الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف -المسيلة

كلية الحقـــوق والعلـــــوم السياسية

قسم: الحقوق

رقم: .....

ميدان: الحقـــوق والعلـــــوم السياسية

فرع: قانون خاص

تخصص: قانون أعمال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمـــي

إعداد الطالبة: بن الضيف نجاة.

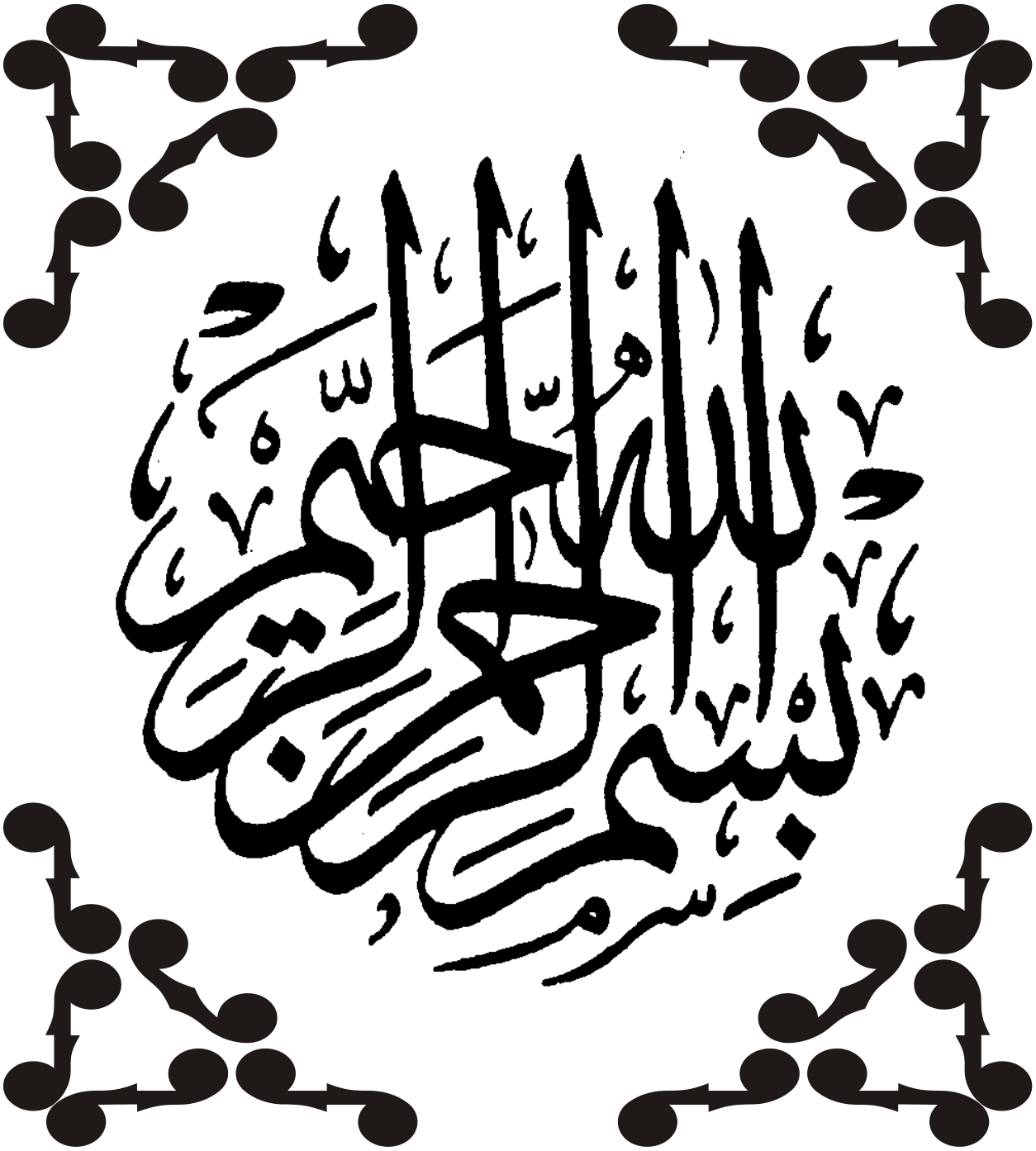
تحت عنوان

الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك

لجنة المناقشة:

.....	جامعة.....	رئيســـا
الأستاذ: الوافي السعيد	جامعة المسيلة	مشرفا و مقررا
.....	جامعة.....	مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018


بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك.

ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلاله، إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .... إلى نبي الرحمة ونور العالمين ... سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار ... إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ... أرجو من الله أن يمد في عمرك ليرى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد ... والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحنان والتفاني...أمي أطال الله في عمرها.

الى زوجي الذي ساندني بعون الله، إلى قرة عيني بناتي كنزة ونسرين، حفظهما الله

إلى الإخوة الأعزاء، والأصدقاء في العمل دون استثناء

وأخيرا أتقدم بالشكر لكل من مد لنا يد العون من بعيد أو قريب في إنجاز هذا العمل المتواضع.

بن الضيف نجاة

شكر وتقدير

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات

.....تتبعثر الأحرف و عبثا أن يحاول تجميعا في سطور

سطورا كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات

وصور تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا .....

فواجب علي شكرهم ووداعهم وأنا أخطو خطواتي الأولى في غمار الحياة

ونخص بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملي

وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربي

إلى الأساتذة الكرام في قسم الحقوق وأتوجه بالشكر الجزيل إلى

الأستاذ الوافي سعيد

الذي تفضل بإشرافي على هذا المذكرة فجزاه الله عنا كل خير فيه

مني كل التقدير والاحترام

مقدمة

مقدمة:

أضحت الحاجة إلى حماية المستهلك تتضاعف يوما بعد يوم، خاصة في عصرنا الحالي الذي عرف تطورا هائلا وخطيرا في نفس الوقت في مجال الإنتاج والدعاية المصاحبة له، وهذا ما أدى إلى ترويج أنماط وقيم استهلاكية عن طريق الدعاية المستهدفة إذ يعمد بعض المهنين الى طرح منتوجاتهم مستعملين وسائل الاستعمار لجذب المستهلك بقصد تحقيق أهدافهم دون مراعاة مصلحة التي يقتنيها أو يستعملها دون أن يبالي بمضارها.

وفي ظل رغبة المستهلك للإقبال على اقتناء ما أفرزه التطور من سلع وخدمات (فما كان بالأمس كمالي أصبح اليوم ضروري، في شتى المجالات)

واستجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه إلى اقتصاد السوق وتحرير المبادلات التجارية، أدى الى تنوع العرض وكثرته تنافس التجار والمنتجين خاصة مع أساليب تسويقها وذلك لأنهم أصبحوا لا يترددون في استعمال ممارسات منافية للقانون والأخلاق واستعمال مناورات وطرق غير شرعية للوصول إلى جيوب المستهلك، ولكون المستهلك غالبا ما نفتقد للخبرة التقنية والفنية التي تؤهله لإدراك ما يقبل عليه من تعاملات وما يقتنيه من سلع وخدمات على النحو المطلوب ومدي مطابقتها للمواصفات القانونية والتنظيمية وكل هذا الي قيام معادلة استهلاكية غير متوازية أمام طرق قوي وهو المنتج والآخر ضعيف وهو المستهلك ، لهذا بات من اللازم إعادة التوزان في علاقات المستهلكين بالمنتجين والموزعين وتوفير حماية فعالة للمستهلك.

–وذلك طبعا لا يتحقق إلا بتنفيذ توجيهات عامة تشارك فيها الدولة بمختلف مؤسساتها من خلال توفير الهياكل الأساسية المختصة، وهنا يظهر جليا الموقف الإيجابي للمجتمع المدني ممثلا في جمعيات حماية المستهلك لما لهذه الأخيرة من دور في تحقيق من وطأة هذه التحديات.

–فالحركة الجمعوية هي الإطار القانوني الذي يمكن للمواطن في المشاركة في تسير شؤونه العامة لأجل تحقيق مصالحه وأغراضه المختلفة كما أنها تعد قاطرة أساسية لتحقيق الأهداف التنموية بحكم أن عملها يحتل مكانة مهمة في تأطير العديد من الفئات الاجتماعية كما تشكل حلقة ربط لتوعية الرأي العام بالأخطار التي تواجه المستهلك والأضرار المترتبة عنها فهي تهدف أساسا إلى حماية المستهلك والدفاع عنه ضد كل فعل يضر بمصالحه المادية والمعنوية وبذلك يكون نشاطها مكملا لعمل الجهات الرسمية من خلال تنشيط جهودها

وتفعيل دورها في السهر على ضمان سلامة المستهلكين، هذا من جهة ومن جهة أخرى فهي تعمل كشريك للدولة من خلال دورها في عقلنة سلوك المستهلك وعصرنته، فهذا الأمر يؤدي إلى تفعيل القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك واعطائهما قوة كقانون المنافسة مثلا، فاتجاه الدولة إلى اقتصاد يرتكز على المنافسة يجعلها في حاجة إلى شريك يمثل المستهلكين لما لهذا الأخير من دور في إعلام المستهلك وتنمية الفكر العقلاني للاستهلاك.

***إن دراسة موضوع جمعيات حماية المستهلك في الجزائر يطرح الإشكال حول: مدى ممارسة هذه الهيئات لمظاهر حماية المستهلك؟**

وهذه الإشكالية يتفرع عنها الإشكاليات التالية:

***ما موقف المشرع الجزائري من ظهور جمعيات حماية المستهلك؟**

***ماهي الأليات المختلفة التي اعتمدتها الجمعيات لممارسة دور حماية المستهلك؟**

وللإجابة على هذه الأسئلة اتبعنا المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي يعتمد على جمع المعلومات والعمل على استخلاص أهم الأحكام المرتبطة بالموضوع في القانون 03/09 المتعلق بالقواعد بحماية المستهلك وقمع الغش والقانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي كرس قواعد الثقافية والنزاهة بين الأعوان الاقتصاديين وبينهم وبين المستهلك والمراسيم الخاصة بهما.

–إن جمعيات حماية المستهلك أصبحت تشكل قوة اجتماعية قائمة بذاتها دافعة بنفسها إلى الحركة والنشاط أما في الجزائر فهذا يقيم مجالا بكرا، يتعين فتحه خاصة وأنه يتضمن مسألة لا تزال وإلى يومنا هذا غير ذي وقع في المجتمع وهذه تعد من الأسباب والدوافع القوية الي أشارت رغبتنا في تناول الموضوع بحثنا فضلا عن خرة الدراسات والبحوث المتعلقة بجمعيات حماية المستهلك أما عن أهمية تناول موضوع جمعيات حماية المستهلك في الجزائر فتظهر على مستويين مستوى نظري وأخر عملي.

فعلى المستوي النظري: تتمثل الأهمية في فحص وتشريح مختلف النصوص القانونية لمحاولة الوصول إلى مدى استيعاب المشرع لدور جمعيات حماية المستهلك ومنحها الوسائل اللازمة للقيام بدورها.

أما على المستوى العملي: فتبدأ أهمية هذه الدراسة أدائها ومدى مسايرته للتطورات الحاصلة وانعكاساته على المستهلك.

وتحقيقا لأهداف الدراسة سنعمد خطة ثنائية على النحو التالي:

الفصل 1: إنشاء جمعيات حماية المستهلك.

الفصل 2: دور جمعيات حماية المستهلك.

الفصل الأول: انشاء جمعيات حماية المستهلك.

المبحث الأول: الاعتراف القانوني لجمعيات حماية المستهلك.

المطلب الأول: ظهور جمعيات حماية المستهلك.

المطلب الثاني: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.

المبحث الثاني: تأسيس وتنظيم جمعيات حماية المستهلك.

المطلب الأول: تأسيس جمعيات حماية المستهلك.

المطلب الثاني: تنظيم جمعيات حماية المستهلكين.

ملخص الفصل.

الفصل الأول: انشاء جمعيات حماية المستهلك.

يظل الانسان دائما هو الهدف وهو الوسيلة لتحقيق أي تقدم، ومن هنا كان الايمان بحمايته التزاما بمتطلباته امرا ضروريا، وحمايته تعتبر ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الانسان، فحريته لم تعد مجرد نصوص خالية من أي مضمون، بل غدت مطلبا لكل الشعوب. وتحقيقا صار التزاما على كل الدول، كما لم تعد حقوقه ذات طبيعة فكرية فقط، بل امتدت لتشمل الحقوق ذات الطبيعتين الاقتصادية والاجتماعية، وذلك ليس فقط باعتباره اهم طرف في علاقات السوق بل لأنه محور العملية الاقتصادية جميعها.

حيث أصبحت حماية الانسان بوصفه مستهلكا، تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدول المعاصرة، حتى صار من المفترض أن تدرج برامج هذه الحماية في السياسة الاقتصادية لها، خاصة انه قد يكون مبعث الاهتمام بها في ظل ظروف خاصة، كان يتبنى المشرع سياسة ما لتحديد شروط انشائها خاصة في ظل ظروف نشأة جمعيات فتية هدفها إنساني، وتقوم بالحفاظ على سلامة وامن المستهلك، لذا توجب على المشرع فرض احكام وقوانين تنظم هذه الجمعيات من شروط موضوعية وشكلية تسمح للأعضاء بممارسة نشاطاتهم الجمعوية في ظل تراخيص وتصريحات قانونية ،تحميهم من أي تدخل خارجي.

لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى الاعتراف القانوني لجمعيات حماية المستهلك في المبحث الأول، وتأسيس وتنظيم جمعيات حماية المستهلك في المبحث الثاني.

المبحث الأول: الاعتراف القانوني لجمعيات حماية المستهلك.

توجد حقيقة جديدة بالذكر أن أي مجهود للتنمية الشاملة والمستديمة وصيانة الشأن العام لا يمكن أن يكلله نجاح بدون تظاهر جهود المنظمات الرسمية والمنظمات غير الرسمية أو الحكومية، وأن تعمل هده المنظمات جنبا إلى جنب فهي تساند وتكامل من أجل مواجهة كل التحديات التي تواجه تحقيق الخطط التنموية فالحديث عن حماية المستهلك هو الحديث عن نظام قانوني جديد، فهو فن قانوني ينبع من نظرة مجددة للنظم القانونية بعبارة أخرى هو لون جديد أو روح قانونية خاصة مطبقة على جسد من قواعد المختلفة[1] موضوعها العلاقات

[1]–نوال بلحرش: جمعيات حماية المستهلك في الجزائر، دور وفعالية ،كرة نيل شهادة الماجستير في القانون العام ،كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1 ،2013/2012 ص 11.

الاقتصادية ليس من جهة نصدر القانون ولكن من جهة تستلزم العلاقات الاقتصادية تطبيقه على مختلف القواعد[1].

