلك ، لذلك فلا بد من توفر وسائل يتمكن من خلالها المستهلك حماية نفسه من مثل هذا الخداع وهذه الوسيلة بالتاكيد تكون في صيغة دعوى قانونية والتي بدورها قد تكون فردية ، يتولاها المستهلك بنفسه ويرفعها باسمه امام المحاكم المختصة ضد من ضلله بالإعلان المضلل ، او قد تكون هناك دعاوى جماعية افضل من خوض المستهلك للمعركة بنفسه لمواجهة تلك الاعلانات المضللة وهو ما يسمى بالدعاوى الجماعية والتي تتولاها عادة الجمعيات التي تعنى بحماية المستهلك او النقابات التي تهتم كذلك بالدفاع عن حقوق اعضائها ، وبشكل خاص مع تزايد مخاطر الاعلانات المضللة والتي تحتاج لمواجهة الى جهد جهة منظمة لها القدرة على رفع الدعاوى والتحدث باسم الجماعة و لها القدرة على الوقوف بوجه جشع التجار بوسائل قانونية . ان مثل تلك الدعاوى تحتاج الى وجود تنظيم قانوني خاص يعطي الحق لمثل تلك المؤسسات للتحدث باسم الجماعة والمطالبة بحقوقهم ورفع الدعاوى بأسمائهم ، ولاحظنا عدم تلبية التشريعات العراقية لمثل ذلك الدور للجمعيات والنقابات مقارنة بما وصلت اليه قوانين الدول المتقدمة مثل فرنسا.

المحتويات:

المقدمة

المبحث الاول : ماهية الاعلان التجاري المضلل
المطلب الاول /تعريف الاعلان التجاري المضلل
المطلب الثاني / مصدر الاعلان التجاري المضلل

المبحث الثاني : دعاوى الجمعيات في اطار الحماية من الاعلان التجاري المضلل
المطلب الاول / دور الجمعيات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة
المطلب الثاني / شروط قبول دعاوى الجمعيات كوسيلة للحماية من الاعلان التجاري
المضلل

المبحث الثالث : دعاوى النقابات في اطار الحماية من الاعلان التجاري المضلل
المطلب الاول / دور النقابات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة
المطلب الثاني / شروط قبول دعاوى النقابات كوسيلة للحماية من الاعلان التجاري
المضلل

الخاتمة

قائمة المصادر

المقدمة:**اولاً: جوهر فكرة البحث**

لقد اصبحت الاعلانات التجارية في الوقت الحاضر من ابرز معالم الحياة التجارية من خلال الدور الذي تضطلع به في التعريف بالمنتجات او الخدمات والترويج لها بمختلف الوسائل سواءً أكانت ثابتة، كاللافتات الضوئية التي توضع في الطرق وعلى المباني والرسوم على الجدران، ام ما كان منها مكتوباً او مقروءاً كالصحف والمجلات والكتيبات الاعلانية والأغلفة والعبوات والنشرات التوضيحية، فضلاً عن الوسائل المرئية والسمعية والتي تتمثل بالإذاعة والتلفاز والسينما وشبكة الأنترنت، مما يعود بالفائدة على المستهلكين والتجار على حدٍ سواء، إذ يشكل الاعلان التجاري بالنسبة للمستهلك رسالة اعلانية توفر له قدرًا من البيانات والمعلومات التي تتيح له فعلاً معرفة افضل وادق بظروف السوق وتطوراته، وأنواع المنتجات والخدمات وخصائص كلٍّ منها، بما يمكنه الاختيار الافضل واشباع حاجاته دون عناء.

وعليه إذا كان الاعلان التجاري في نموذج الصديق يؤدي دوراً كبيراً في الترويج للمنتجات او الخدمات وفي اعلام المستهلكين بالمعلومات والبيانات الجوهرية الخاصة بالسلع والخدمات المعروضة بالسوق، إلا انه وفي الوقت نفسه يكون مجالاً خصباً للمنتجين والموزعين في اتباع اساليب المبالغة والإغراء في ابراز مزايا السلع ومحاسنها، متخطياً الحدود المسموح بها قانوناً، ليصل في كثير من الاحيان الى حد التضليل الذي من شأنه ايقاع المتلقي في اللبس او الغلط في اختياره للمنتجات والخدمات التي يروم الحصول عليها، والذي ما كان ليقدم عليها لو علم بحقيقتها، وعندئذ تظهر اضرار الاعلانات التجارية المضللة على المستهلك مما يقتضي توفير الحماية له من تلك الاعلانات، باللجوء الى القواعد العامة في القوانين المدنية، ولكون القواعد العامة في القانون المدني لا توفر الحماية الكاملة من اضرار الاعلانات التجارية، فضلاً عن ان المستهلك في اغلب الاحيان يلزم الصمت عن المطالبة بحقوقه، بسبب تكاليف اقامة الدعوى التي تكون مرتفعة وتحمل الجهد والوقت، لذلك يقتضي البحث عن مدى الحماية الجماعية التي توفرها الجمعيات عموماً وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة فضلاً عن النقابات.

ثانياً : أهمية البحث

١- التعرف على الوسائل القانونية الجماعية المتاحة للجمعيات والنقابات والتي يمكن للفرد من خلالها الحصول على حقه.

٢- ان الفرد ونتيجة للصعوبات التي يتعرض لها عند لجوئه الى القضاء للمطالبة بحقوقه والتي تتمثل ببطء الاجراءات وزيادة النفقات نجده يلزم الصمت في بعض الاحيان تفادياً لتلك الصعوبات، في حين ان الجمعيات والنقابات المهنية تكون لها القدرة على تحمل المخاطر واحتمال التكاليف وطول الاجراءات وبناءً على ذلك يكون من الضروري الاعتراف لجمعيات حماية المستهلكين ولنقابات التجار المهنية بالحق في رفع الدعوى امام القضاء المدني او الجنائي للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تلحق بالمستهلكين والتجار من جراء الاعلانات التجارية المضللة،

٣- عند ما تعلق الامر بجريمة فانه لا بد من بحث فكرة الاعتراف للجمعيات والنقابات المهنية بالحق في الادعاء بالحق المدني امام القضاء الجنائي وبما يجعل منها مساعداً حقيقياً للدولة ممثلة في سلطة الادعاء العام^(١) في ردع الاعلانات التجارية المضللة حتى في الحالات التي تقدر فيها سلطة الادعاء العام ان لا مبرر لتحريك الدعوى الجنائية تستطيع هذه الجمعيات والنقابات الادعاء المباشر لتحريك تلك الدعوى.

٤- ابراز اختلاف دعوى الجمعيات والنقابات المهنية عن الدعاوى الجماعية التي يقيمها عدة افراد او عدد من التجار معاً لطلب التعويض عن الاضرار التي لحقت بهم، إذ يختلف التعويض الذي يطلبه احد المتضررين في مقداره عن التعويض الذي يطلبه غيره، ففي الدعوى الجماعية يحدث عادة تعاون بين مجموعة من المتضررين من فعل واحد بعد وقوع الضرر ينتهي الى رفع الدعوى بصورة جماعية بهدف تجنب النفقات

التي يتحملها كلاً منهم فيما لو رفع الدعوى منفرداً، اما دعوى الجمعية او النقابة فهي تقام من قبل شخص معنوي موجود قبل وقوع الضرر ولا يطلب فيها التعويض عن كل متضرر على حده بل يكون باسم الجمعية او النقابة ولحسابها تعويضاً عن الضرر الذي لحق المصلحة الجماعية التي تمثلها.^(٢)

٥- المقارنة بين القانون العراقي وعدد من القوانين كالمصري والفرنسي بغية التعرف على مزايا تلك التشريعات في مجال الدعاوى الجماعية والحماية من الاعلانات المضللة والاستفادة من تلك التجارب القانونية في اغناء البحث وتصحيح وإكمال القصور في التشريع العراقي.

ثالثاً : مشكلة البحث

تتمثل المشكلة الاساسية للبحث في عدم معرفة المجتمع بصورة عامة وقصور التشريعات بصورة خاصة بدور منظمات المجتمع المدني المتخصصة كالجمعيات والنقابات في الدفاع عن حقوق المستهلكين واستخدام الوسائل القانونية المتاحة امام القضاء بشكل افضل للدفاع عن الافراد والحصول على حقوقهم وذلك كله بالاستناد الى فكرة (المصلحة الجماعية).

ولقد اثارت فكرة المصلحة الجماعية صعوبة كبيرة في تحديدها بوصفها تقع وسطاً بين المصلحة الفردية التي يتولى حمايتها الفرد المتضرر والمصلحة العامة التي تتولى حمايتها سلطة الامن العام في المجتمع ، فعلى الجمعية او النقابة حتى تستطيع مباشرة الدعوى ان تثبت ان هناك ضرراً لحق بالمصلحة الجماعية التي تمثلها وتسهر على حمايتها وان هذا الضرر مستقل ومتميز عن الضرر الذي يلحق بالمصالح الفردية للأعضاء ، والضرر الذي يلحق بالمصلحة العامة التي يمثلها الادعاء العام ، وبخلاف ذلك فان الدعوى لا تكون مقبولة ، وإذا كان الادعاء العام هو صاحب السلطة في تحريك الدعوى الجنائية كأصل عام لكونه مختصاً بالدفاع عن المصلحة العامة ، إلا ان هذا ليس مطلقاً وإنما مقيد عندما يتعلق الامر بالدعوى المدنية ، إذ لا يمكن له مباشرتها الا في الحالات التي نص عليها القانون وان كان الهدف من ذلك الدفاع عن المصلحة العامة (٣).

رابعا : نطاق البحث

سيكون مجال الدراسة القانون المدني والقانون التجاري مع التركيز على التشريعات الخاصة بالإعلانات ، ويهدف اغناء الموضوع ستكون الدراسة مقارنة بين القانون العراقي والقانونين المصري والفرنسي مستفيدين من الفقه والقضاء في تلك الدول ايضا للخروج بحصيلة يمكن من خلالها ان نؤشر مواضع النقص والقصور في التشريعات العراقية.

خامسا : تقسيم البحث

سيتم تقسيم البحث على ثلاثة مباحث ، نخصص الاول منها للتعرف بشكل عام على فكرة الاعلان التجاري المضلل من حيث تعريفه فضلا عن الجهات التي يمكن ان يصدر منه التضليل ، اما المبحث الثاني فسيكون لبحث دعاوى الجمعيات للحماية من الاعلانات التجارية المضللة والذي سنقسمه على مطلبين فالأول سيكون لبحث دور الجمعيات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة وسيكون الثاني لشروط قبول دعاوى الجمعيات بوصفها وسيلة للحماية من تلك الاعلانات ، اما المبحث الثالث والأخير فسيكون لبحث دعاوى النقابات للحماية من الاعلانات التجارية المضللة وسنقسمه ايضا على مطلبين سيكون الاول لبحث دور النقابات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة وسيكون الثاني لشروط قبول دعاوى النقابات بوصفها وسيلة للحماية من تلك الاعلانات ، مختتمين البحث بخاتمة تبرز اهم النتائج والتوصيات.

المبحث الاول

ماهية الاعلان التجاري المضلل

بداية وقبل الخوض في بحث دور الجمعيات والنقابات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة فانه لا بد من التعرف على ماهية الاعلانات المضللة والتي بسببها يحتاج الفرد الى حماية جماعية ، فضلا عن ضرورة بحث الجهات التي يمكن ان يصدر منها التضليل

الاعلاني بوسائله المختلفة والتي ستكون ستوجه الدعوى ضدها ، لذا سنقسم هذا المبحث على مطلبين نبحث في الاول تعريف الاعلان التجاري المضلل اما الثاني فسيكون لمصدر ذلك الاعلان التجاري المضلل.

المطلب الاول

تعريف الاعلان التجاري المضلل

يعرف التضليل لغةً بأنه: من ضلَّ، صيره الى الضلال، والضلال ضد الرشاد وتضليل الرجل نسبته الى الضلال^(٤) والتضليل هو الخداع^(٥) اما في الاصطلاح ، فان ما لاحظناه على المشرع العراقي انه لم ينظم الاعلان التجاري المضلل بموجب قانون خاص به ، ولم ينص عليه بصورة مباشرة في قانون حماية المستهلك ، مثلما فعلت اغلب التشريعات العربية لحماية المستهلك^(٦) وهذا يعد نقصاً تشريعياً يجب على المشرع معالجته ، وذلك لخطورة الاعلانات التجارية المضللة وما تلعبه من دور كبير في التأثير على اختيار المتلقي للسلع والخدمات، وجسامة الاضرار التي تسببها له، لذلك يجب على المشرع العراقي ان يحدد مفهوم الاعلانات المضللة او الخادعة ويبين ما هو كاذب وما هو مضلل في الاعلان التجاري^(٧).

اما عن موقف المشرع المصري من الاعلان المضلل فان المادة (١٦) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ نصت على السلوك الخادع بانه "الفعل او الامتناع من جانب المورد او المعلن الذي يؤدي الى خلق انطباع غير حقيقي او يؤدي الى وقوعه في غلط متى انصب السلوك على اي عنصر من العناصر المبينة في المادة (١٧) من اللائحة".

وقد بينت المادة (١٧) من اللائحة اعلاه بان الاعلان المضلل هو الذي يحصل بأية وسيلة كانت، أي الاعلانات بالوسائل التقليدية كالجرائد والمجلات والصحف او بالوسائل الالكترونية كالإعلان الذي يتم على شبكة الانترنت متداولاً منتجاً او خدمة ويتضمن عرضاً او بياناً او ادعاءً كاذباً او تمت صياغته بعبارات تؤدي بطريقة مباشرة او غير مباشرة الى الخداع او تضليل المستهلك، وقد حكمت هذه المادة بالتضليل والخداع متى ما تناول الاعلان اموراً معينة ذكرتها على سبيل المثال لا الحصر، ومن هذه الامور طبيعة السلعة او المنتج او وزنها او طريقة صنعها او شروط الاستعمال او محاذير الاستعمال او نماذج انتهاء الصلاحية او المواصفات الجوهرية للسلعة او العناصر التي تتكون منها وقد اسهب المشرع المصري بتعداد الحالات التي يتحقق فيها التضليل حتى ذكر حالة استعمال علامة تجارية او شعار دون وجه حق إذ اوجب على المعلن اثبات صحة المعلومات التي يتضمنها الاعلان^(٨).

مما تقدم يتضح ان المشرع المصري قد توسع في تعريف الاعلان التجاري المضلل ، وجعل كل من مصطلحي التضليل والخداع مترادفين ، ووفقا لذلك فالتضليل في الاعلان التجاري لا يقتصر على ذكر معلومات صحيحة ولكنها تصاغ بطريقة غامضة من شأنها ان تؤدي الى ايهام المتلقي ووقوعه في الغلط وانما يشمل كل بيان او ادعاء كاذب او اي امر اخر يؤدي بطريقة مباشرة او غير مباشرة الى خلق انطباع غير حقيقي لدى المتلقي.

أما المشرع الفرنسي فقد عالج التضليل الاعلاني في المادة (L.121-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر عام ١٩٩٣ والذي لم يفرق بين الاعلان التجاري الكاذب والمضلل لا من حيث العناصر التي يرد عليها التضليل ولا من حيث الاثر المترتب، اذ منعت كل اعلان يتضمن بأي شكل من الاشكال ادعاءات او اشارات او تقديم خاطئ او ذات طبيعة تؤدي الى الوقوع في الخطأ عندما يتعلق الامر بواحد او اكثر من العناصر الاتية: الوجود ، الطبيعة، الصفات ، التكوين ، النوعية ، العناصر الجوهرية ، المصدر، الكمية ، الطريقة وتاريخ الصنع ، الثمن، شروط البيع للسلع او الخدمات ، موضوع الاعلان ، شروط الاستعمال النتائج المترتبة نتيجة الاستعمال ، ودافع او طرق البيع او تقديم الخدمات ومضمون التعهد الذي يقوم به المعلن او صفات او قدرات المصنع ،البائع ، المعلن او مقدم الخدمات .

ومما تجدر الإشارة اليه ان القانون الفرنسي الخاص بالإعلان لسنة ١٩٦٣، كان ينص على شمول الاعلان على الادعاءات فقط، مما يترتب على ذلك انحسار الحماية الجنائية في مجال الاعلان التجاري المضلل على بعض اشكال الاعلانات التي تحتوي على رسومات او صور او مقاطع افلام او موسيقى .. والتي من شأنها ايصال افكار معينة الى الجمهور، وبصدور القانون الخاص بالإعلان عام ١٩٧٣، عالج هذه النقص وازاد حالات اخرى الى الادعاءات هي البيانات، او العروض وبذلك شملت كل الوسائل والاشكال المختلفة للإعلان^(٩) . أما في جانب الفقه فقد عُرف الاعلان التجاري المضلل بانه "الاعلان الذي لا يتضمن بيانات كاذبة الا انه مصاغ بعبارات من شأنها ان تؤدي الى خداع المتلقي"^(١٠) .

ويلاحظ ان هذا التعريف اعطى للإعلان المضلل مدلولاً خاصاً به ويميزه عن الاعلان الكاذب لكونه لا يتضمن بيانات كاذبة، وإنما يصاغ بعبارات غامضة توقع المتلقي في الخداع متجاهلاً ما ذهب اليه بعض التشريعات وأراء الفقه بأنه لا خلاف بين الكذب والتضليل لا من حيث الطبيعة، ولا من حيث الاثر كما انه ذكر عبارة المتلقي وهذا أمرٌ حسن لأن الاعلان التجاري لا يوجه الى المستهلكين فحسب وإنما يوجه الى اشخاص غيرهم كالتجار مثلاً. وعرفه اخر بأنه "كل اعلان يتم عرضه بطريقة تؤدي الى تضليل او من شأنها ان تؤدي الى تضليل المخاطبين به او المنافسين على نحو يلحق ضرراً بمصالحهم الاقتصادية"^(١١) .

ويتضح من هذا التعريف انه جاء شاملاً في ذكره كلمة التضليل وعليه يمكن ان يكون هذا الاعلان متضمناً مزاعم او ادعاءات من شأنها تزييف الحقيقة وإيقاع المتلقي في الغلط واللبس دون قصره على العبارات الغامضة او المبهمة، ولكن يؤخذ عليه أنه خلط بين الاعلان التجاري المضلل والاعلان المقارن الذي من شأنه الحاق الضرر بالمنافسين الاخرين اذا ما استخدم استخداماً غير مشروع كأن يقوم المعلن بالإساءة الى منتجات غيره وان يذكر مواصفات جيدة في منتجاته خلافاً للحقيقة وما يترتب على ذلك من اخلال بالمنافسة المشروعة، مع ما لهذا الاخير من مدلول خاص به ويمثل صورة مستقلة من صور الاعلانات التجارية غير المشروعة . ويمكن القول انه لا توجد تفرقة بين الكذب والتضليل في الاعلان التجاري، اي ان الاعلان التجاري المضلل والكاذب ذات مدلول واحد ، لان الاعلان المضلل هو ذلك الذي يتضمن بيانات او معلومات غير حقيقية او انها مصاغة بعبارات غامضة من شأنها تضليل المتلقي وخداعه ،

وبناءً على ذلك لا توجد اية تفرقة بينهما لا من حيث الطبيعة ولا من حيث الجزاء الذي يترتب على كلٍّ منهما ، إلا ان الفارق بينهما بالدرجة، فالتضليل في مرتبة اقل وضوحاً من الكذب، فهو يشمل الكذب بالضرورة لأنه اوسع منه نطاقاً.

ومما سبق يمكن ان نعرف الإعلان التجاري المضلل بأنه " الاعلان المتضمن ، بأية وسيلة كانت ، معلومات غير صحيحة او انها مصاغة بطريقة غامضة من شأنها تضليل المتلقي وخداعه".

وجدير بالذكر، ان التطور التكنولوجي الذي شهده العالم اليوم وما رافقه من ظهور التجارة الالكترونية التي اصبحت تتم عبر شبكة الانترنت وما صاحب ذلك من ازدياد معدلات الطلب على المنتجات والخدمات اصبحت الاعلانات التجارية الالكترونية تحتل مساحة كبيرة من العالم، إذ بدأ المعلنون يلجئون الى وسائل الاتصال الحديثة لطرح إعلاناتهم، لما تتميز به من اليسر والسهولة وقلة التكاليف ووصول الاعلانات الى اكبر شريحة ممكنة من الجمهور، ونتيجة لهذا التطور وما رافقه من كم هائل من الاعلانات الالكترونية، فقد تنوعت وتعددت اساليب وصور التضليل الاعلاني في التجارة الالكترونية، ومنها الاعلان الالكتروني المضلل، والذي يعمد فيه المعلن الى اخفاء الحقيقة عن الجمهور عن طريق ذكر بيانات غير حقيقية وهذا يمثل الجانب الايجابي للتضليل الالكتروني، او ان يخفي بيانات هامة عن السلعة ، وعليه فالإعلان التجاري الالكتروني المضلل لا يختلف عن الاعلان التقليدي إلا ان يتم عرضه بوسائل الكترونية^(١٢)

المطلب الثاني

مصدر الاعلان التجاري المضلل

يعد الاعلان احدي المهن التي تغطي قطاعاً واسعاً من قطاعات الأعمال وقد يعمل في ميدانه عدد كبير من المنشآت والأفراد كلاً منهم يؤدي دوراً مختلفاً يكمل ادوار الاخرين ، والإعلان يمكن ان يصدر من المعلن مباشرة ويحوي على التضليل او قد يكون التضليل صادرا من وكالة الاعلان ، والتضليل يمكن ان يصل الى المستهلك عن طريق وسائل اعلانية مختلفة ومتعددة كالمصقات التجارية واللافتات الاعلانية او وسائل اعلان مطبوعة او سمعية او مرئية او الوسائل الاعلانية الالكترونية الحديثة عن طريق المواقع الالكترونية (websites) او البريد الالكتروني (e-mail) برسالة عادية او بما يسمى الرسائل المزعجة (spam) . ومن ثم فان الاعلان وما يحويه من تضليل قد يصدر من المعلن مباشرة او من وكالة الاعلان وهذا ماسنبحته في ادناه:

اولاً / المعلن : عرفه المشرع العراقي بأنه " كل شخص طبيعي او معنوي يقوم بالإعلان عن سلعة او خدمة او الترويج لها بذاته او بواسطة غيره باستخدام اي وسيلة من وسائل الإعلان^(١٣)، كما عرفه المشرع المصري بأنه " كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة او خدمة او الترويج لها بذاته او بواسطة غيره باستخدام اي وسيلة من الوسائل"^(١٤).

اما في الفقه فقد عُرف المعلن بأنه كل منظمة عامة او خاصة تقرر استعمال الاعلان كوسيلة اتصالية لتوجيه رسالة معينة الى جهة محددة من الجمهور مع تحمل الاعباء المالية والنتائج^(١٥)، وعرفه اخر بأنه كل منتج او مستورد للسلع والخدمات التي يجري التعامل فيها والذي يقوم بنفسه او عن طريق وكالة الاعلان بشراء حيز او وقت للإعلان من وسائل نشر الاعلان بقصد التعريف بالسلعة والترويج لها^(١٦)، إلا ان هذا التعريف جاء شاملاً بجعله المعلن هو المنتج او الموزع الذي قد يكون شخصاً طبيعياً او معنوياً كالشركات العامة او الخاصة.

ومما تقدم يتضح أنّ المعلنين هم منتجوا البضائع والخدمات او الذين يتعاملون فيها بالتوزيع، ويستوي في ذلك ان يكونوا تجار جملة او تجزئة او وكلاء تجاريين او وكلاء بالعمولة، والذين يسعون الى التعريف بمنتجاتهم وخدماتهم عن طريق شراء الحيز الاعلاني من وسائل نشر الاعلانات كما يقوم بعض الافراد بشراء الاعلانات دون ان يكونوا تجاراً او قد تقوم بالإعلان جهة حكومية او خاصة لا تستهدف تحقيق الارباح وقد يتولى المعلن نشاطه الاعلاني بنفسه بواسطة ادارة متخصصة تسمى ادارة الإعلان او ان يعتمد بنشاطه الاعلاني الى وكالة اعلان تتوب عنه بتخطيط وتنسيق وتنفيذ خطته الاعلانية وعليه فان المعلن سواءً تولى عمله بنفسه ام عهد بنشاطه الاعلاني الى وكالة اعلان يجب ان يتوافر لديه جهاز يتولى وظيفة الاعلان^(١٧).

ثانياً / وكالات الإعلان إنّ الاعلان اما أن يتم عن طريق ادارة الاعلان لشركة او وكالة اعلان خارجية ، فوكالات الإعلان منشأة متخصصة تعمل في خدمة النشاط الاعلاني للمعلنين وتتولى عنهم عملية تخطيط وتنفيذ الحملات الاعلانية او تشتري لهم الحيز الاعلاني من دور النشر وتتم المفاضلة بين هذين البديلين في ضوء الامكانيات المتاحة، وحجم ادارة الاعلان

بالشركة ، والأفراد القائمين على الاعلان بها، وتقوم الوكالة بدور الوسيط بين المعلن ووسائل الإعلان ويوجد فيها عدد كبير من المتخصصين في فن وإدارة الاعلان فضلاً عن امكانيات البحث والمعلومات والبيانات عن السوق وظروف المنافسة ووسائل الإعلان ما لا يمكن ان يوجد في ادارة الاعلان التابعة للشركة^(١٨)، والتعامل مع وكالات الاعلان يؤدي الى الاقتصاد في نفقات الإعلان مما يعود بالفائدة على المعلنين بوجه خاص والمجتمع بوجه عام، لأن جهاز الوكالة يستطيع ان يخدم عدداً كبيراً من المعلنين ويوفر الكثير من النفقات التي يتحملها كلٌ منهم، لو قام بإدارة نشاطه الاعلاني منفرداً والى جانب ذلك يستفيد المعلنون من جهود الفنيين والاختصاصيين الذين يعملون في وكالات الاعلان مما يؤدي الى ارتفاع مستوى الخدمات الفنية التي تتطلبها اعماله^(١٩).