فالاعتراف القانوني بجمعيات حماية المستهلك تم أولا بموجب القانون الملغى 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أنه وان كان المشرع من خلال هذا القانون حد الدور الذي تضطلع به هذه الجمعيات فقط فإنه من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبالإضافة الى تحديد دورها في حماية المستهلك أعطى المشرع لجمعيات حماية المستهلك إمكانية الاعتراف لها بصفة المنفعة العمومية.[2]

وهذا ما جاء في المادة 2/21 من قانون 03/09 "يمكن ان يعترف للجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع" ذلك ان الجمعيات العامة تصنف حسب هدفها الي جمعيات ذات المنفعة الخاصة وجمعيات ذات النفع العام أو المنفعة العمومية.

ولهذا سنتطرق من خلال هذا المبحث على ظهور جمعيات حماية المستهلك كمطلب الأول ثم تعريف جمعيات حماية المستهلك كمطلب ثاني.[3]

المطلب الأول: ظهور جمعيات حماية المستهلك:

إن أساس ظهور المنظمات مدنية تطوعية تهدف الى تمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم وبروز ما يسمى بضرورة حماية المستهلك، ويقصد بحماية المستهلك، عملية حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين بكافة صورهم سواء كان تجار، سلع أو مقدمي خدمات وذلك في إطار التعاون التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة.[4]

---

[1]– سليماني يوسف: الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك ،ملتقى لنيل شهادة ليسانس ،كلية الحقوق ،جامعة فرحات عباس، سطيف ،2008–2009،ص18

[2]–قانون 09/03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،جريدة رسمية 15 الصادرة في 08/03/2009.

[3]– قانون 09/03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،جريدة رسمية الصادرة15 بتاريخ: 08/03/2009

[4]– نوال بلحرش ،مرجع سابق ، ص11

وقد ظهرت بوادر الحماية فعليا في الدول الصناعية وبالتحديد في الولايات المتحدة الامريكية في تصريح للرئيس الأمريكي "جون كيندي" في 1962/03/15 جنيف، "ان تعريف كلمة المستهلكين يشملنا جميعا، انهم أكبر مجموعة اقتصادية تؤثر وتتأثر بجميع القرارات الاقتصادية العامة والخاصة، ومع ذلك وبالرغم من كونها أكبر مجموعة إلا أن أصواتهم لاتزال غير مسموعة".[1]

ومن المعروف أن المسؤولية الاجتماعية في القطاع الصناعي، قد مرت عبر مراحل تاريخية طويلة وقد اعتبرت المؤسسات الصناعية قصية الاتفاق والانسجام بين أهدافها وأهداف العاملين في المقام الأول لذا فإنها قامت للعمل من أجل إيجاد حالة من التنسيق بين أهدافها الربحية والتوسع واهداف الجهات المستهدفة والمتلقية للسلع التي تنتجها في المقام الثاني وبناءا على هذه المدركات الحسية نحو قضية المسؤولية الاجتماعية من قبل الصناعيين الذين كان اهتمامهم ضعيفا حول معالجة بعص المشاكل التي عان ومازال يعاني منها الجميع، وذلك باعتبار أن أهداف القطاعات الصناعية كانت في معظم الأحيان متناقضة أو متعارضة مع أهداف الجهات المستهدفة من أسر وأفراد، أو حتى المجتمع كله.[2]

وبما أن فكرة حماية المستهلك هي النواة والسبب الرئيسي في ظهور جمعيات لحماية المستهلكين سنقوم فمن خلال هذا المطلب من التطرق الى بروز فكرة حماية المستهلك كفرع أول، ونشأة جمعيات حماية المستهلك كفرع ثاني.

الفرع الأول: بروز فكرة جمعيات حماية المستهلك: ولدت أول جمعية لحماية المستهلك في ظل الأمم المتحدة عام 1960، غير ان الحركات والرابطات ومنظمات حماية المستهلك كانت موجودة على مستوى كثير من الدول قبل إنشاء هذه الجمعية الدولية.[3]

---

[1]– ناصري فهيمة: جمعيات حماية المستهلك ، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير ،حقوق فرع العقود والمسؤولية ،جامعة الجزائر ،بن يوسف بن خدة 2004/2003 ص06.

[2]–عبد القادر قرش :دور جمعيات حماية المستهلك ،في تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة :مجلة الحقوق والعلوم الانسانية ،دراسات اقتصادية ، العدد 26،ص 110

[3]– يسري دعبس: جمعيات حماية المستهلك ،الاهداف والادوار ،المقومات والتحديات ،طبعة 08 الإسكندرية ،مصر سلسلة المعرف الاقتصادية والإدارية 1997 ،ص08.

بل إن الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة بها ما يزكي أهمية حماية المستهلك، لقد حرم ديننا الحنيف الغش والتدليس والخداع والاسراف والبخل، قال تعالى بسم الله الرحمان الرحيم **"وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ"**. [1]

فمن هذا المنطلق ظهرت الحاجة الى إحاطة المستهلك بحماية خاصة وهذه الحماية ساعدت العديد من العوامل على تطورها وانتشارها لتصبح موضوع اهتمام الدول.[2]

هذا ولا يمكن الحديث عن موضوع حماية المستهلك دون تحديد مفهوم المستهلك الذي لم يحض باهتمام فقهاء القانون إلى بداية من النصف الثاني من القرن 20 ذلك أن إعطاء مفهوم واضح لهذا المصطلح جديرا بالبحث في إطار هذه الدراسة للارتباط الوثيق بتحديد نطاق هذه الحماية.

أولا –تطور فكرة حماية المستهلك: وجدت عدة قواعد رومانية تهدف الى حماية المشترين من التدليس والغش، حيث كانوا يضعون اختاما من الرصاص على زجاجات النبيذ لحماية نوعيتها وحماية المشتري من الغش فيها لاحقا.[3]

أما في العصور الوسطى كان التاجر إذا باع أي مغشوش يطاف به مربوطا بقضبان حديدية وقد علقت صناعته حول عنقه.

إلا أن ملامح هذه الحماية لم تظهر بصفة واضحة إلا في أواخر القرن 19 وبداية القرن 20 ونمو ما يسمى بحركة المستهلكين.

ففي سنة 1872 قامت الولايات المتحدة الأمريكية بإصدار اول قانون خاص بحماية المستهلك وفي سنة 1960 The jungle تحت عنوان Upton sinchair صدر كتاب الكاتب والسياسي صور فيه الإهمال والتسيب والقذارة في صناعة الأغذية المصرة بصحة المستهلك

---

[1]– سورة هود الاية 85.

[2]– بن لحرش نوال ،مرجع سابق ،ص11.

[3]–محمد بوداري: حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، الجزائر، دار الكتاب الحديث، سنة 2006، ص 37.

،فكان ذلك سببا في صدور قانون الأغذية والدواء في نفس السنة التي من تصنيع أو بيع او نقل أي أدوية أو خمور بدون خاتم.[1]

وهنا توضحت ملامح فكرة حماية المستهلك خاصة بعد الأزمة الاقتصادية التي شهدها العالم 1929 والحربين العالميين حيث تدهورت ظروف الإنتاج، وحماية المستهلكين مما أدى إلى ارتفاع الأسعار وتراجع القدرات الشرائية إلى مستويات دنيا، فكان التنديد بظاهرة المجتمع الاستهلاكي حيث كانت السلطة والسيطرة في يد البائع والمنتج وتزامنت هذه الفترة مع التطور الاقتصادي الذي يوفر العديد من السلع والخدمات المعروضة على المستهلكين ونمو حجم المؤسسات وتطور القروض والاشهار وتقنيات التسويق، وفي ظل هذه العوامل تطورت حركة المستهلكين في الدول المتقدمة رغم وجود اختلال بين المهني والمستهلك، فما ميز هذه المرحلة ارتفاع المستوى المعيشي للمستهلكين ونمو المستوى التربوي، ترتب عنهما تحسيس الأشخاص بنوعية حياتهم.[2]

ففي سنة 1962 كشف الرئيس الأمريكي "جون كندي" في رسالة وجهها الى الكونغرس عن أهمية موقع المستهلكين والتي لا تهتم لهم المجموعة الوطنية ولا تصغي لمطالبهم وكان يأمل في وضع تشريع يضمن لهم الممارسة الكاملة لحقوقهم وهي الحق في الأمان والحق في سماعهم والحق في الاعلام والحق في الاختيار. فكان وعي بعض الافراد مثل "فونس باكارد" قد طور هذه الحركة خاصة بما صرح به بالأخطار التي يمكن أن تمثلها القوة الاشهارية. كما أن "رالف نادر" "الذي قام سنة 1964 بالوشاية بغياب الأمان في المركبات المصنوعة من قبل العملاق الأمريكي "جينارد جاك قابريث" الاقتصادي الذي ندد بسلطة المؤسسات وتعسفها.[3]

بعدما انتقلت هذه الحركة من أمريكا وكندا إلى أوروبا فقد عرفت سنوات السبعينات وبداية الثمانينات حوادث عجلت بروز تشريعات تهدف إلى حماية المستهلك وميلاد جمعيات المستهلكين في العديد من دول أوروبا الغربية، في وقت كانت دول المعسكر الشرقي الاشتراكي آنذاك ومن تبعها من دول العالم الثالث لا تكاد تشعر بهذه الحركة لسيطرة الاقتصاد الموجه عليها من جهة ولتخلفها من جهة أخرى.

---

[1]– محمد بوداري: مرجع سابق، ص 38.

[2]–سهيلس رياض، مرجع سابق، ص85.

[3]– ناصري فهيمة: مرجع سابق، ص 09.

أما فيما يخص الجزائر فاعتبارها تابعة لفرنسا كان شعبها أبان الاستعمار يخضع للقوانين الفرنسية منها قانون 01 اوت 1905 المتعلق بقمع الغش والتدليس.[1]

بعد الاستقلال بدأ التفكير في التخلي عن الموروث الفرنسي مقابل قوانين تتماشى مع مصلحة الدول وتطلعاتها، حيث كان الأمر صعبا، فأصدرت الجمعية التأسيسية قانون 62 /157 المؤرخ في 1962/12/31 الذي ينص على إبقاء العمل بالقوانين الفرنسية باستثناء ما يتعارض مع السيادة الوطنية ومنها القانون المتعلق بقمع الغش والتدليس لسنة 1905.

وهذا ما نتج عنه عدم الاهتمام بالمستهلك لاختيار النهج الاشتراكي آنذاك حيث اعتبر المسؤولين والمسيرين للمؤسسات الوطنية أن البقاء لهم كون هذه المؤسسات محتكرة للخدمات أي أن البقاء لهم كون هذه المؤسسات محتكرة للخدمات أي غياب المنافس في أي مجال، وفي إطار هذا النظام تم اصدار تعيين قانونين يتضمنان بداية لحماية الذين لم يتم بعد تسميتهم مستهلكين ويتعلق الامر بـ:

*الأمر رقم 74/75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975 الذي استحدث المشرع بموجبه جرائم جديدة في قانون العقوبات الباب 04 تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وهي عبارة عن 07 مواد نقلت عن القانون المتعلق بقمع الغش والتدليس الفرنسي 1905.[2]

*القانون المدني الصادر بموجب الأمر 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 وما يتضمنه من نصوص خاصة بالالتزام بالتعويض والتدليس والمتعلقة بالالتزام بضمان العيوب إلا أن هذه القواعد كانت تسري على كل متعاقد ولم يكن مصطلح مستهلك معروفا، إلا إذا كان الأمر يقتصر على استعمال مصطلحات البائع والمشتري هذا وبعد انتقال الدولة من نظام اقتصادي يقوم على التخطيط الى اقتصاد قوامه المنافسة، قام المشرع بإصدار أول قانون خاص بحماية المستهلك سنة 1989 ثم تلاه بنصوص تنظيمية وقانونية تنظم المجال التجاري والمنافسة الحرة ، كما وضع الأسس القانونية لإنشاء عدة أجهزة وهيئات تعمل على تجسيد الحماية على أرض الواقع. وهذا ما نواه المشرع للأضرار والمخاطر التي قد تلحق المستهلك بسبب اعتناق

[1]– انظر المادة 429/435 من الامر 66–156 المؤرخ كفي 08/06/1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم

[2]–انظر المادة 124/86 والمواد 379/383 من الامر 75/58 المؤرخ في 26 /09/1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بموجب القانون 07/05 المؤرخ في 13/05/2007

الدولة لنظام اقتصاد السوق، ذلك أن هذا النظام مزاياه المتمثلة في النهوض بمستوى معيشة المستهلك على أساس تنوع وتعدد السلع البديلة والخدمات، بقدر ما يجلب من عيوب تتمثل في تدني مستوى جودة السلع والخدمات وظهور المنافسة غير الشرعية، وبالتالي صرورة احاطته بحماية خاصة لضمان حقوقه مع الإشارة ان القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية لمستهلك لم يتم تعديله إلا في سنة 2009/09/03 الذي يلغي القانون 02/89 بموجب المادة 94 منه، رغم كل التطورات والتغيرات الحاصلة على المستوى الاقتصادي الاجتماعي التكنولوجي ...الخ.[1]

ثانيا: مفهوم المستهلك:

لم يعرف مفهوم المستهلك اهتمام من طرف فقهاء القانون حتى بداية النصف الثاني من القرن 20 بالرغم من استعمال هذا المصطلح من قبل رجال الاقتصاد وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي الذي أدت الى ضخامة الانتاج والتوزيع وزيادة الطلب، أين حاول معظم التشريعات القائمة معالجة هذا القصور، ودفعت المشرعين إلى سد فراغ القانون الذي أثار جدلا فقهيا وقضائيا، حول مفهوم المستهلك.[2]

إن صفة المستهلك قد تطلق على من يقتني مالا أو خدمة لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، وتطلق أيضا على من يفعل ذلك لأغراض حرفته أو صناعته.

*ويعرف الاستهلاك لدى رجال الاقتصاد بأنه "آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات" ونظرا لدخول هذا المصطلح في اللغة القانونية اضطر رجال القانون لتحديد معناه القانوني مستوحين إياه من المفهوم الاقتصادي ولذلك يعرف قانونا أنه التصرف القانوني الذي يبرمه المستهلك للحصول على السلع والخدمات التي يشبع بها احتياجاته الشخصية أو العائلية.[3]

---

[1]–عمر عبد الباقي :الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون) الاسكندرية ، مصر ، منشاة المعارف ،2004 ص 17

[2]–هشماوي وهيبة : الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص – كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية 2013/2012 ص 04 .

[3]–خالد ممدوح إبراهيم : حماية المستهلك في العقد الالكتروني ،ط1 ، دار الفر الجامعي ، الإسكندرية ،2007 ،ص 21

أ–التعريف الفقهي للمستهلك: لقد انقسم الفقه إزاء مفهوم المستهلك الى اتجاهين بين الإطلاق والتضييق.