وعلاوة على ذلك فالمعلن عندما يعهد بنشاطه الاعلاني الى وكالة الاعلان فأنها توفر له الجهد والوقت الذي يبذله في مقابلة مندوبي الاعلان الذين يسعى كلٌ منهم للحصول على اكبر قدر ممكن من مخصصات الاعلان لوسائل النشر التي يمثلها، فيقدم هذا المندوب خدماته متحيزاً لوسائل النشر التي يعمل بها، اما عند تعامل المعلن مع وكالة الاعلان التي تتسم بعدم التحيز لوسائل نشر معينه وتقدم نصائحها وإرشاداتها للعميل بما يتفق مع مصلحة نشاطه^(٢٠).

اما المستفيد الثاني من وكالات الاعلان فهي دار نشر الإعلان إذ تستفيد من الدراسات التي تعدها الوكالة عن المستهلكين ورغباتهم والوسائل التي تجذبهم، فضلاً عن ان دار النشر في الغالب تفضل التعامل مع وكالة معينة بدلاً عن التعامل مع عدد كبير من المعلنين اذ ان لكل وكالة اعلان طابعاً معيناً، ويقلل ذلك من الجهد الحسابي والإداري في دار نشر الاعلانات وترويج الاعلان مما يعود بالنفع على سوق المستهلك^(٢١)، وتوجد ثلاثة انواع لوكالات الاعلان:

١. وكالة الاعلان الوسيط : وهي وكالة يقتصر عملها على القيام بالوساطة بين المعلن والقائمين على تصميم وإعداد وتنفيذ الاعلان وأدوات نشره .
٢. وكالة الاعلان المتكاملة : يعد هذا النوع من اهم الوكالات ، وهي في الغالب وكالات كبيرة تتوافر لديها امكانيات وجهاز فني متخصص له القدرة على تقديم خدمات متكاملة وتولي كل ما يتعلق وبالاعلان اذ يتوفر لديها مجموعة من الفنانين والنقاشين والخطاطين والمتخصصين ببرامج الحاسوب وغيرهم ممن يتولون اعداد وتصميم وإخراج الاعلان والاتصال بأداة النشر .
٣. وكالة الاعلان المتخصصة : وهي تلك الوكالة التي تختص بنوع واحد او اكثر من انواع الاعلان او في مرحلة من مراحلها تكون متخصصة بابتكار وتصميم الإعلان ولكنها تعهد الى وكالة اخرى بشراء الحيز الاعلاني^(٢٢).

المبحث الثاني

دعوى الجمعيات في اطار الحماية من الاعلان التجاري المضلل

إن دعوى الجمعيات من اهم طرق الحماية للمستهلك في مجال الاعلانات التجارية المضللة في الحالات التي يتعرض فيها للأضرار الناشئة عن تلك الاعلانات لما تحتويه من بيانات غير حقيقية عن المنتجات او الخدمات التي يتعاقد عليها لغرض تلبية حاجاته العائلية، الا ان الاعتراف للجمعيات في اقامة الدعوى امام القضاء لم يكن موضع اتفاق بين التشريعات والفقه والقضاء لاصطدامه بعقبات منها المصلحة العامة، لذا يحسن بنا في هذا المقام ان نبين احقية تلك الجمعيات في الدفاع عن مصالح المستهلكين ومدى الاعتراف بهذا الحق في التشريع العراقي والتشريعات المقارنة، لذلك سوف نقسم هذا المبحث الى مطلبين سنبيين في الاول دور الجمعيات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة، اما المطلب الثاني فسوف نخصه للشروط الواجب توافرها لقبول تلك الدعوى وعلى النحو الاتي.

المطلب الاول

دور الجمعيات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة

عرف قانون الجمعيات العراقي رقم " ١٣ " لسنة ٢٠٠٠، الجمعية بانها " جماعة ذات صفة دائمة مكونة من عدة اشخاص طبيعية او معنوية لغرض غير الربح المادي، ويشمل ذلك النوادي الاجتماعية"^(٢٣).

كما عرف قانون الجمعيات والمؤسسات الاهلية المصري الجمعية بانها " كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة او غير معينة تتألف من اشخاص طبيعيين او اشخاص اعتبارية او منهما معاً لا يقل عددهم في جميع الاحوال عن عشرة وذلك لغير الحصول على ربح مادي"^(٢٤). والجمعية هي شخص معنوي تكون له ذمة مالية مستقلة عن ذمم المكونين له^(٢٥)، ويبرز دور الجمعيات عند المطالبة بحقوق اعضائها امام القضاء، اي في صفة تلك الجمعيات في رفع الدعوى، ففي ما يتعلق بموقف التشريعات من احقية الجمعيات في رفع الدعاوى للدفاع عن المصلحة الجماعية لأعضائها، فلا يوجد نص في القانون المدني العراقي او قانون الجمعيات العراقي او قانون حماية المستهلك العراقي يقرر الحق للجمعيات بإقامة الدعاوى امام القضاء للمطالبة بالحقوق او الدفاع عن المصالح المشتركة لأعضائها، سوى ما تقرر للجمعية وفقاً للقواعد العامة باعتبارها شخص معنوي ان ترفع الدعوى للمطالبة بحقوقها الخاصة كشخص معنوي، وهذا يعد نقصاً تشريعياً ندعو المشرع العراقي ان يتداركه بإيراد نصوص صريحة تعطي للجمعيات بصورة عامة ولجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة الحق في اللجوء الى القضاء للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية لتلك الجمعيات من جراء الاعلانات التجارية المضللة، لان الاعتراف لها بهذا الحق يجعلها تؤدي دوراً فعالاً في توفير الحماية الجماعية للمستهلكين.

وكذلك الحال في التشريع المصري فان دعاوى الجمعيات لم تحض بعناية المشرع بالمستوى الذي يجعلها تؤدي دوراً مميزاً لحماية المصلحة الجماعية لأعضائها، فانه وفقاً للقواعد العامة في القانون المدني المصري يجوز للجمعية بوصفها شخص معنوي له ذمة مالية مستقلة ان ترفع الدعوى للمطالبة بحقوقها الخاصة كشخص معنوي^(٢٦)، اما بالنسبة للدعاوى التي ترفع دفاعاً عن المصلحة العامة المشتركة لأعضاء الجمعية، او عن الغرض الذي أنشأت من اجله، فقد اختلف بصددها الفقه والقضاء المصري، فقد ذهب القضاء المصري في اغلب قراراته الى عدم جواز الاعتراف للجمعيات بصفة عامة لإقامة الدعاوى دفاعاً عن المصالح الجماعية لأعضائها، معللاً ذلك في ان الاعتراف للجمعيات بهذا الحق يعد مساساً بسلطة النيابة العامة التي خولها القانون هذه الصفة في الدفاع عن المصالح العامة باعتبارها ممثلة عن المجتمع.^(٢٧)

وعلى النقيض من ذلك فان غالبية الفقه المصري يذهب الى ضرورة الاعتراف للجمعيات بالحق في الدفاع عن المصالح الجماعية المشتركة لأعضائها، او دفاعاً عن المصالح التي قامت من اجلها، والقول بغير ذلك يعني غل يد الجمعية عن تحقيق الاهداف التي قامت من اجلها او وقف الاعتداء على هذه الاهداف، كما طالب الفقه بان يتدخل المشرع بنص صريح يخول الجمعيات الحق في الادعاء مدنياً لتعويض الاضرار التي تمس المصالح الجماعية لهذه الجمعيات، مغللين ذلك ان السماح بتأسيس الجمعيات وفقاً لأحكام القانون ثم غل يدها عن التقاضي دفاعاً عن مصالح اعضائها يعني اعطاء الحرية لها في اليد اليمنى وسلبها في اليد اليسرى، ثم ان اعتراف المشرع للجمعية بالشخصية المعنوية والدفاع عن مصلحة جديدها، يستلزم الاعتراف لها بالحق في رفع الدعاوى لحماية هذه المصلحة، لان الدعوى تعد وسيلة لحماية الحق ولا حق بلا حماية قانونية، واهم اشكال الحماية القانونية هي الدعوى^(٢٨)، الا ان البعض من الفقه كان يتحفظ بشأن الاعتراف للجمعيات بحق الادعاء المدني للمطالبة بتعويض الاضرار التي تمس المصالح الجماعية التي تمثلها الجمعية بحجة انه لا يصح القياس على النقابات العمالية التي منحها القانون هذا الحق صراحة في حين سكت المشرع من اعطائه للجمعيات، فلا يجوز تفسير السكوت الا في حدود المبدأ العام، فضلاً عن ذلك فان المشرع المصري قد منح هذا الحق للنقابات العمالية بصورة استثنائية، والاستثناء كقاعدة عامة لا يقاس عليه ولا يجوز التوسع في تفسيره^(٢٩).

وقد بقي الحال هكذا في ظل غياب النصوص التشريعية التي تجيز للجمعيات بصفة عامة وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة من ممارسة دورها الفاعل في الدفاع عن المصالح الجماعية لأعضائها لما يتعرضون له من الاضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة، ولكن مع ذلك شهدت فترة التحول الى النظام الاقتصادي الحر في السوق المصرية تحركات مباشرة في حماية المستهلك، إذ قامت اول جمعية في مصر عام ١٩٨٩، ثم تلتها الجمعية المركزية لحماية المستهلك عام ١٩٩٤، والتي ضمت عدداً مميّزاً من المثقفين في مصر وبدأت هذه الجمعيات تتزايد حتى بلغ عددها (٢٧) جمعية مختصة بحماية المستهلك^(٣٠)، والتي تعد الاساس في توفير الحماية له، الا انه في الواقع العملي نجد ان دور هذه الجمعيات غائب، واستمر هذا الوضع الى حين صدور قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

وبالرغم من حداثة هذا القانون إلا أنه يعد تطوراً ملحوظاً في هذا الشأن، إذ يعد نص المادة (٢٣)(٣١)، من النصوص التي تعمل بحق على حماية المستهلكين وتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى امام القضاء دفاعاً عن حقوق المستهلكين وكذلك تلقي الشكاوى من المستهلكين والتحقق منها ومحاولة ازلتها^(٣٢).

ويعد هذا القانون نقلة نوعية في مجال حماية المستهلك، الا ان ما يؤخذ عليه انه لم يكن واضحاً، عندما اجاز لجمعيات حماية المستهلك مباشرة الدعاوى امام القضاء للدفاع عن مصالح المستهلكين، هل المقصود بها الدعاوى الجنائية ام المدنية، وما الاساس الذي يبنى عليه قبول هذه الدعاوى منها بالرغم من عدم وجود وكالة من المستهلكين؟ وهل يمكن لهذه الجمعيات مباشرة هذه الدعاوى بالرغم من عدم وجود نص للفصل في المنازعات التي تنشأ بين المستهلك والمعلن، واذا كان هذا القانون قد اجاز لجمعيات حماية المستهلك مباشرة هذه الدعاوى، فهل يمكن لها ان تباشرها بصفة عامة وفي جميع الجرائم التي يترتب عليها ضررٌ بالمستهلك، او تعرض مصالحه للخطر، ام ان الامر قاصر على الجرائم المتعلقة بهذا القانون فقط^(٣٣).

ويبدو من خلال البحث في ثنايا هذا القانون ولائحته التنفيذية انه لم يتعرض للإجابة عن هذه التساؤلات، مما يوحي ان هذه الاجابة سوف يكشف عنها الواقع العملي، والذي يبدو غامضاً ايضاً، إذ يشهد هذا الواقع ضعف الخبرة لدى الجمهور المستهلكين وعدم قدرة غالبيتهم على فهم ابعاد السلوك الاجرامي وكيفية مواجهته، لعدم وضوح الجريمة في كثير من الاحيان، فمثلاً في مجالات الاتفاق غير المشروع بين المنتجين والموزعين والتي تتم بهدف رفع اسعار المنتجات او الخدمات عن طريق الاعلان بانها تحمل مواصفات وتقنيات تضاهي السعر الذي عرضت به على خلاف الحقيقة، ومن ثم زيادة الارباح التي يتحملها المستهلك وحده، فان هذه الجريمة لا تتسم بالوضوح الكافي الذي يجعل المستهلك يحرك ساكناً، سواء بالشكوى الى جمعيات حماية المستهلك، او تحريك الدعوى من هذه الاخيرة، وحتى لو حركت الدعوى فإلى من تتجه في ظل تعدد الفاعلين لهذه الجريمة^(٣٤).

ومن الجدير بالذكر ان قانون حماية المستهلك اللبناني وعلى خلاف قانون الجمعيات، قد اعطى لجمعيات حماية المستهلك الحق في اقامة الدعاوى امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، ومن ثم فإذا ما تعرضت المصلحة الجماعية للخطر، فلها الادعاء امام المحاكم للمطالبة بحقوقهم، وتعويضهم عن الاضرار التي لحقت بهم^(٣٥).

اما في فرنسا فقد كان هناك تردداً في الاعتراف بأحقية الجمعيات عموماً وجمعيات حماية المستهلك في اقامة الدعاوى امام المحاكم الفرنسية دفاعاً عن المصالح الجماعية لأعضائها، إذ كان سبب التردد في بادئ الامر هو عدم وجود نص صريح يعطي الحق لتلك الجمعيات في الادعاء المدني امام القضاء الجنائي عن الاضرار التي تلحق بأعضائها، لذلك صدرت عن القضاء الفرنسي احكام عديدة ذهبت الى عدم قبول الدعاوى المرفوعة من الجمعيات والذي كان هدفها الدفاع عن مصالح المستهلكين استناداً الى تخلف الصفة^(٣٦).