***المفهوم الضيق:** وهو المفهوم الذي تبنته غالبية النصوص التشريعية الفرنسية وعرف المستهلك أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يحوز أو يملك أو يستخدم سلعة أو خدمة معروضة في السوق عرضا مهنيا بحيث لا يكون هو صانعها أو حولها أو وزعها أو عرض الخدمة ضمن إطار تجاري أو مهني أما الشخص الذي يقوم باستخدام سلعة أو يؤدي إلى خدمة ذات طابع مهني فانه لا يمكن ان يعتبر مستهلكا.[1]

*أي أن يكون المستهلك الذي يتحصل على أو يستعمل المنتجات أو الخدمات لأغراض غير مهنية.

وقد اعتبر هذا التعريف من أضيق التعريفات وأشملها في تحديد مفهوم المستهلك.

*فالمعيار المعتمد من طرف أنصار هذا الاتجاه هو معيار الغرض من التصرف وهو ما يميز بين المستهلكين المهنيين.

***المفهوم الموسع:** ويرى أنصار هذا الاتجاه مصطلح مستهلك مرادف لكلمة مواطن بالنظر إلى المصلحة ففي نظرهم تبدو مصلحة المستهلك عندما تنشأ علاقة تبادلية بين المواطنين والمؤسسات.[2]

–وهنا تم ادخال المهني أو المحترف ضمن فئة المستهلكين، فعرف المستهلك بأنه "كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية" أو أنه "كل من يتعاقد بهدف استهلاك السلعة مهما كان سبب الاستهلاك".

وهذا ما ناد به الرئيس الأمريكي السابق كندي من أن المستهلكين هم نحن جميعا ويعتبر مستهلكا كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك.

ويستند أنصار هذا الاتجاه إلى أن القضاء الفرنسي اتجه إلى تمديد نطاق قانون الاستهلاك ليشمل بالحماية الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني لكن ليس في إطار

[1]–خالد ممدوح إبراهيم : مرجع سابق ، ص23.

[2]– نوال بلحرش :مرجع سابق ص17

اختصاصهم أو مهنتهم (الفلاح يعقد تأمين على زراعته، التاجر الذي يضع نظام للإنذار في عمله، المحامي الذي يشتري أجهزة إعلام إلى مكتبه) فهم مشترون عاديون يجدون أنفسهم في مواجهة متعاقد محترف ويكونون بالتالي في وضعية ضعف تشبه وضعية المستهلك العادي.[1]

وقد عاب أنصار الاتجاه الضيق هذا التوسع غير المبرر في قانون الاستهلاك وراوا أن الاعتداد بالمؤهلات الخاصة بكل مستهلك من شأنه أن تشير نزاعات لا نهاية لها تنزع من قانون الاستهلاك وفعاليته.

مفهوم المستهلك في القانون الجزائري.

على خلاف التشريع الفرنسي حرص المشرع الجزائري ومنذ البداية على إعطاء تعريف للمستهلك وأول ما تم كان بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المادة 02 /9 "...المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسطى أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو شخص اخر حيوان يتكفل به".[2]

المشرع الجزائري هنا قد وسع في نطاق الحماية عندما اعتبر المستهلك الوسيطي من بين الأشخاص الخاضعين لقانون الاستهلاك وفي الخير يبين من الغرض من الاستهلاك هو سد الحاجات الشخصية او العائلية التي تضم حاجات الحيوان أيضا وهذه الأخيرة تعد أغراض غير مهنية.

-تداركا للتناقص الذي ميز هذا التعريف قام المشرع من خلال القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بإعطاء تعريف آخر للمستهلك تبنى المفهوم الضيق. "المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

-هذا وبصدور قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المادة 03 /1 "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستهلاك النهائي من اجل تلبية حاجات الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

---

[1]-مزاري عائشة ، مرجع سابق ص 20

[2]موسى زهية ،مرجع سابق ص 20

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.

مع زيادة الاخطار المحدقة بالمستهلك، ظهرت جمعية حماية المستهلك وتكتلت حيث ترجع نشأة الحركة الجمعوية لحماية المستهلك إلى القرن الـ19 أي أوائل الثلاثينات ثم تطورت الفطرة في الخمسينات، فظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1928 وتسمى "cansumer research".

فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعص الممارسات عير المشروعة من قبل المنتجين وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك صرح الرئيس الأمريكي السابق جون كيندي وأمام الكونغرس الأمريكي عن الحقوق الأربعة للمستهلك وذلك في 1962/03/15 وتتمثل في حقه في الأمان والمعرفة في الاختيار، وفي حقه الاستماع إلى آرائه، واعتبر بعد ذلك يوما عالميا لحقوق المستهلك ومن ثمة امتد هذا التيار الى مختلف الدول الغربية كفرنسا.[1]

الفرع الثاني: مبررات نشأة جمعيات حماية المستهلك.

أولا: نشأة جمعيات حماية المستهلك.

نظرا لتنديد الاهتمام بالمستهلك على المستوى الدولي أصبحت حماية هذا الأخير ورعايته تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدول وذلك من خلال تحديد سياستها لحماية المستهلك.

وترتكز هذه الأخيرة على عدة محاور أهمها وجود تشريع متكامل يضمن تحقيق حماية فعالة لحقوق المستهلك وإجراءات مبسطة للحصول على هذه الحقوق وكذا وجود منظومة من الأجهزة الرقابية تضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات إلا أن دور الدولة في حماية المستهلك لا يعفي المستهلك نفسه من مسؤولية القيام بدوره في هذه الحماية، إذن لابد أن تتبع هذه الأخيرة من ذاته، وهذا الأمر لا يمكن أن يتم إلا من خلال تكتل المستهلكين لتشكيل حركة رشيدة، ومن هذا المنطلق إذا بررت جمعيات الحماية والدفاع

[1]–سي يوسف زاهية حورية : الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك ، مجلة البحوث والدراسات القانونية ، البليدة ، عدد1 ، 2012 ، ص 198

عن المستهلكين وقد نشأت هذه الأخيرة كنتيجة حتمية ثم انتشرت وتطورت في العديد من الدول، ليحتضنها المستهلك الجزائري في سنوات الثمانينات رغم انها محدودة [1].

ثانيا-مبررات نشأة جمعيات حماية المستهلك.

توجد عدة عوامل أدت الى نشأة جمعيات حماية المستهلك وساعدت على انتشارها، منها ما يتعلق بالهيئات الرسمية ومنها ما هو مرتبط بالمستهلك نفسه.

إذ تعتبر الدولة المسؤول الأول عن توفير الحماية للمستهلك والحفاظ على أمنه وسلامته، وذلك من خلال سن القوانين التي تضمن قيام المنتخبين والموزعين والبائعين والتقيد بالمواصفات والمعايير الإلزامية، وتحد من الممارسات التجارية التي تلحق ضررا بالمستهلكين وتشجيع على المنافسة النزيهة والمعاملات العقدية المنصفة، إضافة إلى أجهزتها الإدارية والقضائية التي تسهر على ضمان تحقيق هذه الحماية من خلال مراقبة جودة السلع والخدمات ومدى تطبيق القوانين والتنظيمات المعنية بحماية المستهلك متابعة المخالفين ومعاقبتهم.[2]

إلا أن هذه الاليات وحدها تكون غير قادرة على تحقيق الحماية المرجوة، وذلك يعود الى عدم وجود اليد الضاربة التي تلزم الجهات المعنية بالقيام بدورها على أكمل وجه.

*غير انه ومن جهة أخرى لا يجوز أن تلقى المسؤولية كاملة على الدولة لأنه من ناحية لا يمكن ان يغطى دور الدولة شتى مجالات العمل، ومن ناحية أخرى قد لا تتحقق فعالية الإنجاز في هذا السبيل.

فالمستهلك نفسه يتحمل جزءا من هذه المسؤولية وعليه دورا هاما في هذه الحماية، إلا أن قصور وعي المستهلك الفرد بطبيعة حقوقه وواجبته اتجاه السلع والخدمات المعروضة عليه وكيفية الحصول على السلعة أو الخدمة بما يتفق مع احتياجاته وقدرته الشرائية، واتصافه أحيانا بمشاعر اللامبالاة وعدم علمه بكيفية الحفاظ على حقوقه وضرورة المطالبة بها له أثر بالغ في عدم تحقيق حماية ذاتية له.

[1]-نوال بن لحرش ، مرجع سابق ، ص 26.

[2]- سليماني يوسف ، مرجع سابق،ص27

فنظرا لهذا الضعف الذي يتسم به المستهلك الفرد لممارسة دوره بالشكل المطلوب يبرز الدور الإيجابي لتكاثف المستهلكين في شكل جمعيات طبقا للمبدأ القائل "في الاتحاد قوة" لتهتم هذه الأخيرة بشؤون المستهلك من وعي وثقافة استهلاكية، وتتكفل بتمثيله قصد الدفاع عن مصالحه ورفع اهتماماته وانشغالاته، ورغباتهم إلى المتعاملين الاقتصاديين وتطلعاته وشكواه إلى الهيئات المعنية.

المطلب الثاني: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.

مع زيادة الأخطار المحدقة بالمستهلك ظهرت جمعيات حماية المستهلك وتكتلت، ويرجع نشأة الحركة الجمعوية لحماية المستهلك الى القرن 19 أي إلى أوائل الثلاثينيات ثم تطورت الفطرة في الخمسينيات، فظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة1928 فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة من قبل المنتخبين وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك، لذا سنتطرق إلى الفرع الأول الذي يبين تطور جمعيات حماية المستهلك، والفرع الثاني الذي يضم تعريف جمعيات حماية المستهلك.

هذا وقد عدد بعض الفقهاء أسباب ومبررات ظهور وجهات حماية المستهلكين:

أولاً: القوى غير المتوازنة التي تميز العلاقة بين المهني والمستهلك في السبب الأول الذي يبرر ظهور المصرح مباكرة عن عدم التوازن بين الحقوق الواجب احترامها للباع والمشتري (المهني والمستهلك) فالعلاقة بين المهني والمستهلك هي بطبيعتها غير متوازنة ذلك أن إمكانية المهني ومعارفه وقدراته المادية خاصة تسمح له بملأ وتطبيق قانونه على المستهلك على خلاف هذا الأخير فالعروض المتزايدة وتنوع السلع والخدمات المعروضة عليه وكثرة الإعلانات الموجهة التي تؤدي إلى عدم تمكنه من تقييم هذه المنتوجات والخدمات تجعل عملية مراقبة السوق مستحيلة عليه.[1]

ثانيا: وهو سبب استراتيجي ففي الحوار المتعلق بقضايا الاستهلاك والذي يتم أصلا بمشاركة جميع الأطراف المعنية، إذا أرادت السلطات العامة دراسة نص قانوني يخص العلاقة بين

[1]– علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 80

المؤسسة والمستهلكين سيتم طلب رأي هاتين المجموعتين، وفي هذه الحالة لا يمكن سماع رأي جميع المستهلكين، ففي مجال الأعمال توجد جمعيات معنية تمثل فئة المهنيين ومن البديهي إيجاد حل مثيل لهذه الجمعيات المهنية بين المستهلكين.

كما أنه من المهم أن يكون لمجموع المستهلكين جهة تمثلهم، هذا الأمر سيسهل الحوار (بائع، مشتري، مهني، مستهلك) لأن المستهلكين هنا منظمين في مواجهة عالم الأعمال.

وفي الأخير فإن وجود جمعيات لحماية المستهلك يرجع إلى كون المستهلكين أنفسهم بحاجة إلى جهة مركزية جديدة بمساعدتهم، ففي الكثير من الأحيان لا يكون للمستهلك المعارف والموارد اللازمة التي تسمح له بحل المشاكل التي يواجهها، وبمجرد العلم أنه توجد هيئة مدنية تطوعية تهتم بمساعدة هذا الأمر سيكون جزءا من حل مشكلته.[1]

هذا ويبرز الدور المتهاظم لجمعيات حماية المستهلكين في كون أن لهذه الجمعيات دورا في نشر الرقابة على العديد من المجالات.

فقد تواجه جمعيات حماية المستهلكين كافة مظاهر السلبية المذكرة في المجتمع، وعن طريقها إذن تتحول التصرفات السلبية إلى أحادية وفردية إلى جماعية لها وزنها وتأثيرها عند اتخاذ القرارات في كل ما يتعلق بالاستهلاك بحيث يتجاوز المستهلك السلوك السلبي المتمثل في مشاهدة ما يرتكب في حقه دون رد فعل ليلعب دورا إيجابيا في الحفاظ على مصالحه والدفاع عن حقوقه.[2]

هنا تجدر الإشارة إلى أن جمعيات حماية المستهلكين ليست الوحيدة كمنظمات مدنية تطوعية من تهتم وتهدف إلى حماية المستهلك، حيث توجد غيرها من الجمعيات المختصة في مجالات تختلف عن مجال الاستهلاك، إلا أنها تساهم بطريقة أو بأخرى في تحقيق حماية المستهلك ذلك أن عملها أو نشاطها يؤدي بالنتيجة إلى هذه الحماية.

---

[1]– عشور عماد، صلة قواعد الإدارة لحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف– المسيلة، 2017–2018، ص 36

[2]– عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ط2، منشأة المعارف بالإسكندرية، 2007، ص 43

فالجمعيات البيئية مثلا تهتم بحماية البيئة من مظاهر التلوث واستنزاف الموارد البيئية، وتحقيق هذا الهدف أي توفير بيئة [1]نظيفة وسلمية يؤدي بالضرورة إلى ضمان الحفاظ على أمن وصحة المستهلك لذلك نجد أن هناك بعض جمعيات حماية المستهلكين التي تدرج ضمن أهدافها بالإضافة إلى حماية المستهلك والدفاع عن حقوقه والدفاع عن البيئة، خاصة وأنه من الحقوق الأساسية الثمانية للمستهلك التي احتضنتها الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1985 "الحق في بيئة صحية".[2]

ومن هذه الجمعيات نذكر:

- جمعية حماية وإرشاد المستهلك وبيئته.
- جمعية النقاوة لأمن المستهلك والبيئة.
- جمعية "أمل" لحماية المستهلك والبيئة.

تطور جمعيات حماية المستهلك:

أكد المؤتمر الدولي المنعقد بمدينة هامبورغ بألمانيا سنة 1969 على دور التعاونيات كأولى المنظمات الحديثة ودورها في توسيع فكرة حقوق المستهلك وضمان جودة السلع والمحافظة على الأسعار.

إذن فمن أوائل الهيئات التي اهتمت بمصالح المستهلكين هي الجمعيات التعاونية أو ما يسمى بتعاونيات الاستهلاك.[3]

Les coopératives de consommation

1-التعاونيات الاستهلاكية:

إن أولى حركات الدفاع عن المستهلكين في فرنسا لم تظهر في بادئ الأمر في شكل جمعيات، حيث أنها اتخذت أشكالا عدة قبل أن تتطور وتتهيكل في صورة جمعية وقد كانت عدة مبادرات شكلت في فرنسا تهتم بالدفاع عن المستهلكين لمن فيهم مرتفقي الخدمة العامة.

---

[1]- سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص 284

[2]- دليل المستهلك الجزائري ص 7

[3]- بن لحرش نوال، مرجع سابق ص 17

قبل ق 19 لم تشكل الحركة الاستهلاكية موضوع أي تنظيم وفي منتصف القرن العشرين ظهر ما يسمى بالتعاونيات الاستهلاكية وتعرّف أنها "تجمعات تتأسس بين مستهلكين لتوفير نشاط نظامي في مواجهة المؤسسات الرأسمالية" وهذه التعاونيات تقوم بالبيع لأعضائها السلع والمنتجات التي تشتريها، ولكن تبيعها بأبخس الأثمان مقارنة مع المؤسسات الرأسمالية لأنها تهدف إلى تحقيق ربح، فهي تلعب دور مؤسسات للتوزيع، وفي هذا الإطار تجد نفسها في مواجهة المؤسسات الرأسمالية.[1]

وحسب قانون 7 ماي 1917 فإن التعاونيات الاستهلاكية هي شركات مدنية أو غير مسماة برأسمال ثابت، يكون هدفها البيع للمنخرطين فيها، المنتجات الاستهلاكية التي تشتريها إما بنفسها أو بالاتفاق فيما بينها، في الواقع فهي تبيع لكل شخص يريد الشراء على أنه وإن كانت التعاونيات الاستهلاكية مهّدت السبيل نحو ظهور حركة الدفاع عن المستهلكين، إلا أنها في 20 سنة الأخيرة عرفت صعوبات جمة، جعلتها تقترب أكثر من المؤسسات الرأسمالية بسبب تخريب آلة التوزيع (الأزمة الاقتصادية لسنة 1929) ولهذا فالعديد منها اختلت ميزانيتها وأما التي استطاعت أن تقاوم فقد تطورت إلى جمعيات لحماية المستهلك.[2]

والملاحظة أن التعاونيات الاستهلاكية لا تهدف بشكل واضح ومباشر للدفاع عن المستهلكين وحماية حقوقهم، وإنما تساعد المستهلكين في الحصول على المواد والسلع بأسعار تناسبهم فهي تحميهم من غلاء الأسعار التي تفرضها المؤسسات الرأسمالية.

2-جمعيات المستهلكين:

من الصعب التحديد بدقة متى ظهرت أولى جمعيات حماية المستهلك، وإن كانت الحركة الجمعوية بصفة عامة عرفت تطورا بعد صدور قانون 1901 المنظم للجمعيات وهو ما أدى إلى ظهور جمعيات حماية المستهلك حيث ذكر Charles Guide في طبعته الرابعة بدروس الاقتصاد السياسي سنة 1919 عدة جمعيات من هذا النوع من بينها.

[1]-فهيمة ناصري، مرجع سابق، ص 17

[2]- د عبد الحق قريمس: جمعيات حماية المستهلك: المهام والمسؤوليات، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14 أفريل 2017، ص 521

La société de l'aliment pur التي تهدف إلى حماية المستهلك من التسممات الغذائية.[1]

La ligue française de consommateurs التي تهدف إلى تجميع المصالح المتفرقة للمستهلكين.

وبعد ذلك كنات هناك مبادرة على نطاق واسع تمثلت في إنشاء الفيديرالية العامة للمستهلكين (la confédération générale des consommateurs) سنة 1927، فكانت تعمل على توحيد مختلف التجمعات والتنظيمات العاملة في مجال حماية المستهلك.

فيمكن القول أن جمعيات حماية المستهلكين في فرنسا تنقسم بصفة عامة إلى 4 تيارات كبرى، جمعيات عائلية: التعاونيات، النقابات والجمعيات الاستهلاكية، هذه الأخيرة التي تعد موضوع دراستنا لأن هدفها الوحيد هو الدفاع عن المستهلكين بصفة عامة كما أنه في تقسم جمعيات الدفاع عن المستهلكين باعتبار مجال نشاطها إلى قسمين: الجمعيات الوطنية والجمعيات المحلية.[2]

الجمعيات الوطنية: منذ 1986 ظهرت العديد من الجمعيات الوطنية التي يضم مجال عملها كامل التراب الفرنسي ولا يعتبر على إقليم محدد وتمثل الجمعيات الوطنية في فرنسا نماذج واسعة لتطور الوعي والتفكير في مجال السياسة الاستهلاكية وجميعها معتمدة، كما أنها تستفيد من إعانات مالية ومادية من طرف الوزارة المكلفة بالاستهلاك ومن أمكنتها:
Association Fédérale des nouveaux consommateurs ANC والتي أنشأت سنة 1975، وتهتم خصوصا بتوعية صغار المستهلكين، وهي في حقيقتها تمثل اتحادا لجمعيات، وموارد هذه الجمعيات تتمثل في اشتراكات أعضائها إضافة إلى الأرباح التي تحققها من مبيعات ومنشوراتها وكذا الإعانات التي تقدمها الدولة.

-**الجمعيات الإقليمية:** أو المحلية إلى مستوى المحلي وهي في غالب الأحيان إما إقليمية، محلية أو جهوية، تضم عددا من المحافظات وإن كان أغلبها عضو في جمعيات وطنية، كما أن معظمها يستفيد من الاعتماد، ويمكنها الاستفادة من إعانات من طرف السلطات العمومية،

[1]- فهيمة ناصري، مرجع سابق، ص 17
[2]- فرج عبد الفتاح فرج، ص 25

والتي تكون أما البلدية أو المحافظة كما يمكن أن تقوم من طرق المديرية الجهوية للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش.[1]

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلك

تخضع جمعيات حماية المستهلك إلى أحكام القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات[2]، ذلك أن المشرع يضع قانونا واحد تخضع لأحكامه كل الجمعيات مهما كان وضوع نشاطها علميا، اجتماعيا، تربويا، ثقافيا ...الخ، ومهما كان مجال إقليم نشاطها، سواء كان يشمل كل التراب الوطني (جمعية وطنية) أو يقتصر على جهة من جهات الوطن (جمعية جهوية أو ما بين الولايات) أو على المستوى المحلي (جمعية بلدية أو ولائية) فكل هذه الجمعيات تجد أساسها القانوني في القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات[3].

بموجب المادة 02 من هذا القانون عرف المشرع الجمعية على أنها " عبارة عن تجمع أشخاص طبيعيون و/أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محددة أو غير محددة يشترك هؤلاء الأشخاص بتسخير معارفهم ووسائطهم تطوعا ولغرض غير مربح .."

وعلى هذا الأساس فإن المشرع الجزائري يقر بحياة الجمعية فهو لا يقيدها بعامل الزمن بقدر ما يقيدها بغرضها الذي يجب أن يحدد بدقة وأن يكون تسميتها مطابقا لهدفها، كما يؤكد على غرضها الذي يجب أن يكون غير مربح[4].

كما أن القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 21 جاء بتعريف خاص بجمعيات حماية المستهلك فعرفها "كل جمعية منشاة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

---

[1]– فهيمة ناصري، مرجع سابق، ص 19

[2]– القانون رقم 12/06 المؤرخ في 12/01/2012 المتعلق بالجمعيات ، الجريدة الرسمية ، العدد 02 ، الصادرة بتاريخ 15/01/2012 ،.

[3]– سهيلي رياض ، حماية المستهلك في القانون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2016 ، ص 80.

[4]– علي بولحية بوخميس ، مرجع سابق ، ص 14.

يتضح من خلال نص المادة يقصد بضرورة أن تؤسس جمعيات حماية المستهلك طبقا للقانون، أي وجوب خضوعها للقانون 06/12 خاصة فيما يخص الشروط المتعلقة بمؤسسي الجمعيات وإجراءات التأسيس والضوابط المتعلقة بحقوق ووجبات الجمعية.

تتميز جمعيات حماية المستهلك بهدفها وتسميتها وعملها عن أي جمعية ذات طابع سياسي، حيث تعتبر منظمات حيادية تطوعية، يؤسسها أفراد من كافة فئات المجتمع والمتخصصين في مجالات مختلفة تعالج الأمور بموضوعية تكمن أهميتها في مساعدة الجهود الحكومية.

فمن خلال التعريف الذي جاء في المادة 02 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات المذكور سابقا نستنتج مجموعة من العناصر المميزة للجمعية والمتمثلة فيما يلي:

أولا: الجمعية عبارة عن عقد:عبر المشرع الجزائري نقلا عن المشرع الفرنسي[1] وبموجب القانون رقم 31/90 عن الجمعية بالاتفاقية منه حيث جاء في المادة 02 " تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي ولغرض غير مربح"[2] وهذا ما اعتبره المشرع مرادفا ومذلك على خلاف القانون 06/12 الذي اعتبر المشرع من خلال الجمعية أنها تجمع أشخاص تربطهم علاقة تعاقدية.

بما ان الجمعية عبارة عن عقد فإن انشاؤها يخضع لمبدأ حرية التعاقد والذي تنشأ عنه القوة الملزمة للعقد أساسها مبدأ سلطان الإرادة، وهذا الأمر يتأكد من خلال نص المادة 06 من قانون 06/12 "تؤسس الجمعية بحرية من قبل أعضائها المؤسسين" ومعنى ذلك أن إرادة المتعاقدين هي التي تحدد مدى الالتزامات التي يرتبها العقد مثل تحديد محل العقد.

ثانيا: الجمعية مكونة من أشخاص طبيعيين: هنا المشرع لم يحدد طبيعة أشخاص عقد الجمعية فيما إذا كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين حسب المادة 02 من قانون 06/12.

---

[1] – article permier de la loi du 1 er juillet 1901 relative au contrat d' association jo.rf.du 1er juillet .. "d' association est la convention par la quelle"

[2]– قانون رقم 90/31 المؤرخ في 04/12/1990 المتعلق بالجمعيات ، الجريدة الرسمية رقم 53 الصادرة بتاريخ 05/12/1990 .

وإذا كانت الأشخاص المعنوية تنقسم إلى أشخاص معنوية عامة وأشخاص معنوية خاصة فإن المشرع ومن خلال القانون 31/90 لم يحدد طبيعة الشخص المعنوي الذي يمكن ان تتكون الجمعية فيما إذا كان معنويا عام أم معنوي خاص.[1]

ثالثا: الغرض غير مربح: وهي السمة الأساسية للجمعية التي تميزها عن التنظيمات الاقتصادية، وبناء على ذلك فالمشرع الأمريكي يطلق عليها تسمية المنظمات غير الربحية no profit organisation فالجمعية عبارة عن مؤسسة اجتماعية خارج السوق الاقتصادية والتنافس فهي لا تسعى إلى الربح المادي كغرض أساسي لوجودها، والأشخاص الراغبين في الحصول على أرباح أو تنمية ممتلكاتهم الخاصة لديهم الحق في اقتحام ميداني أخرى غير الجمعيات.

لكن هنا لابد من الإشارة أن المشرع ومن خلال تعريفه للجمعية سواء من خلال القانون الملغى أو القانون الساري 06/12 الذي استعمل عبارة "لغرض غير مربح" فهذا لا يمنع الجمعية من إقامة نشاطات تهدف من خلالها إلى توفير بعض الأرباح لاستخدامها في تحقيق الأهداف المسطرة ومنح المشرع لها هذا الحق بموجب المادة 29 من القانون المذكور أعلاه والمحدد لموارد الجمعية.

أما التعريف الفقهي لجمعيات حماية المستهلك عرفها أنها احدى المنظمات غير الحكومية تقوم على ضرورة إيجاد دور إيجابي للفرد يقوم به بنفسه من أجل حماية نفسه والآخرين ضد كل عملية الغش والتدليس وكل ما يؤثر على صحته وسلامته.

وبالرجوع إلى القانون الملغى 02/89 اعترف المشرع بهذه الجمعية لكن لا نجد تعريفا شاملا بل اكتفى بتحديد دورها في المادة 12 و23 وهذا ما يشير إلى قلة الاهتمام بجمعيات حماية المستهلك آنذاك.

*لذا منح المشرع هذه الجمعيات ومن خلال القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نوع من الأهمية حيث خصص لها فصلا بعنوان (جمعيات حماية المستهلك)

عرف المشرع الجزائري في المادة 1/29 من قانون 03/09 "كل جمعية منشاة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله "وهنا

[1]– نوال بلحرش ، مرجع سابق ، ص 23.

يمكننا القول لا يوجد تعريف قانوني خاص لجمعية حماية المستهلك، وكما جاء في المادة أعلاه ينطبق عن المادة 02 من القانون 06/12 من حيث التأسيس والتنظيم.

غير أن الجديد الذي أتى به القانون 03/09 هو إمكانية الاعتراف لها بصفة المنفعة العمومية أي يمكنها أن تحصل على المساعدة القضائية.[1]

فيما يخص موقف المشرع الجزائري من هذا النوع من الجمعيات ذات المنفعلة العمومية نجد أن الأمر رقم 79/71المتعلق بالجمعيات جاءت المادة 17 منه تحت عنوان الجمعيات المعترف لها بالمنفعة العمومية وحدد المرسوم التنفيذي 72/176 كيفية تطبيق هذه المادة ومن خلال ذلك يتم الاعتراف للجمعيات بصفة المنفعة العمومية بموجب مرسوم رئاسي يتخذ على بناء على اقتراح من وزري الداخلية بعد أخذ رأي الوزير المعني، والجمعيات التي تم لها الاعتراف بصفة المنفعة العمومية الهلال الأحمر، الكشاف الإسلامية[2].

المبحث الثاني: تأسيس وتنظيم جمعيات حماية المستهلك.

ينص دستور 1996 في المادة 41 على ما يلي "حرية تسيير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمون للمواطنين" كما جاء في المادة 43 منه "حق إنشاء الجمعيات مضمون تشجع الدولة ازدهار الحركة الجموعية، يحدد القانون شروط وكيفيات إنشاء الجمعيات "هذين النصين يكرسان مبدأ أساسي ألا وهو حرية إنشاء الجمعيات في جميع الميادين والمجالات بما فيها تلك تعمل في مجال حماية المستهلك وتأكيد لهذا المبدأ الدستوري صدرت عدة قوانين تنظم الجمعيات بصفة عامة.[3]

وإن كانت جمعيات حماية المستهلك كغيرها من الجمعيات تعد حديثة النشأة على الرغم من أن الأساس القانوني لوجودها كان سنة 1987 بصدور قانون 15/87 المؤرخ في 21-07-1987 المتعلق بالجمعيات كان يهدف حسب المادة 01 منه إلى الإطار الذي تمارس فيه حرية إنشاء الجمعيات، لكن أعيب على هذا القانون في اشتراطه للاعتماد المسبق في الاعتراف بالجمعية قانونا، حيث تلاه المشرع بمرسوم رقم 16/88 المؤرخ في 02-02-

[1]–نوال بلحرش ، مرجع سابق ، ص 23.