وبصدور قانون (٢٧) ديسمبر ١٩٧٣، المعروف باسم قانون (Royer)، حسم المشرع الفرنسي التردد الذي كان سائداً بسبب غياب النص، إذ منح جمعيات حماية المستهلك المسجلة والمعتمدة حق اللجوء الى القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين^(٣٧)، ويعد هذا القانون الاساس الاول للدعاوى الجماعية التي تباشرها جمعيات حماية المستهلك، إذ نصت المادة (٤٦) منه على انه "يمكن لجمعيات حماية المستهلك المرخص لها ان تباشر امام المحاكم بجميع انواعها الدعاوى المدنية التي تتعلق بالأعمال التي يترتب عليها ضرر مباشر او غير مباشر بالمصلحة الجماعية المشتركة للمستهلكين"^(٣٨).

يتضح من خلال ذلك ان هذا القانون اشترط على الجمعية لكي تمارس حقها في اقامة الدعاوى امام القضاء ان يكون هناك ضرراً يصيب المصلحة الجماعية ويستوي في ذلك ان يكون مباشراً او غير مباشر، لذلك يجب التفرقة بين المصلحة الجماعية والمصلحة الاجتماعية، إذ يقصد بالأولى مصلحة مجموع المستهلكين الذين تمثلهم الجمعية، اما المصلحة الاجتماعية فهي مصلحة عامة تتولى النيابة العامة تمثيلها عند حدوث ضرر اجتماعي، وهذا يكون خارجاً عن اختصاص الجمعيات بإقامة الدعوى في حالة حدوثه، فالإعلانات التجارية المضللة متى

كان من شأنها المساس بالمصلحة الجماعية للمستهلكين فان ذلك يعطي الجمعيات المعنية بحمايتهم الحق بالادعاء المدني وعلى العكس من ذلك لا يكون للجمعيات ان تدعي مدنياً لتعويض الاضرار الناجمة عن الاعلانات المضللة التي تمس بالمصلحة الاجتماعية او المصلحة العامة للمجتمع^(٣٩).

وقد اجتهد القضاء الفرنسي في تفسير نص المادة(٤٦) من تقنين الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٧٣، إذ اصدرت محكمة النقض الفرنسية الدائرة المدنية حكماً بتاريخ ١٦ يناير ١٩٨٥ يفسر نص المادة اعلاه ان الدعوى المدنية التي ورد النص عليها يجب ان يقصد بها فقط تعويض الضرر الناتج عن جريمة جنائية بسبب مخالفة نصوص قانون العقوبات^(٤٠)، وقد انتقد البعض من الفقه^(٤١)، هذا التفسير، إذ يرى انه في حالة وقوع جريمة جنائية فإن الذي يؤخذ بنظر الاعتبار هو الضرر الذي اصاب المصلحة الجماعية، دون الاهتمام بالأضرار التي تتعرض لها المصالح الجماعية للمستهلكين كما انه في حالة عدم وجود جريمة جنائية فإن جمعيات حماية المستهلك لا تكون قادرة على الادعاء امام القضاء من الممارسات التعسفية التي يتعرض لها المستهلكين.

وبعد ذلك صدر القانون رقم(٨٨-١٤) الصادر في(٥) يناير ١٩٨٨ الذي اعاد تنظيم الدعاوى القضائية التي يكون لجمعيات حماية المستهلك مباشرتها امام القضاء^(٤٢)، ويعد هذا القانون تقدماً ملحوظاً، إذ انه يمكن جمعيات حماية المستهلك من الحصول على احكام قضائية بوقف او الغاء التصرفات غير المشروعة، والشروط التعسفية التي تمس مصالح المستهلكين من جراء الاعلانات التجارية المضللة^(٤٣).

وقد اكد هذا القانون على دور جمعيات حماية المستهلك في اقامة الدعاوى للدفاع عن مصالح المستهلكين عندما يتعرض عدد منهم الى الاضرار المادية التي تحدث بفعل المعلن الذي يكون في الغالب مهني متخصص، ويكون مصدر هذه الاضرار مشتركاً، إذ اعطى هذا القانون لكل جمعية، معتمدة ومعترف لها بالصفة التمثيلية متى كانت حاصلة على وكالة من قبل اثنين

من المستهلكين على الأقل الحق في الادعاء، بالحق المدني امام اية جهة قضائية باسم هؤلاء المستهلكين بشرط ان تكون الوكالة مقدمة كتابة من قبل كل مستهلك^(٤٤).

ولم يقف المشرع الفرنسي عند حد الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بالادعاء المدني امام اية جهة قضائية دفاعاً عن المصالح الجماعية للمستهلكين عند تعرضها للأضرار الناجمة عن الاعلانات المضللة، بل انه اعطى للجمعيات الاسرية ايضاً الحق في الدفاع عن المصالح المعنوية والمصالح المالية للأسرة، من ضرر تلك الاعلانات، وذلك بمقتضى نص المادة (١/٦) من القرار الوزاري الصادر في ٣ مارس ١٩٤٥، لان الاعلانات التجارية المضللة بما تحتويه من بيانات يمكن ان تمس المصالح المعنوية للأسرة، إذا كان من شأن هذه البيانات الحط او التحقير من دور الاسرة في المجتمع، فضلاً عن مساسها بالمصالح المادية والمالية للأسرة، وخصوصاً ربة المنزل التي تعد المستهلك الاول للسلع والخدمات واول الذين يتأثرون بالإعلانات التجارية، فإذا تضمنت بيانات مضللة عن السلعة او ثمنها او نوعيتها او المنفعة الاقتصادية لاستعمالها، فإن ذلك يمس بالضرورة المصلحة المالية للأسرة^(٤٥).

خلاصة القول ان القوانين العراقية ذات الصلة كقانون الجمعيات العراقي وقانون حماية المستهلك يفتقر الى نص تشريعي يعترف للجمعيات بصفة عامة ولجمعيات حماية المستهلك بالادعاء مدنياً امام القضاء للمطالبة بحقوق المستهلكين، او الدفاع عن مصالحهم في مواجهة الاعلانات التجارية المضللة، بالرغم من انشاء العديد من الجمعيات التي تعني بحماية المستهلك، والتي كان لها صوت مسموع وانشطة اعلامية وندوات ومؤتمرات، منها الجمعية الوطنية لحماية المستهلك والتي تأسست في ٢٠٠٣/٦/٨، والجمعية العراقية للدفاع عن حقوق المستهلك، والجمعية العراقية للتغذية وسلامة المستهلك والتي أنشئت استناداً الى قانون الجمعيات العلمية رقم (٥٥) لسنة ١٩٨١^(٤٦)، والتي لم يكن لها دور بارز في الادعاء المدني امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، وكذلك الحال في مصر فقد خلا قانون الجمعيات المصري من نصوص تشريعية تعترف للجمعيات بهذا الحق، الى حين صدور قانون حماية المستهلك الذي تضمن نصاً يقضي بحق تلك الجمعيات بالتقاضي امام المحاكم للمطالبة بحقوق المستهلكين، الا ان هذا القانون لم يكن واضحاً وصريحاً، وقد تعالت اصوات الفقه المصري للمطالبة بضرورة الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بأحقية الدفاع عن المصالح الجماعية

للمستهلكين، ومع ذلك بقي القضاء المصري متردداً في قبول الدعاوى التي تقيمها تلك الجمعيات، بخلاف المشرع الفرنسي الذي اعترف لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات الاسرية بالدفاع عن المصالح الجماعية لأعضائها امام الجهات القضائية للمطالبة بالتعويضات اللازمة لجبر الضرر، بموجب نصوص صريحة، مما جعلها تؤدي دوراً كبيراً في رعاية حقوقهم.

المطلب الثاني

شروط قبول دعاوى الجمعيات كوسيلة للحماية من الاعلان التجاري المضلل

بعد ان بينا موقف المشرع العراقي والتشريعات المقارنة من احقية الجمعيات بصفة عامة، وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة في اقامة الدعاوى دفاعاً عن المصالح الجماعية للمستهلكين للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس تلك المصالح من جراء الاعلانات التجارية المضللة، فان المشرع الفرنسي بالرغم من اعترافه لتلك الجمعيات بإقامة الدعاوى امام القضاء، الا ان هذا الاعتراف لم يكن مطلقاً، وانما مقيد بشروط محددة يجب توافرها في الدعوى، والا فلن تكون مقبولة، منها ما هو شكلي، والاخر موضوعي إذ اشترطت المادة (1-421.L) من تقنين الاستهلاك الفرنسي^(٤٧) لرفع الدعوى من قبل جمعيات حماية المستهلك ان تكون تلك الجمعيات مرخصاً لها بذلك، وشرط الترخيص يعد من الشروط الشكلية، اما الشروط الموضوعية فأنها تتمثل بوجود الضرر المباشر او غير المباشر الذي تتعرض له المصالح الجماعية للمستهلكين، فضلاً عن توفر شرط موضوعي اخر، هو ان يشكل العمل الذي اصاب المصالح الجماعية للمستهلكين جريمة جنائية، وهذا مالم يتضمنه قانون (Royer)، ولأهمية تلك الشروط بشقيها الشكلي والموضوعي الذي يعد توافرها شرطاً اساسياً لقبول الدعاوى التي تقيمها تلك الجمعيات في اطار الاعلانات التجارية المضللة، لذا سنسلط الضوء عليها في الفقرتين الاتيتين.

اولاً- الشرط الشكلي (الإذن او الترخيص)

اشترط قانون الاستهلاك الفرنسي في المادة (L.421.1) منه ان تكون الجمعية مرخصاً، او مأذوناً لها بتمثيل مصالح المستهلكين حتى يتسنى لها رفع الدعوى المدنية امام الجهات القضائية للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي يتعرض لها المستهلكين من جراء الاعلانات المضللة.

ويشترط أيضاً لصدور الترخيص لجمعيات حماية المستهلكين، ان تكون تلك الجمعيات مستقلة استقلالاً تاماً عن جميع النشاطات المهنية التي تمارس في مجال الانتاج او تقديم الخدمات لقطع الطريق على بعض الجمعيات المزيفة التي تضم بين اعضائها مهنيين يعمدون الى مخالفات تضر بمصالح المستهلكين بما يقومون به من تضيق الخناق على شكوهم^(٤٨).

ويشترط في منح الاذن ان تكون الجمعية قد مارست اعمالها في حماية مصالح المستهلكين لمدة لا تقل عن سنة قبل التقدم بطلب الحصول على الترخيص من الجهات المختصة، ويجب ان تكون مارست خلال هذه الفترة أنشطة مهمة ومؤثرة في الدفاع عن مصالح المستهلكين، وقد يكون الترخيص الذي يمنح للجمعيات التي تمثل مصالح المستهلكين عاماً بالنسبة للجمعيات القومية التي تمارس نشاطها في الدولة عموماً، ويمكن ان يكون الترخيص محدداً بالنسبة للجمعيات الإقليمية او المحلية التي تمارس نشاطها في اقليم معين او في مجال محدد، ويبدو ان الشروط اللازمة لمنح الترخيص بالنسبة للجمعيات المحلية محددة النشاط تتشابه مع تلك الشروط المقررة بالنسبة للجمعيات القومية، وقد انتقد البعض وجوب الترخيص في اقامة الدعوى المدنية عن الاضرار الجماعية، بعدّ هذا الشرط يتناقض مع انظمة الاقتصاد الحر، ويعيد الى الازهان سيطرة الدولة على الانشطة الاجتماعية، لذلك قررت اللجنة المشكلة لتعديل قانون الاستهلاك العدول عن شرط الترخيص والاكتفاء بصدور قرار وزاري بالنسبة للجمعيات القومية، وقرار من ممثل السلطة في الاقليم بالنسبة للجمعيات الاقليمية، وقد سعت لجنة التعديل على ان يكون القرار محدد ولمدة معينة حتى يتم التأكد فيما إذا كانت الجمعية تمثل مصالح المستهلكين ام لا، فضلاً عن عدم التوسع في منح قرارات التمثيل لكافة الجمعيات القائمة على حماية المستهلك لان ذلك يؤدي الى نتائج عكسية منها المغالاة في ممارسة حق الادعاء المدني^(٤٩).

ثانياً – الشروط الموضوعية:

ان توافر الشرط الشكلي والذي يتمثل بالأذن او الترخيص لا يعد كافياً لقيام الجمعيات المعتمدة بإقامة دعاوى امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين عند تعرضها للخطر نتيجة الاعلانات التجارية المضللة، بل لابد ان تتحقق الى جانب الشرط الشكلي، شروط موضوعية نص عليها تقنين الاستهلاك الفرنسي، وهي ان يكون هناك ضرر مباشر او غير

مباشر يمس المصالح الجماعية للمستهلكين، وان يكون الفعل الذي يشكل مساساً بالمصلحة الجماعية للمستهلكين جريمة جنائية^(٥٠)، وهذا ما سنوضحه تباعاً.

١- الضرر الجماعي المباشر او غير المباشر:-

تضمن نص المادة(١/٤٢١) من تقنين الاستهلاك الفرنسي سالفه الذكر شرطاً يجب توفره حتى يكون للجمعيات الحق في اقامة الدعوى الجماعية، هو الضرر المباشر او غير المباشر الذي يمس المصلحة الجماعية للمستهلكين، فالمتضرر من الاعلانات التجارية المضللة لا يمكنه المطالبة بالتعويض وفقاً لقواعد المسؤولية العقدية الا عن الضرر المباشر المتوقع إذا تعاقد مع المعلن تحت تأثير تلك الاعلانات، اما إذا لم يكن طرفاً في العقد ولحقه ضرر من الاعلانات التجارية المضللة، فإنه يستطيع المطالبة بالتعويض طبقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية سواء كان ذلك الضرر متوقعاً ام غير متوقع^(٥١)، اما فيما يتعلق بجمعيات حماية المستهلك فقد لاحظنا ان المشرع الفرنسي قد وسع من نطاق رابطة السببية لتعلق الامر بالمصلحة الجماعية^(٥٢)، وحسناً فعل لان القول بغير ذلك يضيق من نطاق الحماية الجماعية للمستهلكين، عند تعرض مصالحهم المشتركة الى الاضرار من جراء الإعلانات التجارية المضللة.

وقد اثارت مسألة الاختلاف بين الضرر الجماعي الذي يبرر الدعوى الجماعية، والضرر الاجتماعي الذي يصيب المجتمع، الجدل والنقاش واختلقت بشأنها الاحكام القضائية، فقد اصدرت محكمة باريس حكماً في (١١) مايو ١٩٨٣، بان جمعيات حماية المستهلك لا يكون لها اقامة الدعاوى امام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية للمستهلكين، إلا في الحالات التي تعد خرقاً لنص المادة(٤٤) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٧٣، التي تنص على تحريم الاعلانات التجارية المضللة، وكذلك نصوص قانون تحريم الغش والخداع(اول اغسطس ١٩٠٥)، وفي حكم اخر للمحكمة العليا الفرنسية، إذ قررت في(٤) يناير، ١٩٨٤ حكماً مغايراً لما ذهبت اليه محكمة باريس، وجاء في قرارها ان خرق النصوص القانونية المتعلقة بالصحة العامة يمكن ان يترتب عليه نوعان من الاضرار، اولها اجتماعية تمس المصلحة العامة وتمثلها النيابة العامة، وثانيهما جماعية تمس المصالح الجماعية للمستهلكين^(٥٣).

ومهما يكن من امر هذا الخلاف، نعتقد بأحقية ما ذهب اليه البعض من الفقه^(٥٤) بالقول، ان مخالفة النصوص القانونية الآمرة يمكن ان ينجم عنها ضرر فردي يصيب افراداً من الناس، وضرر اجتماعي يمس المجتمع كلاً، وضرر جماعي يصيب المصالح الجماعية لمجموعة معينة تمثلها جمعية ما، وتخولها الحق في رفع الدعوى الجماعية بشرط ان يكون الهدف من الدعوى الدفاع عن مصالح متميزة عن المصلحة العامة للمجتمع بأسره.

وقد ذهبت محكمة استئناف باريس في قرار لها، ان الضرر الجماعي يمكن ان يحدث عند الاعتداء على حق يحميه القانون المدني او الجنائي، وجاء في حيثيات الحكم ان المصالح الجماعية للمستهلك "العميل" قد لحقها ضرر لمجرد خرق الالتزام بإعطاء معلومات كاملة وصحيحة عن المنتج، وهو التزام مدني ومخالفته ترتب المسؤولية التعاقدية، او المسؤولية التقصيرية على من اقرتف المخالفة، ووفقاً لذلك فان الخطأ المدني يمكن ان يكون مبرراً كافياً لرفع الدعوى الجماعية من قبل جمعيات حماية المستهلك^(٥٥).

ولم يقف الوضع في فرنسا عند الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بالحق في الادعاء المدني، بل امتد ذلك الى مكتب فحص الاعلانات الذي انشأ لأول مرة عام ١٩٣٥، إذ ان مهمة هذا المكتب هي التأكد من مشروعية الاعلانات التجارية وصدقها والمحافظة على تقاليد واصول مهنة الاعلان كمهنة شريفة لها قواعدها المرعية، ويحاول مكتب فحص الاعلان إذا ثبت له تضليل الاعلان وبشكل ودي مع المعلن بالتفاهم على ايقاف هذا الاعلان ويتخذ الاجراءات الادارية في مواجهته، بوصفه جمعية أهلية تخضع لقانون الجمعيات ذات النفع العام، ويكون له الادعاء مدنياً لتعويض الأضرار التي تمس المستهلكين^(٥٦)، وهذا من شأنه ان يسهم في حماية المستهلكين، بخلاف القانونين العراقي والمصري اللذين لم يعالجا بنصوص قانونية مدى احقية جمعيات حماية المستهلك في المطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تصيب المصالح المشتركة للمستهلكين، سواءً أكانت مباشرة ام غير مباشرة.

واخيراً ذهب البعض بانه لا وجود لحد فاصل بين الضرر الجماعي، والاجتماعي، والفردي، فالرسالة الاعلانية المضللة يمكن ان يترتب عليها جميع انواع الضرر، فمن المتصور رفع الدعوى عنها من قبل المتضرر كفرد عما اصابه من ضرر فردي، ومن جمعية الدفاع عن المستهلك عن الضرر الجماعي، والنيابة العامة، عن الاضرار التي تمس مجموع المواطنين^(٥٧).

٢- قيام جريمة جنائية:-

لا يكفي لمباشرة الدعوى المدنية من قبل جمعيات حماية المستهلك ان يكون هناك ضرر مباشر او غير مباشر يترتب نتيجة الاعتداء على المصالح الجماعية للمستهلكين، بل يشترط ان يكون هذا الاعتداء جريمة في مفهوم القانون الجنائي، وفي الواقع ان هذا الشرط لم يتضمنه

النص القديم لقانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٧٣، الذي يعطي الحق للجمعية الادعاء بالحق المدني امام جميع السلطات القضائية، كالقضاء المدني والجنائي، او حتى الاداري للحصول على بطلان التصرفات الادارية التي تتعارض مع التشريعات الخاصة بحماية المستهلكين^(٥٨). وهذا الشرط نص عليه قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣، الذي كان يعترف للجمعية في اقامة الدعوى المدنية امام القضاء الجنائي فقط للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية، بصورة مباشرة او غير مباشرة، وان تشكل الافعال التي تمارس من اجلها الدعوى الجماعية جريمة جنائية.

وان هذا القيد الذي اورده المشرع الفرنسي الحديث، لا يؤثر في مجال الاعلانات التجارية المضللة، لان تلك الاعلانات تعد جريمة جنائية، تعطي الحق لجمعيات حماية المستهلك بالادعاء امام القضاء الجنائي او المدني دفاعاً عن المصالح الجماعية للمستهلكين أما إذا لم يثبت للرسالة الاعلانية وصف الجريمة لان التضليل لم ينصب على احد العناصر التي وردت على سبيل الحصر، او لان المعلن لم يكن قاصداً في اعلانه تضليل الجمهور بشأن المنتجات او الخدمات المعلن عنها، فإنها تعد في هذه الحالة خطأ مدنياً لا تستطيع معه الجمعيات القائمة على الدفاع عن مصالح المستهلكين الحق في الادعاء المدني^(٥٩).

وبالرغم من اشتراط قانون الاستهلاك الفرنسي، بان تكون الاعمال التي تمس المصالح الجماعية جريمة جنائية، الا ان هذا الشرط لم يكن مطلقاً، بل وردت عليه استثناءات، اجازت لجمعيات حماية المستهلك رفع الدعوى القضائية، وان لم يشكل الفعل جريمة جنائية في حالتين، هما المطالبة بإلغاء الشروط التعسفية، والتدخل الاختياري من الجمعيات في نزاع فردي منظور امام المحكمة، وعلى ذلك يجوز لجمعيات حماية المستهلك الادعاء امام القضاء بإحدى وسيلتين، اما بالدعوى الاصلية، او بالتدخل الانضمامي في دعوى سبق لاحد المستهلكين رفعها، واثناء نظر الدعوى يمكن للنياية العامة ان تقدم للمحكمة المختصة المحاضر او التحقيقات التي بحوزتها بهدف تسهيل دعاوى جمعيات حماية المستهلك سواء امام القضاء المدني او الجنائي^(٦٠).

خلاصة القول ان توافر الشروط اللازمة لقيام دعاوى الجمعيات، وكما نص على ذلك قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣، يعطي لتلك الجمعيات الحق في اقامة الدعوى امام القضاء الجنائي او المدني للمطالبة بالتعويض عن الاضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة، فضلاً عن امكانية المطالبة بوقف الاعلان المضلل^(٦١).

المبحث الثالث

دعوى النقابات في اطار الحماية من الاعلان التجاري المضلل

الدعوى النقابية هي التي تباشرها النقابات بقصد ضمان نشاطها وتحقيق الغرض الذي انشئت من اجله، والنقابة كشخص معنوي له حقوق وعليه التزامات، وهنا لا توجد اية صعوبة، إذ تستند الدعوى الى حق ذاتي متميز^(٦٢)، والذي يهمن في هذا المقام هو هل يمكن للنقابات المهنية الادعاء امام القضاء الجنائي او المدني للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها من اضرار الاعلانات التجارية المضللة لغرض توفير الحماية للتجار، لذلك سوف نقسم هذا المبحث الى مطلبين نبيين في الاول صفة النقابات في الدفاع عن المصالح الجماعية ضد الاعلان التجاري المضلل، اما المطلب الثاني فسوف نخصصه لشروط قبول الدعوى الجماعية للنقابات والمنظمات المهنية في اطار الحماية من الاعلان التجاري المضلل، وعلى النحو الاتي:

المطلب الاول

دور النقابات في الحماية من الاعلانات التجارية المضللة

اعترف قانون العمل العراقي^(٦٣)، للنقابات العمالية في رفع الدعوى الناشئة عن الاخلال بأحكام اتفاق العمل الجماعي لمصلحة اي عضو من اعضائها دون حاجة الى توكيل منه، وقد نص الدستور العراقي على اختصاص النقابات بالدفاع عن الحقوق والحريات المقررة قانوناً لأعضائها، وبناءً على ذلك اصبح تأسيس النقابات والاتحادات المهنية حق دستوري، واصبحت النقابة تتمتع بالشخصية المعنوية^(٦٤)، وقد اعترف قانون العمل الموحد المصري^(٦٥) بأحقية النقابات العمالية في رفع الدعوى الناشئة عن الاخلال بأحكام اتفاق العمل الجماعي لمصلحة اعضائها دون حاجة الى توكيل خاص منهم.

وقد اعطى المشرع الفرنسي الحق للنقابات في اقامة الدعوى المدنية امام القضاء الجنائي او المدني لضمان احترام العقود الجماعية، كما خول النقابات الحق في مباشرة الدعوى للدفاع عن اعضاء النقابة من الاضرار التي تنشأ من هذه العقود، ولم يقتصر حق النقابة على رفع الدعوى للدفاع عن المصالح الجماعية للعمال، وانما خولها هذا الحق بالنسبة لطوائف اخرى من العمال، مثل عمال المنازل، وكذلك في حالات فردية مثل تسريح العمال بسبب اقتصادي او فسخ عقد العمل بناءً على اتفاق مشترك مع صاحب العمل بقبول اتفاق مغاير^(٦٦)، وببشر اعتراف المشرع العراقي والتشريعات المقارنة للنقابات العمالية بالادعاء امام القضاء دفاعاً عن مصالح اعضائها عندما تكون طرفاً في عقد العمل الجماعي، تساؤلاً مفاده هل يمتد هذا الحق في رفع الدعوى الجماعية امام القضاء الجنائي او المدني لغير المنظمات النقابية العمالية، ليشمل

النقابات المهنية وخصوصاً نقابات التجار المهنية، ليتسنى لها المطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تلحق بالتجار من جراء الاعلانات التجارية المضللة؟

فالمشرع العراقي بالرغم من اعترافه لنقابات العمال بإقامة الدعاوى الناشئة عن الاخلال بعقد العمل الجماعي لمصلحة اي عضو من اعضائها دون توكيل منه، الا ان هذا القانون يعد من القوانين الخاصة ولا يمكن تعميمه على النقابات المهنية كافة، فضلاً عن ذلك فعند البحث في التشريعات العراقية، لم نجد قانوناً موحداً للنقابات المهنية ينظم تلك النقابات بصورة عامة ، ولم نجد عند البحث في قانون اتحاد الغرف التجارية العراقية رقم(٤٣) لسنة ١٩٨٩^(٦٧)، نصاً يعطي لذلك الاتحاد بوصفه منظمة مهنية تُعنى بأمر التجار وتتمتع بالشخصية المعنوية، ولها تنظيم مالي واداري مستقل، الحق في اقامة الدعوى امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية التي يمثلها هذا الاتحاد، للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي يتعرض لها بعض التجار من جراء الاعمال غير المشروعة التي يقوم بها التجار الاخرون المتمثلة بالإعلانات المضللة التي تعد مساساً بالمنافسة المشروعة، وهذا نقص تشريعي يجب تداركه، لذا ندعو المشرع العراقي الى اصدار قانون خاص بالنقابات المهنية، وخصوصاً نقابات التجار، يتضمن نصوصاً صريحة تُعطي لتلك النقابات الحق في الادعاء امام الجهات القضائية للدفاع عن المصالح الجماعية التي تمثلها، لان ذلك يوسع من نطاق الحماية الجماعية للتجار من الاعلانات التجارية المضللة.