[2] – www.interieur .gov.dz.

[3]– ناصري فهيمة ، مرجع سابق ، ص 21.

1888 المتعلق بكيفيات تطبيق قانون 15/87 ويضبط الأحكام القانونية الأساسية المشتركة بين الجمعيات[1]، إلا أنه لم يتم التأكد من ظهورها إلا بعد صدور قانون 31/90 المؤرخ في 1990/12/04 المتعلق بالجمعيات والذي يحدد كيفيات تكوين الجمعيات بصفة عامة وتنظيمها وعملها، وهذا القانون ألغى شرط الاعتماد مما سهل بشكل كبير تشكيل الجمعيات وأكد مبدأ حرية إنشائها[2]، وعليه فالمشرع من خلال ما سبق يكون قد أعطى التأشيرة الرسمية لجمعيات حماية المستهلك للتدخل الكامل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية للدفاع عن المصالح الأساسية للمستهلكين، فوجودها كان ضرورة ملحة لابد من تجسيدها على أرض الواقع خاصة بدخول الجزائر اقتصاد السوق المفتوح وتفتحها على الأسواق الخارجية.

المطلب الأول: تأسيس جمعيات حماية المستهلك.

لم يعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك إلا بموجب القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بالقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي أعطى لها الحق في رفع دعاوى ضد المتدخلين في مراحل عرض المنتوج للاستهلاك.

تجد الجمعيات أساسها القانوني في القانون 06/12 [3]حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد التأسيس[4].

ولا ننسى أن تاريخ 1990/15/04 كان معلما بارزا في تاريخ حركة الجمعوية ذلك أيضا أن هذا القانون كرس أحد الحقوق الأساسية وهي حرية إنشاء الجمعيات وهذه الحرية تتطلب احترام مجموعة من الإجراءات القانونية المتعلقة بالتأسيس فسنقوم من خلال هذا الفرع بالتعرض لمجموع الأحكام المتعلقة بتأسيس وتنظيم الجمعية المحددة بموجب القانون 06/12 باعتباره القانون الساري الذي يندرج ضمن الإصلاحات التي شرعت فيها الدولة لتعميق المسار الديمقراطي وذلك بقصد إبراز التعديلات الذي جاء بها المشرع مقارنة بما هو منصوص عليه في القانون 31/90.

---

[1]– هشماوي وهيبة ، مرجع سابق ، ص 18.

[2]– قانون 90/31 المؤرخ في 04/12/1990 المتعلق بالجمعيات.

[3] – المؤرخ في 2012/01/12، الجريدة الرسمية 02، بتاريخ 2012/01/15.

[4]– المادة 17 من القانون 12/06 القانون المتعلق بالجمعيات.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلك

وتمثلت الشروط فيما يلي:

أولا-بالنسبة للهدف:

لكي يتم إنشاء أو تأسيس جمعية يشترط أولا وقبل كل شيء أن لا يكون الهدف مخالفا للنظام التأسيسي القائم أو النظام العام والآداب العامة أو القوانين والتنظيمات المعمول بها ن بمعنى ألا تهدف إلى تحقيق الربح ولا المضاربة باعتبارها تمارس نشاطا تطوعيا.[1]

أما عن الجزاء المترتب في هذه الحالة اعتبرت الجمعية باطلة بقوة القانون، وذلك على خلاف القانون 06/12 الذي أغفل المشرع من خلاله الجزاء المترتب عن مخالفة الشروط وهنا يتعين الرجوع إلى القواعد العامة المتعلقة بالعقد حيث يكون هذا الأخير باطلا إذا كان السبب أو الغاية أو الهدف غير مشروع أو مخالف للنظام العام أو الآداب العامة، وذلك طبقا للقانون المدني المادة 97 منه.[2]

أن يحدد هدف الجمعية بدقة وأن تكون تسميتها مطابقة له حيث يجب أن يكون هدف الجمعية متعلق بمصالح المستهلك والدفاع عن حقوقه الجوهرية المشروعة والمتجسدة في حقه في نزاهة العمليات التجارية وأمن ومطابقة السلع والخدمات (هنا أغفل المشرع ذكر جزاء مخالفة هذه الشروط).

ب-بالنسبة للأعضاء:

بموجب المادة 04 من ق 31/90 يشترط في كل شخص يؤسس أو يدير جمعية ما يلي:

*بالنسبة للشخص الطبيعي:

-أن يكونوا بالغين سن 18 فما فوق.

[1]- ليلى بن عنتر، جمعيات حماية المستهلك – موجودة أو تحتاج إلى الوجود – ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، العدد 02، 2010، ص 176.

[2]- سهيلي رياض ، مرجع سابق ، ص 82.

-الجنسية الجزائرية.

-التمتع بالحقوق المدنية والسياسة.

-أن لا يكون قد سبق له سلوك مخالف لمصالح كفاح التحرير الوطني، أو محكوم عليهم بجناية أو جنحة تتنافى مع مجال نشاط الجمعية.

-ملاحظة:

بموجب ق 06/12 فإن الشرط المتعلق بعدم مخالفة السلوك لمصالح كفاح التحرير الوطني، فقد تم إلغاءه لكونه لم يعد يتلاءم مع الوقت الحالي، وقد تم استبداله بشرط أن لا يكون محكوم عليهم بجناية و جنحة تتنافى مع مجال نشاط الجمعية ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين، وهذا ما نصت عليه المادة 04 أعلاه.[1]

***بالنسبة للشخص المعنوي:**

وإن كان المشرع من خلال القانون الملغى رقم 31/90 أغفل تحديد الشروط الواجب توفرها في الشخص المعنوي، فإن القانون الساري حدد مجموع هذه الشروط التي وكما سبق ذكره خصت بها الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص فيما يلي:

-مؤسس طبقا للقانون الجزائري.

-ناشطين عند تأسيس الجمعية.

-غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم

والشخص المعنوي هنا يجب أن يمثل من طرف شخص طبيعي مفوض خصيصا لهذا الغرض.[2]

[1]-سهيلي رياض، مرجع سابق، ص 81.

[2]- انظر المادة 05 من قانون 06/12 المذكور أعلاه.

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتأسيس جمعيات حماية المستهلك.

إضافة إلى الشروط الموضوعية يخضع تأسيس الجمعية إلى ضرورة إتباع مجموعة من الإجراءات يمكن حصرها فيما يلي:

*اجتماع الجمعية العامة التأسيسية التي تضم مجموع الأعضاء المؤسسين للجمعية ليتم المصادقة على القانون الأساسي، وذلك بعد مناقشة بنوده ليتم المصادقة على القانون الأساسي، وذلك بعد مناقشة بنوده وتعيين مسؤولي الهيئات القيادية والتي حرص المشرع من خلال القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات خلافا للقانون السابق على تسميتها بالهيئات التنفيذية، بعدها إثبات ذلك بموجب محضر اجتماع يوقع عليه جميع أعضاء الجمعية العامة[1].

وبموجب المادة 1/6 من القانون رقم 06/12 وعلى خلاف القانون الملغى رقم 31/90 اشترط المشرع أن يتم تحرير محضر اجتماع الجمعية العامة من قبل محضر قضائي، ذلك أن عمل المحضر القضائي يمتد إلى مجالات وأعمال غير قضائية كحضور المسابقات والجمعية العامة للشركات والمنظمات المهنية، وهذا الأمر من شأنه أن يضفي المصداقية على هذه الأعمال.

*وقد وضع المشرع بموجب المادة 06 من قانون رقم 31/90 شرط الحد الأدنى للأعضاء المؤسسين للجمعية والمحدد بـ 15 عضوا.

*إيداع تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية المختصة الذي يكون أمام المجلس البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية، الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية، وأمام وزارة الداخلية فيما يتعلق بالجمعيات ذات الصبغة الوطنية أو المشتركة بين الولايات، ليتبع بعد ذلك تسلم وصل إيداع من السلطة العمومية المختصة وجوبا مباشرة بعد تدقيق حضوري لوثائق الملف للقيام بدراسة مدى مطابقة تأسيس الجمعيات لأحكام هذا القانون يجب أن يكون في أجال محدد حسب الإدارة المختصة ابتداء من تاريخ إيداع التصريح:

*شهر بالنسبة للمجلس الشعبي البلدي (جمعيات محلية)

[1]–عبد الحق قريمس، مرجع سابق، ص525.

*40 يوما بالنسبة للولاية. (جمعيات ولائية)

*45 يوما للوزارة المكلفة بالداخلية (جمعيات وطنية).[1]

مع احترام إجراءات تقديم الملف لهذه السلطات ويتولى هذا المهام الشخص المخول قانونا وهو رئيس الجمعية أو الممثلة المؤهل قانون، وكذلك أعضاء جمعية (10 أعضاء للجمعيات البلدية) 15 عضوا للجمعيات الولائية، 21 عضوا للجمعيات مابين الولايات منبثقين عن 3 ولايات على الأقل، 25 عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن 12 ولاية على الأقل.

*خلال أجل دراسة الملف المودع لدى هذه السلطات وتقدير مدى مطابقته للأحكام القانونية يتم تسليم الجمعية لوصل يسمى وصل تصريح التأسيس.[2]

بعد استلام هذا الوصل تلتزم الجمعية بالقيام بشكليات الإشهار على نفقتها في جريدة يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني، وهذا ما نصت عليه المادة 03/7 من القانون المذكور أعلاه.

ويتضمن إشهار التأسيس موجز لأهم بيانات التصريح من تسمية، الجمعية، تاريخ إيداع التصريح، المقر الاجتماعي، واسم الرئيس. على أن تبرر الجمعية قيامها بهذا الإجراء بتسليم قصاصة منه للسلطة العمومية المعنية.[3]

-أما في حالة ما إذا تبين للإدارة أن تأسيس الجمعية يخالف أحكام القانون بإمكانها في هذه الحالة إخطار الفرقة الإدارية بالمجلس القضائي المختص إقليميا مدة 8أيام على الأكثر قبل انقضاء أجل 60 يوما، المحدد لدراسة ملف التأسيس وهذا ما نصت عليه المادة 08 من القانون 31/90.

[1]-ليلى مباركي، مرجع سابق، ص69.

[2]-سهيلي رياض، مرجع سابق، ص79.

[3]-مزاري عائشة، مرجع سابق، ص18.

-وفي الحالات العادية نجد أن الجهة الإدارية التي تستلم الملف هي التي تصدر قرار الرفض والمتضرر من هو الذي يلجأ إلى القضاء للطعن، في هذا القرار في حالة ما انعدام التصريح بالقبول أو الرفض من طرف هذه الجهة الإدارية.[1]

المطلب الثاني: تنظيم جمعيات حماية المستهلكين.

لا يمكن فهم طريقة تسير عمل الجمعية دون معرفة الهياكل أو الأجهزة التي تسهر على ذلك والأحكام التي تنظيمها.

فبالرجوع إلى القانون المتعلق بالجمعيات لا نجد القواعد الدقيقة المنظمة لعمل الجمعيات، حيث ترك المشرع ذلك لأعضائها المؤسسين الذين لهم الحرية في ذلك وفقا لما تم تحديده في القانون الأساسي.

لقد حدد المشرع سنة 1988 الأحكام القانونية الأساسية المشتركة بين جميع الجمعيات بعدها تم اعتماد قانون أساسي نموذجي يتضمن مجموع هذه الأحكام المشتركة، بمنح من قبل السلطات الإدارية المختصة لكل من يرغب في تأسيس جمعية، ليتم بعدها إعادة صياغة هذا القانون من قبل وزارة الداخلية والجمعيات المحلية بعد صدور القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات[2]، وبناءا عليه يتم تنظيم الجمعية وتسيرها على النحو التالي:

الفرع الأول: أجهزة الجمعية ومواردها: وتتمثل في جهاز المداولة وجهاز الإدارة.

أولا: أجهزة الجمعية:

أ-جهاز المداولة: يتمثل في جمعية العامة، وهنا لابد من التمييز بين الجمعية العامة التأسيسية والجمعية العامة العادية، فالأولى تتعقد فيها بين الأعضاء المؤسسين والثانية فهي الهيئة العليا في الجمعية وتتكون من جميع الأعضاء الذين تتوفر فيهم شروط التصويت الواردة في القانون الأساسي، حيث تبع انتخابها عن طريق أعضاء الجمعية لمدة محددة وللجمعية العامة صلاحيات واسعة أهمها:

[1]-سليماني يوسف، مرجع سابق، ص113.

[2]-عبد الحق قريمس، مرجع سابق، ص524.

-الإدلاء برأيها فيما يخص جدول ونتائج النشاطات تقارير التسيير المالي والوضعية الأدبية للجمعية[1].

-المصادقة على القوانين الأساسية والنظام الداخلي للجمعية بالإضافة الى تعديلاتها.

-القيام بانتخاب المكتب التنفيذي وكذا تجديده.

-دراسة الطعون المقدمة فيما يخص الانضمام إلى الجمعية.

-تحديد مبلغ الاشتراكات السنوية.

ب-جهاز الإدارة: يسير ويدير الجمعية مكتب الجمعية أو ما يسمى بالهيئة التنفيذية أو المكتب التنفيذي، والذي يتم انتخاب أعضائه من قبل الجمعية العامة لمدة محددة قد تكون قابلة للتحديد فالمكتب التنفيذي يعد بمثابة الجهاز المحرك لنشاط الجمعية، حيث يتولى مجموعة من المهام نذكر منها على الخصوص.

- تطبيق أحكام القانون الأساسي والنظام الداخلي، السهر على احترامها.
- تنفيذ قرارات الجمعية العامة.
- تسيير ممتلكات الجمعية.
- إعداد مشروع النظام الداخلي.
- دراسة عمليات الشطب لكل عضو في الجمعية يرتكب مخالفة خطيرة.

ثانيا-موارد الجمعية: المادة 29 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات، موارد الجمعية ما يلى:

- **اشتراكات الأعضاء Les cotisations:** وهي المبالغ المالية المحددة من قبل الجمعية العامة الواجب دفعها من قبل أعضاء الجمعية بصفة دورية ومستمرة والأصل أن الاشتراكات تعد المصدر الأساسي لتمويل الجمعية.

- **المداخيل المرتبطة بأنشطة الجمعية:** وهي النشاط التجاري الممارس من قبل الجمعية وفي هذه المسألة يعتبر البعض أن عدم إيجاد الجمعيات لمصادر مالية تضمن لهما استقلاليتها يجعل منها مجرد جمعيات في حالة مستمرة للإعانات من الغير.