اما في مصر فإن اعتراف المشرع المصري للنقابات العمالية بالادعاء بالحق المدني عن الأضرار التي تمس المصالح الجماعية لأي عضو من اعضائها عن الاخلال باتفاق العمل الجماعي، والذي تم تأكيده من قبل محكمة النقض المصرية بقولها ان دعوى النقابة هي دعوى مستقلة و متميزة عن دعوى الاعضاء^(٦٨)، اصبح سنداً لدى البعض من الفقه^(٦٩) في ضرورة الاعتراف للنقابات المهنية عموماً بهذا الحق، ومن ثم يجوز للنقابات المهنية شأنها في ذلك شأن النقابات العمالية في رفع الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الاضرار التي تمس المصلحة الجماعية التي تمثلها، ومن امثلة النقابات المهنية نقابات رجال الاعمال، ونقابة الصيادلة، ونقابة اطباء، وغيرها من النقابات المهنية المختلفة، لان القول بغير ذلك يعني اقامة تفرقة بين نقابة واخرى، لا لشيء وانما لان الاولى تمثل العمال والثانية تمثل اصحاب الاعمال، وهي تفرقة تخالف مبدأ المساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات وهو مبدأ دستوري مستقر ولا خلاف عليه، وبناءً على ذلك فقد انتهى هذا الرأي الى جواز رفع الدعوى المدنية من قبل النقابات المهنية للمطالبة بالتعويض عن الاضرار الجماعية التي تمس المصالح التي تمثلها هذه النقابات، قياساً على ما تقرر بشأن النقابات العمالية، وعلى ما ذهب اليه غالبية الفقه المصري في

الاعتراف لجمعية حماية المستهلك والجمعيات التي نشأت لغرض خاص لاحق في اقامة الدعوى امام الجهات القضائية للدفاع عن المصالح الجماعية التي تمثلها.

اما في فرنسا فان الاعتراف للنقابات المهنية بالحق في الادعاء المدني امام القضاء الجنائي حماية للمصالح الجماعية التي تمثلها، لم يتقرر الا بعد تطور بطئ وتردد طويل من جانب القضاء الفرنسي، لان قانون النقابات المهنية رقم(٢١) لسنة ١٩٨٤، الذي اعترف لتلك النقابات بحق التقاضي امام الجهات القضائية، لم يكن واضحاً، لأنه لم يحدد ما إذا كانت النقابة تستطيع اقامة الدعوى فقط للدفاع عن مصالحها الخاصة، ام ان لها الدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، فضلاً عن ان تطبيق القواعد العامة في قانون الاجراءات المدنية والتجارية يستلزم ان تتمكن النقابة من اثبات ان هناك مصلحة شخصية ومباشرة اصابها ضرر، لذلك فان القضاء الفرنسي قد مر بعدة مراحل قبل الاعتراف لتلك النقابات بشكل نهائي^(٧٠). اعترفت المحاكم الفرنسية في البداية للفترة من ١٨٨٤ السنة ١٩٠٧، للنقابات بالحق في التقاضي للدفاع عن المصالح الجماعية التي تمثلها، للمطالبة بالتعويض عن الاضرار المادية والادبية الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة^(٧١).

وقد عدل القضاء الفرنسي عن موقفه في الاعتراف لتلك النقابات بالدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها على اثر حكم صدر عن الدائرة الجنائية لمحكمة النقص الفرنسية في ٢٠ كانون الثاني سنة ١٩٠٧، وذهب الى عدم قبول الدعوى المدنية امام المحاكم الجنائية، وجاء في حيثيات الحكم ان هذه الدعوى تستقل بشأنها النيابة العمومية^(٧٢).

وقد انتقد البعض من الفقه الفرنسي^(٧٣)، موقف محكمة النقض الفرنسية ووصفه انه تحكيمي وغير واضح، وغير صائب، فهو تحكيمي لأنه لم يضع معياراً لمعرفة ما إذا كان قانوناً ما يهدف الى حماية المصلحة العامة ام المصلحة الجماعية التي تمثلها نقابة ما، وغير واضح لان النقابة لا تستطيع ان تعرف مقدماً إذا كانت دعواها مقبولةً امام القضاء الجنائي ام لا، لان الامر متروك لتقدير المحكمة التي تنتظر الدعوى، فهي صاحبة الفصل فيما إذا كان القانون يستهدف حماية المصلحة الجماعية لمهنة ما او المصلحة العامة للمجتمع، وهو قضاء غير صائب إذ ليس مفهوماً ان المصلحة العامة تستبعد المصلحة الجماعية، فضلاً عن ذلك فان الاعمال التحضيرية لبعض القوانين، منها قانون قمع الغش والخداع لسنة ١٩٠٥، وقانون (٢) يوليو ١٩٦٣ الذي جرم الاعلانات التجارية المضللة، قد اشارت الى انها تستهدف حماية المستهلكين، وهي مصلحة عامة، ومصصلحة التجار الشرفاء وهي مصلحة جماعية لطائفة من

ونتيجة الانتقادات التي تعرضت لها محكمة النقض الفرنسية، عدلت عن موقفها في حكم شهير صادر عن دوائرها المجتمعة في (٥) ابريل ١٩١٣، قضى بقبول الدعاوى التي ترفعها النقابات المهنية للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، إذ قررت ان النقابة التي تمثل طائفة من التجار تكون لها صفة في رفع الدعوى امام القضاء الجنائي على التاجر الذي قام بأفعال منافسة غير مشروعة، ومطالبته بالتعويض ليس فقط عن الاضرار المادية، بل عن الاضرار المعنوية التي لحقت بمجموع التجار نتيجة لهذه الاعمال، وقد صار للنقابات منذ صدور هذا الحكم الحق في مباشرة الحقوق المعترف بها كافة للمدعي بالحق المدني^(٧٤)

وتأيداً لهذا القضاء اصدر المشرع قانون (١٢) مارس ١٩٢٠، الذي اعترف صراحة للنقابات المهنية بالحق في الادعاء المدني امام كافة انواع المحاكم دفاعاً عن المصالح الجماعية التي تمثلها، الا انه الغي بعد ذلك مما جعل الامر متروكاً للقضاء، إذ ذهبت المحكمة العليا في حكم لها عام ١٩٦٩، قررت فيه عدم قبول الدعوى المدنية التي تباشرها النقابات المهنية امام الجهات القضائية بسبب التعارض بين المصلحة العامة والمصلحة الجماعية، إذ ان الدفاع عن المصلحة الجماعية هو ليس من واجب النقابات المهنية ولا تستطيع اقامة الدعاوى للمطالبة بالتعويض عن

الاضرار التي تمس المصالح العامة، وانما تستقل النياية العامة بالدفاع عنها^(٧٥)، ولكن بصور قانون(٢٧) ديسمبر ١٩٧٣، اعاد من جديد التأكيد الصريح على حق النقابات في الادعاء المدني، وعليه اصبح من حق هذه النقابات رفع الدعاوى المدنية امام المحاكم الجنائية في جريمة الاعلان المضلل للدفاع عن المصلحة الجماعية للمهنة التي تمثلها.

خلاصة القول ان مواقف التشريعات محل المقارنة قد تباينت في الاعتراف للنقابات والاتحادات المهنية بصفة الادعاء امام القضاء المدني او الجنائي للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، عند تعرضها للأضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة، إذ وجدنا خلو التشريع العراقي من أيّ نصوص صريحة تعطي لتلك النقابات هذا الحق، سوى ما ذكر في قانون العمل بشأن النقابات العمالية، وكذلك التشريع المصري فقد خلا هو الآخر من نصوص صريحة بهذا الصدد، سوى ما ذكر في قوانين العمل^(٧٦)، من نصوص تعطي لنقابات العمال الحق بالادعاء مدنياً للدفاع عن المصالح الجماعية للأعضاء، وقياساً على ذلك ذهب الفقه المصري الى ضرورة الاعتراف للنقابات المهنية بإقامة الدعاوى امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، اما المشرع الفرنسي فقد قطع شوطاً في هذا الاتجاه، بالرغم من تردد القضاء لفترة طويلة انتهت في الاعتراف للنقابات والاتحادات المهنية بحق النقاضي دفاعاً عن المصالح الجماعية لأعضائها.

المطلب الثاني

شروط قبول دعاوى النقابات كوسيلة للحماية من الاعلان التجاري المضلل

ذكرنا فيما سبق ان القضاء الفرنسي مر بمرحلة تردد طويلة، إلا أن أقر بحق النقابات والاتحادات المهنية في رفع الدعاوى الجماعية، دفاعاً عن المصالح الجماعية الخاصة بها للمطالبة بالتعويض عن الاضرار الناجمة عن الإعلانات التجارية المضللة، ولكن هذا غير كافٍ

لإقامة الدعاوى، بل لا بد من توافر شروط معينة حتى تكون مقبولة امام القضاء، وتتمثل شروط إقامة الدعوى من قبل النقابات المهنية، بوجود ضرر مباشر او غير مباشر قد لحق بالمهنة التي تمثلها النقابة، فالعبرة بدائرة النشاط المهني للنقابة، وان يكون الضرر الذي اصاب المصالح الجماعية التي تمثلها النقابة مادياً او ادبياً^(٧٧).

وقد أدت النقابات المهنية ومازالت تؤدي دوراً لا يمكن تجاهله في الدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلك وخصوصاً في المحافظة على صدق وموضوعية الاعلانات التجارية، من خلال ما تفرضه على الاعضاء من تعليمات وقواعد منظمة للسلوك المهني^(٧٨)، وقد زخر القضاء الفرنسي بالكثير من الاحكام القضائية التي صدرت عنه، بمناسبة اقامة الدعاوى من قبل النقابات المهنية للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة، في مواجهة الاعلانات التجارية المضللة. فقد اصدرت محكمة استئناف باريس حكماً بقبول الادعاء المدني الذي اقامته نقابة البقالين الفرنسية للمطالبة بالتعويض عن الاضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة التي تتضمن جذب واغراء العملاء بصورة تعسفية الى محلات التوزيع الكبرى والذي يمس بشروط المنافسة الحرة ويضر بصغار التجار، وجاء في حيثيات الحكم ان الاعلانات التجارية التي نشرتها محلات التوزيع الكبرى كانت تعسفية وتمت بسوء نية وليس من شأنها فقط المساس بالنظام العام، بل انها تشكل مساساً بالمصالح الجماعية للنقابة المذكورة والتي تدافع عن صغار التجار، وبالتالي يكون لها ان تدعي بالحق المدني طلباً للتعويض عن هذه الاضرار^(٧٩).

وقد اقامت نقابة عمال صناعة التبغ دعوى بحق احدى الشركات التي اعلنت عن بيع سجائر قادمة من الجمرك وكان هذا الاعلان مضللاً وتسبب في خسارة لمنتجي هذه الصناعة وقد قبلت المحكمة التي رفعت امامها الدعوى هذا الادعاء وقضت بالتعويض لتلك النقابة، وكذلك اقام المجلس القومي للصيادلة دعوى ضد احد المعلنين لما تضمنه اعلانه التجاري المضلل من بيانات ومعلومات عن منتج يعالج من ادمان الكحوليات، وسقوط الشعر، ولكن في الحقيقة ان هذا المنتج لم يعطي مثل هكذا نتائج وقد قضت المحكمة بالزام المنتج بدفع التعويض عما سببه اعلانه من اضرار^(٨٠).

ومع ذلك رفضت محكمة النقض الفرنسية^(٨١)، قبول الدعوى المدنية من الجهة المسؤولة عن مهنة الصيدلة على اساس ان المادة الخامسة من قانون (٢) يوليو ١٩٦٣، تهدف الى الدفاع عن المستهلكين، وليس الحماية المباشرة او غير المباشرة للمصلحة المشتركة لمهنة الصيدلة. وفي حكم اخر لمحكمة النقض الفرنسية حكمت فيه بقبول الادعاء المدني المقدم من قبل النقابات القومية للصيدلة للمطالبة بالتعويض عن الاضرار الناجمة عن الاعلانات المضللة التي نشرتها احدى الشركات المتخصصة بتسويق منتج التفاح الصيني تحت شعار انه يحتوي في داخله على خمس نباتات طبية، وانه خالٍ من اي مكونات كيميائية، وان له مفعولاً طبياً في معالجة الالام كافة، في حين ان الحقيقة خلاف ذلك، إذ يحتوي هذا المنتج على المركبات الكيميائية وليس له اية اثار طبية في العلاج او الوقاية من الامراض^(٨٢).

ويعد اعتراف المشرع الفرنسي في تقنين الاستهلاك بالحق للنقابات والمنظمات المهنية في الادعاء مدنياً امام القضاء الجنائي او المدني للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، وكثرة القرارات القضائية التي صدرت بهذا الشأن، دليلاً كافياً على اهتمامه بتوفير الحماية القانونية لإصحاب المهن وخصوصاً التجار الشرفاء الذين يتعرضون للأضرار من افعال المنافسة غير المشروعة والتي تعد الاعلانات التجارية المضللة احد صورها، ولا يقف عمل تلك النقابات على المطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية للتجار، بل لها كما في الجمعيات، وخصوصاً جمعيات حماية المستهلك، ان تأمر بوقف الاعلان المضلل، وهذا ما لا نجده في بعض التشريعات العربية وخصوصاً القانون العراقي الذي لم يعالج هذا الامر، وهو ما ندعو الى ضرورة معالجته ، وكذلك المشرع المصري هو الاخر لم يتضمن نصاً صريحاً

يعطي للنقابات المهنية حق الادعاء مدنياً امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها بخلاف النقابات العمالية، مما دعا الفقه الى المطالبة بضرورة الاعتراف للنقابات المهنية بهذا الحق قياساً على ذلك.

الخاتمة:

في خاتمة البحث يمكن ان نبين اهم الاستنتاجات والتوصيات التي تم استخلاصها منه وحسب الآتي:

اولا / الاستنتاجات

١- تبين من خلال الدراسة عدم وجود نصوص صريحة في القانون العراقي توضح مفهوم الاعلان التجاري المضلل من خلال تعريفه وتحديد اطرافه ، لذلك اوردنا له تعريفاً بأنه الاعلان المتضمن بأية وسيلة كانت معلومات غير صحيحة او انها مصاغة بطريقة غامضة من شأنها تضليل المتلقي وخداعة.

٢- عدم وجود نصوص صريحة في القانون العراقي تحرم الاعلانات التجارية المضللة، سوى ما ورد في قانون حماية المستهلك من نصوص عالجت بعض جوانب التضليل، وكذلك قانون العقوبات العراقي رقم(١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل، بخصوص جرمي الاحتيال والغش في المعاملات التجارية.

٣- لا توجد تفرقة بين الكذب والتضليل في الاعلان التجاري، اي ان الاعلان التجاري المضلل والكاذب ذات مدلول واحد، لان الاعلان المضلل هو ذلك الذي يتضمن بيانات او معلومات غير حقيقية او انها مصاغة بعبارات غامضة من شأنها تضليل المتلقي وخداعه، وبناءً على ذلك لا توجد اية تفرقة بينهما لا من حيث الطبيعة ولا من حيث الجزاء الذي يترتب على كل منهما، إلا ان الفارق بينهما بالدرجة، فالتضليل في مرتبة اقل وضوحاً من الكذب، فهو يشمل الكذب بالضرورة لأنه اوسع منه نطاقاً.

٤- لا يوجد نص في التشريع العراقي سواء كان ذلك في القانون المدني او قانون الجمعيات العراقي او قانون حماية المستهلك يعطي للجمعيات بصفة عامة وجمعيات حماية المستهلك بصفة خاصة الادعاء مدنياً امام القضاء الجنائي او المدني للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين عند تعرضها للأضرار الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة وهذا ما يشكل عندنا نقصاً تشريعياً، يجب تداركه.

٥- لا يوجد نص في القانون العراقي يعطي للنقابات المهنية الحق في الادعاء امام القضاء للدفاع عن المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها، بالرغم من اعترافه لنقابات العمال بإقامة الدعاوى الناشئة عن الاخلال بعقد العمل الجماعي لمصلحة اي عضو من اعضائها وهذا ما يعد نقصاً تشريعياً، بخلاف القانون الفرنسي الذي اعطى لتلك النقابات خاصة نقابات التجار المهنية ممارسة هذا الحق وأمام كافة انواع المحاكم للدفاع عن المصالح المشتركة للتجار.

ثانياً / التوصيات

١- ندعو المشرع العراقي الى اصدار قانون خاص بالإعلانات التجارية ينظم وبشكل مفصل احكام الاعلانات التجارية المضللة مبيناً مفهوم الاعلان التجاري المضلل،

ومحددًا المعيار الذي يعتمد عليه في تقدير التضليل، بصياغة قانونية سليمة تتسم بالدقة والوضوح والإيجاز، بعيداً عن الغموض وعدم الدقة والتناقض.

٢- نقترح على المشرع العراقي الى ضرورة التدخل بنصوص صريحة في قانون حماية المستهلك تعطي للجمعيات عموماً ولجمعيات حماية المستهلك بشكل خاص الحق بالادعاء امام القضاء المدني او الجنائي للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية لهذه الجمعيات والناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة.

٣- ندعو المشرع العراقي الى ايجاد قانون موحد ينظم عمل النقابات المهنية بصفة عامة ويكون متضمناً نصوصاً قانونية صريحة تعطي لتلك النقابات الحق بالادعاء امام المحاكم كافة للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تمس المصالح الجماعية للمهنة التي تمثلها وخصوصاً الناجمة عن الاعلانات التجارية المضللة.

٤- تقترح على المشرع العراقي ايجاد نصوص قانونية صريحة في قانون اتحاد الغرف التجارية العراقية رقم (٤٣) لسنة ١٩٨٩، تعطي لذلك الاتحاد بوصفه منظمة مهنية تُعنى بأمور التجار وتمتع بالشخصية المعنوية ولها تنظيم مالي وإداري مستقل، الحق في اقامة الدعوى امام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي يتعرض لها التجار من جراء الاعمال غير المشروعة التي يقوم بها التجار الآخرون، ومن بينها الاعلانات التجارية المضللة.

الهوامش:^١

(١) لمزيد من التفاصيل، ينظر د. علي عوض حسن، الجنحة المباشرة - تحريك الدعوى الجنائية بطريق الادعاء المدني المباشر، دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٨٥، ص ١٣٢.

(٢) ينظر د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، ١٩٩١، ص ٢٦٤، وينظر بهذا المعنى، د. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٢، ص ٥٠٢.

(٣) ينظر د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجة القانونية، مصدر سابق، ص ٢٦٦.

(٤) ينظر. محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة النهضة، مطبعة بابل، بغداد، ١٩٨٣، ص ٣٨٣.
(٥) يقصد بالخداع، كل عمل او تصرف من شأنه ان ينطوي على الباس امر من الامور مظهراً مخالف حقيقة ما هو عليه، والذي يؤدي بدوره الى تضليل المستهلك وإيقاعه في الغلط . ينظر د .محمد علي سكيكر، الموجز في جرائم قمع الغش والتدليس وحماية المستهلك، ط١، الاسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٨.
(٦) ينظر المادة (١٦) من قانون المستهلك العماني رقم ١٨ لسنة ٢٠٠٢ والمادة (٧) من قانون حماية المستهلك القطري، رقم ٨ لسنة ٢٠٠٨ والمادة (٦) من قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ والمادة (١٤) من قانون حماية المستهلك السوري رقم (٢) لسنة ٢٠٠٨.

(٧) وعلى الرغم من ذلك توجد معالجات متفرقة غير محددة وغير مباشرة لهذا الموضوع وردت في بعض القوانين منها قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ المعدل، إذ نصت المادة (٤٦٦) منه على " يعاقب بالحبس مدة... كل من تسبب في ارتفاع او انخفاض اسعار السلع او الاوراق المالية المعدة للتداول او اختفاء سلعة من السلع المعدة للاستهلاك بإذاعته عمداً وقائع مختلفة او اخباراً غير صحيحة او ادعاءات كاذبة او بارتكاب اي عمل اخر ينطوي على غش او تدليس". وكذلك قانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية رقم (٥٤) لسنة ١٩٧٩، إذ تحتوي اغلب نصوص هذا القانون على مواد لحماية المستهلك من مختلف صور الغش التجاري، ومراقبة جودة السلع والمنتجات الوطنية فضلاً عما نصت عليه المادة (١١) بقولها "على جميع المشاريع الصناعية ان تثبت اسمائها على منتجاتها وتثبيت محتوى ومكونات المنتجات التي يصنعونها ورقم المواصفة المتبعة في الانتاج على العبوة او الغلاف او في بطاقة المعلومات المرفقة بالمنتج باللغة العربية...". وتعليمات رئيس هيئة التخطيط رقم (١٦) لسنة ١٩٩٨.

- (^٨) ينظر: المادة(١٦) والمادة (١٧) من اللائحة التنفيذية لقانون لحماية المستهلك المصري.
- (^٩) Rabih Chendeb, Le Regime Juridique de Contrat de Consommation, Etude Comparative, L.G.D.J, 2010, P68.
- (^{١٠}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد الرابع، السنة التاسعة، ١٩٩٥، ص ١٧٠ .
- (^{١١}) ينظر التوصية رقم (٤٥) الصادرة عن مجلس الجماعات الأوربية في ١٠ سبتمبر ١٩٨٤ في شان الاعلان الخادع، الجريدة الرسمية للجماعات الأوربية رقم (٢٥٠) والصادر في ١٩ سبتمبر ١٩٨٤ ص ٧ .
- (^{١٢}) عبدالله ديب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة للنشر، ٢٠١٢، ص ٦٨ .

- (^{١٣}) ينظر نص المادة الأولى الفقرة السابعة من قانون حماية المستهلك العراقي رقم (١) لسنة ٢٠١٠ .
- (^{١٤}) ينظر نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصري رقم (٦٧) لسنة ٢٠٠٦ .
- (^{١٥}) ينظر د. فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، ط١، دار اسامه للنشر، عمان، ٢٠١١ ص ١٠٥ .
- (^{١٦}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الاعلانات التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ٢٠٠٧ ص ١٢٢ .
- (^{١٧}) ينظر د. عبد الفضيل محمد أحمد، مصدر سابق ، ص ٦٣ .
- (^{١٨}) ينظر د. سمير عبد الرزاق العبدلي، الترويج والإعلان ، دار الكتاب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٢، ص ٤٣ .
- (^{١٩}) ينظر: د. احمد ابراهيم عطية، النظام القانوني للاعلان في القانون المدني، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ ، ص ٣٣ .

- (٢٠) ينظر د. محمود عساف، اصول الاعلان ، مكتبة جامعة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص٩٣.
- (٢١) ينظر د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان - بين النظرية والتطبيق ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ ، ص٢٢.
- (٢٢) ينظر د. احمد محمد المصري نقلاً عن د. عبد الفضيل محمد احمد، مصدر سابق، ص٩٢.
- (٢٣) كما عرفت المادة(١/١٥٠)، من القانون المدني العراقي الجمعية بانها " جماعة ذات صفة دائمة مكونة من اشخاص طبيعية او معنوية لغرض غير الربح المادي" .
- (٢٤) ينظر نص المادة(١) من قانون الجمعيات والمؤسسات الاهلية المصري رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٢.
- (٢٥) نصت المادة(٤٧) من القانون المدني العراقي على انه "ز- الاشخاص المعنوية هي الجمعيات المؤسسة وفقاً للأحكام المقررة في القانون"، تقابلها المادة(٥٢) من القانون المدني المصري. وكذلك نصت المادة(١٠)، من قانون الجمعيات العراقي على انه" تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية بعد الموافقة على تأسيسها ونشر نظامها الداخلي في الجريدة الرسمية". تقابلها المادة(٦) من قانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية المصري.
- (٢٦) ينظر نص المادة(١/٥٣/ج) من القانون المدني المصري رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨ المعدل.
- (٢٧) ينظر حكم المحكمة الادارية العليا، بتاريخ ١٢/٤/١٩٥٨، القضية رقم، ٦٠٨، س٣، جلسة ١٩٥٠/١٢/٢٦، نقلاً عن د. وجدي راغب فهمي، قانون القضاء الخاص، منشأة المعارف الاسكندرية، ١٩٨٩، ص١٥٢.

(^{٢٨}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٣٤٧

(^{٢٩}) ينظر د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد (دراسة مقارنة) منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٨٦، ص ١٤٩-١٥٠

(^{٣٠}) ينظر د. طارق الخير، جمعيات حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، المجلد ١٧، العدد الاول، ٢٠٠١، ص ١٠٣.

(^{٣١}) نصت المادة (٢٣) من قانون حماية المستهلك المصري على انه "مع عدم الاخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ لحماية المستهلك طبقاً لقانون الجمعيات الاهلية يكون لها الاختصاصات التالية، أ- حق مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصلح المستهلكين او التدخل فيها. ب - عمل مسح ومقارنة للأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتي تحدد محتواها وابلغ الاجهزة المنية فيما يقع من مخالفات في هذا الشأن. ج - تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين وتقديم مقترحات علاجها. د - تلقي شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على ازالة اسبابها. هـ = معاونة = المستهلكين الذين وقع عليهم ضرر من جراء استخدام او شراء سلعة او تلقي خدمة في تقديم الشكاوى للجهات المختصة ومنها جهاز حماية المستهلك واتخاذ الاجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم والمساهمة في نشر ثقافة سلوك المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وانشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصها. ويحضر على جمعيات حماية المستهلك والاتحاد النوعي لهذه الجمعيات تلقي المنح او الهبات او التبرعات من الموردين او المعلنين".

(^{٣٢}) ينظر نص المادة (٢/ز، ح) من قانون حماية المستهلك المصري.

(^{٣٣}) ينظر د. محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، ٢٠١١، ص ١٠٠.