- مداخيل جمع التبرعات والهبات النقدية والعينية والوصايا:

[1]-عبد الحق قريمس، مرجع سابق، ص526.

يشترط المشرع فيها يخص الهبات والوصايا المقدمة للجمعية أن لا تكون مثقلة أو مقيدة بأعباء وشروط، مالم تكن هذه الأخيرة تتعارض مع الأهداف المسطرة.

- الإعانات المقدمة من السلطات العمومية:

تلعب الدولة دورا مهما في تدعيم الحركة الجمعوية من خلال الإعانات المحتملة التي تقدمها الجمعيات، فيتقدم رئيس الجمعية إلى السلطة العمومية المختصة بشرط أن يكون هذا الطلب مصحوبا بالوثائق التالية:

- حصيلة نشاطاتها السنوية.
- حساباتها المالية.
- البرنامج المسطر المتعلق بنشاطات السنة الموالية.[1]

الفرع الثاني: علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات الأخرى:

إن جمعيات حماية المستهلك في أدائها لدورها المنوط بها تعمل بالتوازي والتنسيق والتعاون مع العديد من الهيئات والسلطات العاملة في نفس المجال، سواء كانت متخصصة في حماية المستهلك كالمجلس الوطني لحماية المستهلك والمركز التجاري لمراقبة النوعية والرزم أو التي يكون دورها من شأنه المساهمة بشكل فعال في تحقيق الحماية كما هو الحال بالنسبة لمجلس المنافسة والأسعار ومخابر تحليل النوعية، أو بالتنسيق مع السلطات العمومية على كافة مستوياتها ابتداءا من البلدية ثم الولائية وأخيرا الدولة متمثلة في وزارة التجارة.[2]

وعليه سنحاول من خلال هذا الفرع توضيح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك وبعض الهيئات المذكورة وكذا السلطات العمومية، وسنعتمد في ذلك على تحليل النصوص القانونية مع الإشارة من حين إلى أخر إلى الوضع في فرنسا نظرا لتطور الحركة الاستهلاكية هناك، لاسيما فيما يتعلق بعمل هذه الهيئة من خلال العنصرين الآتيين:

1-علاقة جمعيات حماية المستهلك بالهيئات المختصة.

---

[1]-علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص87.

[2]-فهيمة ناصري، مرجع سابق، ص114.

2-علاقة جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية.

أولا-علاقة جمعيات حمايـــة المستهلـك بالهيئات المختصـة:

يجب أن نشير ولو بشيء بسيط إلى التعريف المحلي الوطني لحماية المستهلك فيرجع الأساس القانوني لوجوده إلى المادة 24 من ق 02/98 حيث جاء فيها: "ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح تشريعات التي تساهم في تحسين الوقاية من المخاطر في مجال سلامة المنتوجات والخدمات المقدمة للمستهلكين ويحدد باختصاصه وتشكيله عن طريق التنظيم".

وعلى هذا الاساس صدر المرسوم التنفيذي رقم 27/29 المؤرخ في 1992/07/06 الذي يحدد تكوين واختصاصات المجلس الوطني للمستهلك.[1]

أ-علاقة جمعيات حماية المستهلك بمجلس المنافسة:

قد يبدو للوهلة الأولى عدم وجود علاقة بين جمعية حماية المستهلك ومجلس المنافسة وقد يستغرب البعض هذا التحليل اعتقادا بالبعد الواضح بين جمعيات حماية المستهلك التي تهتم أساسا بفئة المستهلكين والدفاع عن مصالحهم، وبين مجلس المنافسة الذي يعمل أساسا على تنظيم المنافسة بين التجار والمهنيين أي الفئة المضادة.[2]

غير أنه وبالتدقيق والتحليل، يمكن مباشرة ملاحظة العلاقة القوية بينهما والتي تتأكد من مضمون النصوص التي تنظم مجلس المنافسة، ونجد في هذا الصدد الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة والذي يهدف إلى تنظيم المنافسة الحرة وترقيتها وتجنب مفتشية المستهلكين وهو نفس هدف جمعية حماية المستهلك. في وجود منافسة حرة ومشروعة يعمل بالتأكيد على تحسين جودة المنتجات والخدمات المعروضة في السوق، وتحقق أمنا وسلامة وحماية للمستهلك، حيث يمنع كل ممارسة غير أخلاقية من شأنها المساس والإضرار بالمستهلك بالدرجة الأولى قبل المهني خاصة ما يتعلق بالإعلانات والدعاية الكاذبة.

---

[1]-الجريدة الرسمية العدد 52، الصادرة في 08-07-1992.

[2]-مزاري عائشة، مرجع سابق، ص31.

ب-علاقة جمعية حماية المستهلك بالمركز الوطني لمراقبة النوعية ولوازم شبكة مخابر تحليل النوعية:

لقد أنشئ المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 47/89 المؤرخ 1988/08/08.

وتتمثل مهمته الأساسية في حماية صحة المستهلك، وتحسين نوعية الخدمات والسلع المعروضة المادة 03 من المرسوم السابق.

وهو في مهمته هذه يلتقي مع جمعيات حماية المستهلك التي تعمل على بلوغ نفس الهدف، والتالي يمكن لكليهما الاستفادة من نشاطات الأخر.

إضافة إلى ذلك فالمركز يلعب دورا كبيرا في مجال مراقبة النوعية، وذلك بالتعاون مع جميع الهيئات المختصة وبالتأكيد بالتعاون مع جمعيات حماية المستهلك، التي يمكنها مثل في إطار المراقبة أن تنبه المركز الى بعض ممارسات الغش والتزوير المادة 04 من المرسوم، كما يمكن للجمعيات طلب إجراء تحاليل على منتوج ما أو إجراء تحقيق فيما يتعلق بسلعة أو خدمة ما، وباعتبار المركز يساهم في إعداد مشاريع القوانين التي تتعلق بنوعية المنتجات والخدمات، واقتراحها على السلطات العمومية. فهو بذلك يدعم عمل الجمعيات التي تستفيد من هذه القوانين.

ثانيا: علاقات جمعيات حماية المستهلك بالسلطات العمومية:

سنحاول من خلال العنصر دراسة علاقة جمعية حماية المستهلك بالسلطات العمومية، وذلك في كافة مستوياتها المتمثلة في البلدية أولا ثم الولاية، وأخيرا الدولة ممثلة في الوزارة المكلفة بالاستهلاك، ألا وهي وزارة التجارة، هذه العلاقة ليست محل شك أو جدل باعتبار أن حماية المستهلك، كما سبق ذكره هي مسؤولية على عاتق الدولة، وتمثل أحد أهم انشغالاتها لأنها تتعلق بشكل مباشر بالاقتصاد الوطني وتنمية من ناحية، ومن ناحية أخرى تتعلق بالنظام العام للدولة الذي يقتضي تحقيق الأمن والسلامة لكل شخص خاص فيهما يعرض من سلع وخدمات ومن جانب أخر، فإن جمعية حماية المستهلك لا يمكنها بلوغ هدفها دون دعم،

ومساعدة السلطات العمومية، كما أن هذه العلاقة تسمح بإيصال صوت المستهلك للسلطات العمومية والضغط عليها للاهتمام أكثر بالدفاع عن أمن المستهلكين.[1]

وعلى هذا الأساس يتداخل عمل جمعيات حماية المستهلك مع عمل السلطات العمومية في هذا المجال:

أ-علاقة جمعيات حماية المستهلك بالبلدية:

تعتبر البلدية الخلية الأولى التي ينشأ فيها هذه الجمعيات، يجب أن نعرف هذه المجموعة، فالبلدية يخضع تنظيمها الصادر تحت رقم 08/90 المؤرخ في 1990/04/17 وحسب المادة 01 منه فالبلدية هي "الجماعة الإقليمية الأساسية وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي...".

وتتضح العلاقة أكثر إذا كان نشاط جمعيات حماية المستهلك يكون بالدرجة الأولى على مستوى البلدية مع إمكانية اتساعه إلى مجموعة بلديات وفي هذه الحالة فإنه فيما يتعلق بقرار التصريح فيكون من الوالي باعتباره ممثلة للسلطة العمومية (المادة 10 من قانون 31/90) أما فيما يخص الإعانات والمساعدات الجمعيات التي أثبتت تواجدها الفعلي وكفاءتها على أرض الواقع.

ب-علاقة جمعيات حماية المستهلك بالولاية:

حسب قانون 09/90 المؤرخ في 17 أفريل 1990 المتعلق بالولاية، المادة 01 "هي جماعة محلية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية، والاستقلال المالي وتشكل مقاطعة إدارية للدولة".

تتضح العلاقة بين جمعيات حماية المستهلك والولاية في كون أن جمعيات حماية المستهلك بصفة عامة تكون ذات طابع إقليمي، أي تشمل مجمل من بلديات الولاية، وفي هذه الحالة فإنها تنشأ بتصريح من الوالي، ومثل هذه الجمعيات "جمعية أمان لحماية المستهلك التي تنشط في ولاية الأغواط. من جهة أخرى يمكن للولاية ان تقدم مساعدات للجمعيات التي ترى السلطة العمومية نشاطها مفيدا أو ذات منفعة عامة أن تحصل على مساعدات مالية أو على

[1]-مزاري عائشة، مرجع سابق، ص35.

مساهمات أخرى مقيدة بشروط أو غير مقيدة "، ولا جدل في كون عمل وهدف جمعيات حماية المستهلك مفيد بل هو ضرورة ملحة في الوقت الراهن أو يحقق منفعة عامة، خاصة وأن الأمر يتعلق بأمن وسلامة المستهلك، فيتصور في بداية الأمر أنها جمعيات التي يفترض أن نستفيد من إعانات. [1]

ج/ علاقة جمعيات حماية المستهلك بالدولة: والدولة هنا ممثلة في وزارة التجارة ومصالحها الخارجية باعتبارها الوزارة المكلفة بالناحية الاستهلاكية، فإنه يجب العودة إلى المرسوم التنفيذي رقم 207/94 المؤرخ في 1994/07/16، والمتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة، فالمادة 07 منه تنص على "يتولى وزير التجارة في مجال الجودة والاستهلاك المهام الآتية:

–يشارك في تحديد السياسية الوطنية والتنظيمات العامة أو الخاصة المتعلقة بترقية وحماية المستهلك وفي تطبيقها "ومن البديهي أن جمعيات حماية هي المستفيد الأول من هذه السياسة وهذه التنظيمات مادامت تهدف إلى حماية المستهلك.

إضافة إلى ذلك فقد أعطى وزير التجارة مهمة ترقية البحث العلمي في مجال الاستهلاك، ويمكن في هذه الحالة أن تستفيد الجمعيات من البحوث والدراسات العلمية التي تتم في هذا المجال، كما يمكن لوزارة التجارة أن تشارك أو تساعد الجمعيات في قيامها بالدراسات في مجال حماية المستهلك، وذلك بإعطائها المعلومات اللازمة والإحصائيات ...الخ.

[1]–هشماوي وهيبة، مرجع سابق، ص106.

ملخص الفصل الأول:

إن الاتجاه نحو تأسيس جمعيات حماية المستهلك في وقت لم يتمتع فيه المستهلك الجزائري بأية حماية خاصة دليلا على وعي هذا الأخير بالمخاطر التي كانت تهدد امنه الاستهلاكي وبضرورة التكتل من اجل قوة ضغط قصد المطالبة بحقوقه والدفاع عنها.

إلا أنه وبالرغم من هذه الانطلاقة فإن جمعيات حماية المستهلك ظلت تتراجع شيئا فشيئا إلى أن أصبحت أقل الجمعيات عددا مقارنة مع باقي الجمعيات كفي شتى المجالات، خاصة وأن المشرع قد اعترف بها وبدورها في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ثم القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي مكن المشرع من خلاله جمعيات حماية المستهلك من حق الاعتراف لها بصفة المنفعة العمومية ،فهذا الامر يعد دليلا قاطعا على مدى الدور الذي تضطلع به هذه الجمعيات، وأن وجودها اليوم أربح ضرورة لا غنى عنها.

الفصل الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك.

المبحث الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.

المطلب الاول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام.

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة.

المبحث الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك.

المطلب الأول: تمثيل المستهلكين.

المطلب الثاني: الدفاع عن المستهلك عن طريق المقاطعة أو الدعاية المقابلة

ملخص الفصل.

الفصل الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك.

أضحت الحاجة إلى حماية المستهلك تتضاعف يوما بعد يوم، خاصة في عصرنا الحالي الذي عرف تطورا هائلا وخطيرا في نفس الوقت في مجال الإنتاج والدعاية المصاحبة له، إذ يعمد بعض المهنيين إلى طرح منتوجاتهم مستعملين وسائل الداعية لجنب المستهلك بقصد تحقيق أهدافهم دون مراعاة مصلحة المستهلك الذي يقتنيها أو يستعملها دون أن يبالي بمضارها.

لذلك فهو بحاجة ماسة إلى الحماية والتي لا يمكن أن يحققها لنفسه بمفرده بل باللجوء إلى جمعيات حماية المستهلك كألية رقابية، تقوم هذه الأخيرة بدور وقائي الذي يتمثل في إعلام المستهلك وتحسيسه بالأخطار الناجمة عن المنتوجات المطروحة في السوق وهذا ما سنتناوله في المبحث الاول، وكذا تحريضه علة عدم اقتنائها أحيانا، هذا إلى جانب الدور الدفاعي الذي تباشره والمتمثل في مساندة المستهلك عند المطالبة بحقوقه سواء في مواجهة المهني أو عند الدفاع عنه أمام القضاء وهذا ما سنتناوله في المبحث الثاني.

المبحث الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.

إن الجمعيات وعلى اختلاف أهدافها المراد تحقيقها تسعى إلى تحقيق الهدف الذي أنشئت من أجله وهو لا يخرج عن حدود المصلحة الجماعية وعليه فإن تولي هذه الهيئة لمسؤولية حماية المصالح المشتركة للمستهلكين، من شأنه بلا شك المساعدة في تفعيل المسؤولية الاجتماعية، خاصة وأن صلاحيات هذه الجمعيات تضطلع بكل الأعمال التي تصب في اتجاه الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية لجمهور المستهلكين، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الصلاحيات والمهام، والتي تعتبر المهمة الأساسية التي تهدف إليها: التوعية والتحسيس وإعلام المستهلكين بالمخاطر التي قد تهدد سلامتهم، ويعتبر هذا الدور وقائيا بالدرجة الاولى لأن الهدف منه هو منع الخطر قبل وقوعه، ولتحقيق ذلك فإن الجمعيات تعتمد أساسا على وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، كما يمكنها هي نفسها أن تكون مصدرا إعلاميا إذا قامت بإصدار نشريات أو مجلات متخصصة في حماية المستهلك.

ولا يفوتنا في هذا المقام التذكير بأن السياسة الاحتكارية أهم المخاطر التي يواجهها المستهلك لأن المحتكر يستطيع أن يمارس عملية التحكم في الأسعار، كما أن تقليد الدعاية

باستعمال عبارات وأساليب تقاربه مع تلك التي يعتمد لها المنافس الأخر من شأنها أن تؤدي إلى الالتباس وقد يتعدى الوضع إلى حد إبدال البضاعة بمنحه نوعا أخر شبيها لونا أو شكلا أو مذاقا، ويسود هذا العمل خاصة في مجال المشروبات والأدوية لذا سنوضح الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك والذي سنتطرق في المطلب الأول الى الدور التحسيسي للجمعيات وإعلام المستهلك وفي المطلب الثاني دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار.

المطلب الاول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام:

تعتبر مهمة حماية المستهلك مسؤولية الجميع بما في ذلك المستهلك نفسه، فالحكمة تقول بأن الدين مطلوب وليس محمول، فالحماية هي دين وعلى مستهلك أن يسعى إليها ويطالب بها ويشارك في تحقيقها وهذه المشاركة وكما سبق تبيينه لا يمكن أن تأتي مفعولها إلا إذا تمت تحت لواء الحركة الجمعوية والتي تأخذ على عاتقها مهمة الحماية والدفاع عن مصالح المستهلكين، وذلك من خلال ممارستها مختلف المهام المخولة قانونا والمتمثلة أساسا في الدور التحسيسي والإعلامي اللذان يهدفان إلى خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلكين، وترقيتهم لمسايرة التطورات الحاصلة في مختلف المجالات وتحسسيهم بالمخاطر التي تهدد أمنهم وسلامتهم وإحاطتهم بالمعارف العلمية الصحبة والاقتصادية.

وإذا كان الدور يعتبر دورا وقائيا لا يأتي دائما النتائج المرجوة فقد عهد بجمعيات حماية المستهلك دورا قانونيا لذا سنحاول إبراز دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس في الفرع الأول ودورها في الإعلام الفرع الثاني.

وطبقا للمبدأ القائل "الوقاية خير من العلاج" تمارس جمعيات حماية المستهلك دورها في التحسيس والإعلام وهو ما يعرف بالدور الوقائي لأن الهدف منه هو منع الضرر قبل الوقوع، كما أن هذا الدور يعتبر دورا أساسيا وإنسانيا نابعا من روح التطوع والمشاركة في تنمية ثقافة الاستهلاك التي تكاد تنعدم في مجتمعنا، والأصل أن هذا العمل يؤدي بصفة حتمية إلى نتائج ايجابية.[1]

[1]–نتطرق إليه في المبحث الثاني.

الفرع الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس.

من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلك، تحسيس المستهلك بكل المخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، وتوجيهه إلى مختلف الأنماط السلوكية التي يستخدمها المهنيون للتلاعب بمصالحه، وإرشاده إلى السبل الوقائية الواجب إتباعها والتي من شأنها الحفاظ على أمنه، وتفعيل دوره في هذا المجال، وهذا ما يؤدي إلى تربية المستهلك–تربية استهلاكية– وخلق وعي استهلاكي كامل لديه.[1]

كما تقوم الجمعيات بتوجيه المستهلك وتعريفه على مختلف الهيئات المسطرة إلى ضمان أمنه الاستهلاكي، والجهات التي بإمكانه اللجوء إليها كلما شعر بأنه قد تم الاعتداء على حقوقه من الجانب المهني، وكذلك تحسيسه بأهمية الدور الذي تقوم به هذه الجمعيات والذي يجب أن يتوج ويدعم بدور المستهلك في حماية نفسه.

حيث نجد العديد من المواطنين لا يدركون أن الاستفادة أو تلقي الخدمة يعد وأن من قبيل الاستهلاك وهم مشمولون بالجماعة بالحماية في هذا المجال، وهذا ما دفع بمقدمي الخدمات إلى الاتسام وفي أغلب الأحيان باللامبالاة، بحيث تكون مهمة إرضاء المستهلك للآخر ما يفكرون فيه، والدليل على ذلك المشكل الذي يعاني منه المواطن وفي الكثير من مناطق الوطن، والمتعلق بأصحاب سيارات الأجرة، الذين يطبقون قوانينهم المبتكرة ضاربين عرض الحائط مصلحة المستهلك.[2]

وهنا يظهر جليا أهمية الدور التحسيسي (التربوي، التوجيهي والإرشادي) إلى الذي تمارسه جمعيات حماية المستهلك وذلك من خلال توعية المستهلك وزيادة خبرته فيما يتعلق بكيفية التعامل مع الفاعلين في مجال الخدمات والقدرة على الاستفسار عن المعلومات والإجراءات المتعلقة بالخدمة المعنية، على الرغم من أن تدخلها في هذا المجال وكما سنراه لاحقا يبقى محدودا ويكاد ينعدم مقارنة مع دورها في مجال استهلاك المواد خاصة الغذائية منها هذا وقد ظهر في السنوات الأخيرة الاهتمام بما يسمى بترشيد الاستهلاك وذلك بسبب

[1]–ليلى بن عنتر، مرجع سابق، ص538.

[2]–نوال بن لحرش، مرجع سابق، ص78.

زيادة عدد السكان وارتفاع معدلات الاستهلاك مقابل نقص الموارد الطبيعية والتنويع الملحوظ في السلع والخدمات.

ويقصد بترشيد الاستهلاك حصول كل فرد من المجتمع على احتياجاته المثلى من السلع والخدمات دون زيادة أو نقصان كل وفق جنسه، عمره، نوع العمل الذي يؤديه على أن يكون ذلك في حدود موارده المتاحة.

هذا وللقيام بدورها التحسيسي تعتمد جمعيات حماية المستهلك على مجموعة من الأليات تتمثل خصوصا في:

أولا-تنظيم حملات تحسيسية: تعتبر الحملات التحسيسية من أهم الوسائل المتبعة من قبل جمعيات حماية المستهلك وذلك يعود إلى خصوصية هذه الألية التي تسمح بالاتصال المباشر مع المستهلكين لتوعيتهم وإرشادهم وعادة ما تستهدف هذه الحملات موضوع معين، غالبا ما يكون موضوع الساعة كظاهرة التسممات الغذائية مثلا والتي تكثر على الخصوص في الصيف، وهذا ما دفع بالعديد من الجمعيات الناشطة إلى إدراج ضمن برامجها السنوية نشاطات تحسيسية بهدف توعية المستهلك وتحسيسه إلى سبل الوقاية منها.

وفي هذا المجال قامت لولاية قسنطينة بتنظيم حملة تحسيسية في شهر جويلية 2011 بالتنسيق مع مكتب النظافة لبلدية عين سمارة، حيث دامت هذه الحملة عدة أيام تم من خلالها توعية المستهلكين بضرورة احترام بعض القواعد، كشروط التخزين وحفظ المواد الغذائية والانتباه إلى مدة الصلاحية، وغير من الإرشادات الوقائية والنصائح.

ثانيا-تنظيم ملتقيات وأيام دراسية:

تنص المادة 24 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات على أنه بإمكان الجمعية في إطار التشريع المعمول به تنظيم أيام دراسية وملتقيات، وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها.[1]

[1]-عشور عماد، مرجع سابق، ص29.

ومن هذه النشاطات نذكر على سبيل المثال اليوم الجهوي للإعلام وتحسيس المستهلك حول مضار الاستهلاك، وأليات الوقاية من التسممات الغذائية ودور الجمعيات في ذلك، المنظم من طرف جمعية الحماية والدفاع عن المستهلك لولاية سكيكدة.

-كما نظمت لولاية برج بوعريريج سنة 2011 بالتنسيق مع مديرية التجارة يوما دراسيا تحسيسا حول الوقاية من التسممات الغذائية في الوسط المدرسي والمطاعم الجماعية، وقد توجت هذه الظاهرة بإقامة معرض لمختلف الملصقات حول التسممات الغذائية ذات المصدر الميكروبي والكيميائي، أسبابها، طرق العدوى، العوامل المساعدة على حدوثها، أعراضها، وكيفية الوقاية منها.[1]

ثالثا-المشاركة في الحصص والبرامج الإذاعية والتلفزيونية:

بإمكان جمعيات حماية المستهل اللجوء إلى وسائل الإعلام المرئية والمسموعة لتمرير رسالتها وذلك نظرا لقدرة هذه الوسائل على الوصول إلى أعداد كبيرة وغير محدودة من المستهلكين، فمثل جمعية حماية المستهلك لولاية قسنطينة كانت أول وأخر مشاركة في حصة تلفزيونية ،1997 بعنوان (الصحة وسلامة المستهلك)

-أما الحصص الإذاعية كانت مشاركة جمعيات حماية المستهلك أمرا نسبيا نوعا ما وفيما يعاب على هذه المشاركات أنها تتسع بالمناسبتية كشهر رمضان مثلا الذي تكثر فيه مظاهر الغش والتدليس، وكل أنواع الممارسات الضارة بالمستهلكين.[2]

رابعا -إصدار نشريات ومجلات دورية: منح القانون للجمعيات عامة حق إصدار نشريات ومجلات دورية، ووثائق إعلامية لهما علاقة بهدفها، وهذه الأخيرة هي في الغالب ذات بعد تثقيفي يرمي إلى إرساء ثقافة استهلاكية واسعة وإشاعة الوعي الاستهلاكي في أواسط المستهلكين فضلا عن ذلك فهي تعطي صورة واضحة عن الجمعية ونشاطها، من هذه الإصدارات نذكر: مجلة عيون المستهلك، مجلة المستهلك.

[1]- سي يوسف زاهية، مرجع سابق، ص197.

[2]-عبد الحق قريمس، مرجع سابق، ص528.

خامسا-إنشاء مواقع الكترونية ومدها بنصائح وإرشادات المختصين:

نشير إلى بعض المواقع الخاصة ببعض الجمعيات منها:

*الموقع الخاص بجمعية حماية المستهلكين لولاية برج بوعريريج تم إثراء هذا الموقع بمجموعة من النصائح والإرشادات والتوجيهات كتلك المتعلقة بالمواد الغذائية (كيفية التمييز بين الطعام الصحي والطعام الفاسد)

*وفيما يخص ترشيد الاستهلاك تقوم الجمعية من خلال هذا الموقع بتحديد طرق ووسائل الاقتصاد في استهلاك الماء، الكهرباء، الغاز ...

*ما يميز هذا الموقع أيضا أنه يقدم معلومات توجيهية للمستهلكين خاصة فيما يتعلق بكيفية تقديم الشكاوي إلى الجمعية والمستندات المطلوبة لذلك.[1]

الفرع الثاني :دور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام : من أجل ضمان وعي كاف للمستهلك وترقيته ليصبح طرفا قويا في مواجهة المحترف تمارس جمعيات حماية المستهلك إلى جانب دورها التحسيس دورا في إعلام المستهلك وهذا الأخير يقصد طبع بعض الدوريات من الصحف والمجلات والنشرات الأسبوعية والشهرية وتوزعها على المستهلكين المشتركين فيها بهدف إعطائهم معلومات وبيانات عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في السوق، بغض النظر عن رغبة أو عدم رغبة المنتجين وهذه كلها تفيد وسائل تقليدية لمثل هذه الحركية في التحسيس والتي هدفها الأساسي الإعلام ،وذلك من خلال جمع المعلومات أولا ومعالجتها ثم نشرها بشكل موسع.[2]

كما أن أسلوب التهسي لا يقتصر على المستهلك فحسب، وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار، ومثال ذلك أن تقوم الجمعيات بإخطار مجال المنافسة عن كل ماله صلة بالمنافسة أو بكل ما من شأنه أن يهدد صحة وأمن المستهلك، حيث نصت المادة 2/35

[1]-بلحرش نوال، مرجع سابق، ص97.

[2]-على بوكية بن بوخميس ، مرجع سابق ص 87.

من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة على المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والجمعيات النقابية، وكذا جمعيات المستهلكين ...[1]

يفهم من نص المادة إمكانية عمل جمعيات حماية المستهلك مع مجلس المنافسة من أجل تعزيز الدور الإيجابي للمنافسة، ومكافحة الممارسات المنافية لها.

*كما لا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين حول مخاطر الاستهلاك فقط، بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية، كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس، وهو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات.

وأخيرا ومما سبق عرضه نخلص إلى القول إلى أنه يوجد ترابط كبير بين الدور التحسيسي والتوجيهي والدور الإعلامي لجمعيات حماية المستهلك فالهدف من التحسيس هو تكوين مستهلك واعي لديه المعرفة والاتجاهات بكل ما يتعلق بالاستهلاك ولديه الدوافع والمهارات لحماية نفسه من الأضرار والمخاطر التي أمنه الاستهلاكي، وهي نفس الأهداف التي تسعى هذه الجمعيات إلى تحقيقها من خلال إحاطة المستهلك علما بحقوقه وواجباته وكل المعلومات الخاصة بالمنتوجات والخدمات وعيوب ومحاسن.[2]

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة:

نجد أن الجمعيات حماية المستهلك دورا هاما في مراقبة التي تكون من حيث تحسيس المصرف بالتزاماته المتمثلة في المراقبة الذاتية لمنتجاته حتى تكون مطابقة للمواصفات القانونية، كما يمكنها أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وكذا من حيث مراقبة الأسعار، حيث أنها ترتفع بصورة خيالية في المناسبات كشهر رمضان والأعياد، وفي بعض المناطق النائية تفرض عليهم أسعار تعسفية من قبل التجار، لذلك وفي هذه الحالة تقوم هذه الجمعيات بتحسيس التجار بواجباتهم نحو المستهلكين عن طريق إعلان الأسعار ويشبه هذا الدور ذلك الذي تلعبه مصالح مراقبة

[1]– ق 03/03 المتعلق بالمنافس .

[2]–سليماني يوسف مرجع سابق ،ص 109.

الجودة وقمع الغش، إذا اعترف لها المشرع الجزائري بالمنفعة العامة بمجرد تأسيسها وفق التنظيم.