(^{٣٤}) ينظر د. مصطفى منير، جرائم اساءة استعمال السلطة الاقتصادية، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٩٢، ص ٨٢

(^{٣٥}) نصت المادة (٦٧) من قانون حماية المستهلك اللبناني، على انه "تهدف جمعيات المستهلك الى: أ - الدفاع عن مصالح المستهلك وحقوقه. ب - تمثيل المستهلكين جماعياً ومجاناً لدى الهيئات الادارية الرسمية والمحترفين والتقاضي بهدف الحفاظ على حقوقهم. ج - القيام بحملات للتوعية وارشاد المستهلكين واصدار مجلات ونشرات ومطبوعات واعداد برامج اعلانية واذاعية معدة للبرث او النشر عبر وسائل الاعلام، وكل ذلك وفقاً للقوانين المرعية الاجراء. د - تقديم الاستشارات".

(³⁶)Cass.ch.Reunies 15 juin
1923.D.P.1924.I.153.Concel.Meriggon.not.Bolland.S 1924.I.49 Rapport
Buol.Locha.Note Chavegrin.

مشار اليه لدى د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مصدر سابق، ص ٢٧٠

(^{٣٧}) وقد انتقد البعض من الفقه سماح المشرع لجمعيات حماية المستهلكين بالادعاء بالحق المدني لأنه يؤدي الى الازدواج في استخدام الدعوى فضلاً عن ان الضرر الذي يلحق هذه الجمعيات لا يختلف عن الضرر

الذي يلحق بالمجتمع، ويرغم الانتقادات ظلت المحاكم تقبل هذه الدعاوى. ينظر: Vassas Rene, "L'action Civil des associations de Consommateurs" G.P,1983,Doctr,P.160.

(^{٣٨}) ينظر نص المادة(٤٦) من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم ٢٧ لسنة ١٩٧٣.

(^{٣٩}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق ص ٢٥٦

(⁴⁰) Cass,Giv,16 janv 1985,J,C.P1985,2048,node J.C.Auloy,D 1985,417 Nite,J.L,Aubert.

3 c,Auliy,note sous Cass civ,16 guill,1987,D.J,1988,49.

اورده د. محمود عبد الرحيم الديب، مصدر سابق، ص ٩٣.

(⁴¹) B.Stark,H,Roland,L,B oyer,obligations,2,contract.sedit,1995 VO.696

مشار اليه لدى المصدر السابق، ص ٩٣.

(^{٤٢}) وبحسب الاحصائيات فان الدعاوى التي رفعتها جمعيات حماية المستهلك في فرنسا بلغت عام ١٩٧٧، (٣٠٠) دعوى، وفي عام ١٩٨٠ بلغت (٥٠٠) دعوى، منها (٩٨،٥%) امام المحاكم الجنائية، وبلغت نسبة الدعاوى المرفوعة من جمعيات حماية المستهلك عن الاعلانات التجارية المضللة، (٤،١٧)، وعن الغش والخداع (٤٠)، في حين لم يتجاوز عدد الدعاوى التي رفعت امام المحاكم المدنية (١٠) دعوى فقط. نقلاً عن د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٢٦٨.

(^{٤٣}) ينظر د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الفكر العربي، ١٩٩٧، ص ١٢١.

(^{٤٤}) ينظر نص المادة(١/٨) من قانون ٥ يناير ١٩٨٨، الفرنسي.

(^{٤٥}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق ص ٢٥٥

(^{٤٦}) ينظر د. سالم محمد عبود، حقوق المستهلك ومنهجية حمايته، مدخل حضاري، مع الاشارة الى العراق، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، بحث منشور على الموقع الالكتروني، www.iasg.net

(^{٤٧}) ينظر نص المادة (L.421-1) من تقنين الاستهلاك الفرنسي رقم (٩٤٩-٩٣) لسنة ١٩٩٣. وقد تضمنت المادة (٤٦) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٧٣، شرط الاذن والترخيص، والضرر الجماعي الذي يصيب مصالح المستهلكين.

(^{٤٨}) ينظر د. السيد محمد السيد عمران، مصدر سابق، ص ١٥٥.

(^{٤٩}) نقلاً عن د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٢٧١

(^{٥٠}) ينظر نص المادة (L.421-1) من تقنين الاستهلاك الفرنسي.

(^{٥١}) ينظر د. حسن علي ذنون، المبسوط في المسؤولية المدنية، الضرر، ج ١، شركة التايمس للطباعة والنشر، بلا، ص ٢٤٠.

(^{٥٢}) ينظر د. السيد محمد السيد عمران، مصدر سابق، ص ١٥٦.

(⁵³) Paris, 11 mai 1983: D.1983.P.149, Not, Calais Auloy.

-T.G.I, Niort, 22 juin, 1982: Gaz, Pal. 1982. I. som. P. 2, Obs-Bouzat

مشار اليهما لدى د. احمد ابراهيم عطية، مصدر سابق، ص ٥٣٠

(^{٥٤}) ينظر د. السيد محمد السيد عمران، مصدر سابق، ص ٦٥؛ د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٢٧٥.

(⁵⁵) Paris 20 Dec 1974-
GSP.1975,18056,Obs,Nguyen,thanh,J.C,Fourgour.Linformati
-on.deconsimmeteur.lacintre.publicite,etle,role du,Juge
des,eferes.G.P.I,1975,D.107

مشار اليه لدى د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٢٧٥

(^{٥٦}) ينظر د. هدى حامد قشقوش ، الاعلانات غير المشروعة في اطار القانون الجنائي ،دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص ١٢٢ .

(^{٥٧}) ينظر د. احمد ابراهيم عطية، مصدر سابق، ص ٥٣١ .

(^{٥٨}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية، الكاذبة والمضللة، مصدر سابق ص ٢٨٤

(^{٥٩}) ينظر د. احمد ابراهيم عطية، المصدر السابق، ص ٥٢٣ .

(^{٦٠}) ينظر د محمود عبد الرحيم الديب، مصدر سابق، ص ٩٥؛ و د. حمدالله محمد حمد الله، مصدر سابق، ص ١٢٩.

(^{٦١}) ينظر نص المادة(46) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٧٣، والمادة(L.421-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة ١٩٩٣.

(^{٦٢}) ينظر د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجة القانونية، مصدر سابق، ص ٢٦٦.

(^{٦٣}) نصت المادة(١٥٥) من قانون العمل رقم ٧١ لسنة ١٩٨٧، على انه" تمثل الاجهزة النقابية المختصة قانوناً جميع عمال المشروع او المشاريع او المهنة او المهن التي يشملها عقد العمل الجماعي، ولهذه الاجهزة ان تخاصم بالنيابة عن العمال، جماعات او فرادى، في جميع ما ينشأ عن عقد العمل الجماعي من حقوق او خلافات دون حاجة الى توكيل خاص".

(^{٦٤}) ينظر المادة(٣/٢٢) من الدستور العراقي لسنة ٢٠٠٥،

(^{٦٥}) نصت المادة(١٦٥) من قانون العمل المصري الموحد رقم(١٢) لسنة ٢٠٠٣، على" للمنظمة النقابية ولمنظمات اصحاب الاعمال التي تكون طرفاً في الاتفاقية الجماعية ان ترفع لمصلحة أي عضو من اعضائها جميع الدعاوى الناشئة عن الاخلال بأحكام الاتفاقية، وذلك دون حاجة الى توكيل منه بذلك".

(^{٦٦}) ينظر نص المادة(L.320-15) من تقنين العمل الفرنسي. نقلاً عن د. احمد ابراهيم عطية، مصدر سابق، ص ٥١٨.

(^{٦٧}) نشر هذا القانون في الوقائع العراقية، العدد(٣٢٥٣) بتاريخ ١/٥/١٩٨٩.

(^{٦٨}) نقض مدني مصري، مجموعة احكام النقض، س١٩، ص٦٠٥، الجلسة ٢٧/٣/١٩٦٨؛ نقض مدني، مجموعة احكام النقض، س١٧، ص١١٣، الجلسة ١٢/١/١٩٦٦.

(^{٦٩}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق ص٣٠٦؛ د. السيد محمد السيد عمران، مصدر سابق، ص١٥٠.

(^{٧٠}) ينظر د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مصدر سابق، ص٢٦٦.

(⁷¹) Rouen,8 nova 1899.DP.1900.II 338.

اورده د عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مصدر سابق، ص٢٦٦

(⁷²) Cass,Crim 20 Decembre 1907.G.P 1907.Pag 4

ذكره د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص٣٠٣.

(⁷³) P.Durand,Defensedel'action Syndicale:D1960,chron21:Rubelin-Devicht,Lirvecevab

-ilite de iaction civil et la notion dintret general:Reflexion sur lau tonomie au perel de

droit economique:G.C.P.1965,I,1922:S.Guin chard,op cit,n,335,p,179.

نقلًا عن د. احمد ابراهيم عطية، مصدر سابق، ص٥١٦

(⁷⁴) Cass ,Ch ,Reunies , 5 avr,1913,D.P.1914.I 65,note Nast.

ذكره د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مصدر سابق ص ٢٦٧

(⁷⁵) Crime ,14 janvier 1969.D.S1969-583-not:J.C.Four goux.

اورده د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٣٠٤.

(^{٧٦}) ينظر نص المادة (١٥٥) من قانون العمل العراقي، والمادة (١٦٥) من قانون العمل المصري.

(^{٧٧}) ينظر د. خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الاعلانات الخادعة، دراسة مقارنة، ط ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٢٩٤.

(^{٧٨}) ينظر د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٣٠٧.

(⁷⁹) Paris, 8 mai 1977 RTD. Com 1977.P.396.

مشار اليه لدى د. احمد ابراهيم عطية، مصدر سابق، ص ٥١٩.

(⁸⁰) Paris 5 Oct. 1966.cite par P.et F.Graffe,op., n1147,p422.

Paris,25 novembre.p197.

مشار اليهما لدى د. احمد ابراهيم عطية، المصدر السابق، ص ٥٢١.

(⁸¹) Cass,Crim.14 Janv, 1969.D.S.1969.P583.

اورده د. حماد مصطفى عزب، مصدر سابق، ص ٦٩.

(⁸²) T.G.I.Gass,22 avril.1975.

ذكره د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، مصدر سابق، ص ٣٠٩.

References:

- ١- د. احمد ابراهيم عطية، النظام القانوني للاعلان في القانون المدني، ط١ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ .
- ٢- د. احمد السعيد الزقرد، الحماية القانونية من الخداع الاعلاني في القانون الكويتي والمقارن، بحث منشور في مجلة الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد الرابع، السنة التاسعة، ١٩٩٥ .
- ٣- د. احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الاعلانات التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ٢٠٠٧ .
- ٤- د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد (دراسة مقارنة) منشأة المعارف ، الاسكندرية ، ١٩٨٦ .
- ٥- د. حسن علي دنون، المبسوط في المسؤولية المدنية، الضرر، ج١، شركة التايمس للطباعة والنشر ، بلا .
- ٦- د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الفكر العربي، ١٩٩٧ .
- ٧- د. خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان - بين النظرية والتطبيق ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٧ .
- ٨- ينظر د. خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الاعلانات الخادعة، دراسة مقارنة، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧ .
- ٩- د. سالم محمد عبود، حقوق المستهلك ومنهجية حمايته، مدخل حضاري، مع الاشارة الى العراق، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، بحث منشور على الموقع الالكتروني، www.iasg.net

- ١٠- د. سمير عبد الرزاق العبدلي، الترويج والإعلان، دار الكتاب للطباعة والنشر، الموصل، ١٩٩٢.
- ١١- د. طارق الخير، جمعيات حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، المجلد ١٧، العدد الاول، ٢٠٠١.
- ١٢- عبدالله ديب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، ط١، دار الثقافة للنشر، ٢٠١٢.
- ١٣- د. عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، ١٩٩١.
- ١٤- د. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٢.
- ١٥- د. علي عوض حسن، الجنحة المباشرة - تحريك الدعوى الجنائية بطريق الادعاء المدني المباشر، دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٨٥.
- ١٦- د. فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، ط١، دار اسامه للنشر، عمان، ٢٠١١.
- ١٧- محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة النهضة، مطبعة بابل، بغداد، ١٩٨٣.
- ١٨- د. محمد علي سكيكر، الموجز في جرائم قمع الغش والتدليس وحماية المستهلك، ط١، الاسكندرية، ٢٠٠٨.

- ١٩- د. محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، ٢٠١١.
- ٢٠- د. محمود عساف، اصول الاعلان، مكتبة جامعة عين شمس، القاهرة، ١٩٧٦.

- ٢١- د. مصطفى منير، جرائم اساءة استعمال السلطة الاقتصادية، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٩٢.
- ٢٢- د. هدى حامد قشقوش ، الاعلانات غير المشروعة في اطار القانون الجنائي ،دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٨.
- ٢٣- د. وجدي راغب فهمي، قانون القضاء الخاص، منشأة المعارف الاسكندرية، ١٩٨٩.
- 24- Vassas Rene, "Laction Civil des associations de Consommateurs"
G.P,1983.
- 25- Rabih Chendeb,Le Regime Juridique de Contrat de Consommation,
Etude Comparative, L.G.D.J,2010.