إلا أن هذه المهمة تعبر عن الفلسفة الحقيقية التي تحكم عمل جمعيات حماية المستهلك بل وسلوك المستهلك بشكل عام ممثلة في بذل العناية والحرص اللازمين لتفادي الوقوع ضحية ممارسات تؤثر على مصالح المستهلك المادية والمعنوية وتؤدي بذلك صحته وأمنه. وهذا ما يظهر أن المهمة بديل عملي لتجاوز نقص الوعي الاستهلاكي وتقاعس المستهلكين في الدفاع عن مصالحهم، وتمارس الجمعيات هذه المهام في صورة إبلاغ الهيئات الرسمية ذات العلاقة بحماية المستهلك بالممارسات التي تهدد أمن وصحة وسلامة المستهلكين أو في صورة توجيه المستهلكين إلى السلوك الأمثل للحفاظ على مصالحه المادية والمعنوية.[1]

إن جمعيات حماية المستهلك تعمل جاهدة للحفاظ على القدرة الشرائية التي تعد من أهم انشغالات المستهلكين وفي هذا الصدد تحاول الجمعيات محاربة الغلاء الفاحش واللامعقول لبعض المنتوجات التي يكثر عليها الطلب وخاصة في المناسبات.[2]

لذلك سوف نتطرق إلى الفرع الأول والذي تناول فيه دور ج ح م في مراقبة الأسعار.

الفرع الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار:

ينبغي على المحترف أن يعلم المستهلك بالسعر الذي سيفعله في حالة اقتناء منتوج أو حصوله على خدمة بحيث يجب أن يتوقف على السعر المعلن على المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك.

وبما أن انهيار الأسعار بهدف إلى شفافية السوق وتطور المنافسة بالإضافة إلى حماية المستهلكين فإننا سنتطرق إلى مضمون الأسعار وطرق الإعلان عنها وأخيرا تحديد الأسعار.

[1]–عبد الحق قديمس ، مرجع سابق ص 522.

[2]–سي يوسف زاهية حورية مرجع سابق ص 202.

أولا–مضمون الأسعار: أن المشرع الفرنسي وعلى عكس المشرع الجزائري حدد العناصر التي يتضمنها المبلغ الإجمالي وهي سعر المنتوج أو تعريفه الخدمة بالإضافة إلى التكاليف التجارية (كمصاريف النقل والتغليف والرسوم ...الخ)

*وكمبدأ عام فإن نفقات تنفيذ الالتزام تقع على عاتق المدين به إلا إذا اتفق على غير ذلك، وهذا ما أكدته المادة 283 من القانون المدني أما بالنسبة لنفقات سلع المبيع فهي تقع على عاتق المشتري فطبق لنص م 395 من القانون المدني ما لم يوجد عرف أو اتفاق يقضي بغير ذلك.[1]

وعليه فإن النفقات لا تدخل ضمن المبلغ الإجمالي المستحق الدفع، غير أنه إذا وجب تصدير المبيع إلى المشتري فلا يتم التسليع إلا إذا وصل إليه، ما لم يوجد اتفاق يخالف ذلك، أما فيما يخص المنتوجات المسلمة بالمراسلة فإن مصاريف التسليع أو الإرسال يجب أن يشتمل عليها السعر المعلن إلا إذا أعلم المحترف المستهلك بأن هذه النفقات لا تدخل ضمن المبلغ الإجمالي.

ثانيا–طرق الإعلان عن الأسعار:

تختلف طرق الإعلان عن الأسعار حسب طبيعة المنتوجات أو الخدمات المقدمة، فقد يشهر السعر عن طريق وضع علامات، أو رسم أو معلقات، أو أية وسيلة أخرى مناسبة من شأنها أن تحقق إعلام المستهلك.[2]

ويمكن التفرقة بين المنتوجات المعروضة أمام أنظار المستهلكين سواء في واجهة المحل أو بداخله، فإن السعر في مثل هذه الحالة يشار إليه عن طريق الوسم أو على بطاقة موضوعة بجانبه، أما إذا تعلق الأمر بالمنتجات غير المعروضة فإن السعر بالكيل أو بالوزن أو الوحدة، كما اشترط المشرع أن توزن أو تعد أو تكال أمام أنظار المستهلكين أما بالنسبة للمنتجات غير المعروضة أمام أنظار المستهلكين والتي غالبا ما تكون مغلفة أو

[1]–يسرى دعب مرجع سابق ،ص 23.

[2]–عبد القادر قرش ، مرجع سابق ص 127.

موزونة أو مكيلة فيجب وضع علامات على غلافها تسمح بمعرفة كمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

*والملاحظ أن المشرع الجزائري نص على طرق إعلان الأسعار في العلاقات بين المحترفين أو الأعوان الاقتصاديين والتي تتمثل في جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة.

ومهما كانت الطريقة المستعملة للإعلان عن الأسعار، أو التعريفات، وبصرف النظر عن الشخص الموجه إليه الإعلان سواء كان المستهلك أو المحترف، فإنه ينبغي أن تبين الأسعار أو التعريفات بصفة مرئية، ومقروءة بشكل لا يترك أي مجال للغموض بين المنتوج أو الخدمة وبين السعر أو التعريف المعلنة.[1]

ثالثا–تحديد الأسعار: إن المبدأ طبقا لقواعد المنافسة المشروعة هو حرية المحترف في تحديد أسعار المنتوجات والخدمات التي تعرض على المستهلكين والتي تسمح بالحصول على منافسة سليمة وفعالة، وهذا ما أكدته المادة 04 الفقرة 01 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة بالإضافة إلى أن المحترف غالبا ما يحدد سعر المنتوج حسب متطلبات كراء هذا المنتوج.

*وتجدر الإشارة إلى أن الحرية في تحديد الأسعار أحيانا لا تظهر، لأنه في بعض الحالات يكون السعر محددا مسبقا من طرف الصانع ولي البائع فمثلا صانع الأجهزة الكهرومنزلية يطلب من وكيل إعادة البيع عدد الأجهزة وحتى السعر الذي يريده الأمر الذي يجعل الشخص معيد البيع يتعمد عقديا اتجاه الصانع بمتابعة السعر المحدد من طرف هذا الأخير.[2]

وهذا يعد أمرا خطيرا لأنه يقضي على المنافسة بين البائعين لذلك منع المشرع الجزائري المقيدة للمنافسة والتي من بينها عرقلة تجديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار وانخفاضها.

[1]–بن لحرس نوال مرجع سابق ، ص 111.

[2]–دليلة مباركي ، مرجع سابق ص 98.

رابعا: تدخل الدولة لتحديد أسعار المنتجات والخدمات:

قد تتدخل الدولة لتحديد بعض الأسعار المنتجات أو الخدمات من طرف المحترف فإن هذا المبدأ لا يؤخذ على إطلاقه فقد تتدخل الدولة لتحديد بعض أسعار المنتوجات أو الخدمات التي تراها ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلة المنافسة وهذا ما يتضح بالاطلاع على أحكام المادة 05 الفقرة 01 من القانون 08 /12 إذ أنه من أجل توجيه الحياة الاقتصادية ومجابهتها للمشاكل الاجتماعية وكذا تحقيق التوازن الاقتصادي بغية محاربة ارتفاع الأسعار للقضاء على أزمة التضخم وكذلك تعمل الدولة في هذا الإطار على توفيق ارتفاع بعض أسعار السلع الاستراتيجي قدر المحافظة على القدرة الشرائية للمستهلك وقصد محاربة المضاربات التي تؤدي إلى استغلال المستهلك ونظرا لكثرة السلع الاستراتيجية سنذكر على سبيل الحصر بعض السلع منها: السميد، الخبز، الحليب، مياه الشرب، إلى جانب المواد الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ...إلخ.[1]

وهنا يمكن ج ح م إخطار المعمد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INA PI في حالة اكتشافها لعلامات مقلدة.

●ومن الناحية العملية يمكن للجمعيات ممارسة ومراقبة الأسعار بطريق غير مباشر من خلال إخطار الأعوان والمصالح المذكورة لطلب تدخلها في الوقت المناسب حتى يتم المتدخل متلبسا بمخالفته كون هذه الصلاحيات تعود بنص قانوني لأعوان قمع الغش التابعين للوزارة المكلفة بحماية المستهلك وهي وزارة التجارة.[2]

الفرع الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الجودة:

تعمل الجمعيات على مراقبة مدى مطابقة السلع المعروضة للجودة وتعمل على تطهير السوق من منتوج يتعارض ولا يتطابق مع معايير الجودة التي ينتظرها المستهلك ،كما تقوم بفحص المنتوجات الصناعية وخاصة الحديثة منها لمعرفة مزاياها وعيوبها عن طريق الفحص الظاهري والمعمق يتم الفحص الظاهري للتأكد من أن المنتوج محمي بغلاف مناسب للمقاييس المعتمدة قانونا وعليه الوسم أي ذكرت كل البيانات الجوهرية على الغلاف

[1]–عشور عماد ، مرجع سابق ،ص37.

[2]–عبد الحق قريمس ، مرجع سابق ص 522.

الذي يحتويه كتسمية المنتوج ومكوناته، تاريخ الصنع وغيرها من البيانات وفي بعض الحالات قد يكون المنتوج مطابقا للمواصفات القانونية ظاهريا، لكن هناك شك في مدى الجودة التي ينتظرها المستهلك، كما تقوم بفحص المنتوجات الصناعية وخاصة الحديثة منها لمعرفة مزاياها وعيوبها عن طريق الفحص الظاهري والمعمق يتم الفحص الظاهري للتأكد من أن المنتوج محمي بغلاف مناسب للمقاييس المعتمدة قانونا وعليه الوسم أي ذكرت كل البيانات الجوهرية على الغلاف الذي يحتويه كتسمية المنتوج ومكوناته، تاريخ الصنع وغيرها من البيانات وفي بعض الحالات قد يكون المنتوج مطابقا للمواصفات القانونية ظاهريا، لكن هناك شك في مدى صلاحيته للاستهلاك، لذلك تقوم بتحليل المنتوج في المخبر للتأكد من صلاحيته وتقوم وتنشر نتائج الخبرة على حسابها، في مجلات معروفة حتى يتمكن جمهور المستهلكين من الاطلاع عليه.[1]

- إن رقابة جودة المنتوجات والخدمات تهدف إلى حماية المستهلك في جميع مراحل الإنتاج، التسويق، لتصدير، الاستيراد باعتبار المبدأ يتمثل في حرية عرض المنتوجات والخدمات في السوق دون أية رقابة مسبقة لكي يبقى المنتج أو البائع هو المسؤول الوحيد في حالة الإضرار بالمستهلك لهذا قد تكون هذه القوانين ثقيلة وغير فعالة عندما تترتب عنها أضرارا لا يمكن إصلاحها.[2]

تعتبر المطابقة أحد الشروط الأساسية في الجودة، ويترتب على هذه الأخيرة عدة أشياء إذ لم يكن من وسع المشرع أن يقرر عليها بقواعد عامة فجودة المنتوج يتضمن سلامتها وحمايتها وفعاليتها، وغياب الغش فيها، إضافة إلى خصائص أخرى، فالمطابقة بالرجوع إلى العلاقة الموجودة بين المحترفين والمستهلكين تستلزم أن تكون فيها المنتوجات والخدمات مطابقة للانتظار المشرع للمستهلك.[3]

---

[1]–بوتوشنت عبد النور ، دور ج ح م مجلة العلوم القانونية جامعة باجي مختار ، عنابة ، العدد 12 سنة 2008 ص 16.

2–حملاجي جمال : دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ق أعمال ،جامعة بومرداس ، 2005 ،200.

[3]–calais Aouloy jean .Steinmetz Frank Droit de la consoumation ;6ene edltion .Dalloy .France 2003p229.

لذا فحماية المستهلك من الجودة ترتبط ارتباطا كليا بالمراقبة التي تتمثل في جميع النشاطات التي تقوم بقياس المطابقة والمحافظة على المنتوج لتفادي المضرة بالمستهلك كما تعمل على وضع سياسة خاصة بتوفير أمن المنتوجات والخدمات ومطابقتها للمواصفات، والمقاييس المعتمدة التي يجب أن تتميز بها كما تعمل على متابعة كيفية التعليق والتعبئة والتخزين، بمراعاة عدم تأثر المنتوج بالعوامل الطبيعية المختلفة مثل الحرارة والرطوبة أثناء التخزين، حيث تحدد الطريقة المناسبة له وطريقة النقل والتفريغ، فإذا تغلف عنصر من هذه العناصر، سيؤثر بصفة سلبية على جودة وقد ظهرت الرقابة الخاصة بالمنتوجات وجودتها في الف الفرنسي في 1905 حيث صدر قانون يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، وحسبه فقمع الغش يتكون من نوعين من الرقابة، التي قد تبدأ وقائية لكن يمكن أن تتحول إلى قملية حيث تم تنظيمها عن طريق الإجراءات المنصوص عليها في القانون المذكور سابق.[1]

ولأعوان هذه الرقابة أن يعانونا مكان الإنتاج والتحويل وتوزيع السلع، فهذه الرقابة إذن يمكن أن تبين نقص فعالية نظام الرقابة الذاتية للمحترف، باعتبارها دورية، تقوم على أساس منهج الفرز.

كما يستوجب في حالة الرقابة العميقة مراعاة الجوانب الشكلية المتعلقة بالمحاضر عند ضبط جميع عمليات الرقابة والخبرات المتناقصة إلخ.

باعتبار أن المتابعات الناتجة عن هذه الرقابة قد يكون لهما طابعا إداريا وقضائيا في الوقت نفسه.

لقد كانت سياسة الاقتصاد الموجه في الجزائر تتسع بقلة المبادرات التجارية على التراب الوطني، بالأخص مع الخارج، عدم تنظيم المنافسة، انغلاق الأسواق الوطنية ...الخ فتميزت رقابة النوعية بعدم الفعالية بسبب عدم كفاءة القائمين بها وقلة الوسائل المادية واكتفاء إعمال الرقابة بطابع البيروقراطية ...الخ.[2]

---

[1]–مركب حفيضة ، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتوج والخدمة رسالة لنيل شهادة ماجتستر في القانون جامعة الجزائر 2002 ص 8–.90.

–بلعروسي أحمد النتجاني ، التشريع والتنظيم المتعلقات بحماية المستهلك ج1و ج2دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع [2]الجزائر 2008ص 115

لكن في إطار سياسة اقتصاد السوق التي استلزمت تحرير المبادلات التجارية، وتنظيم المنافسة وتشجيع الاستعمار الخاص وتحرير الأسعار تكريس قانوني لحماية المستهلك أصبحت مراقبة النوعية تمثل مبدأ ثابت ومعمم، نظرا لتأثير الأعلى المستويين الاقتصادي والاجتماعي فالقانون الجزائري لم يقم بتأطير نظام رقابة الجودة وقمع الغش إلا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 الذي يحدد وينظم الشروط التي يجب أن تمارس وفقها رقابة الجودة وقمع الغش، طبقا لأحكام القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لذا فالسلطة الإدارية المختصة يمكنها في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك تحريات مراقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي قد تعمده. صحة المستهلك، لذا قام المشرع منذ 1989 لتحقيق الأهداف الكبرى للسياسة الوطنية للنوعية بمقتضى القانون رقم 02/89 السالف الذكر بما يلي:

- وضع إطار قانوني تنظيمي متعلق برقابة النوعية وقمع الغش.
- إعادة تنظيم وظيفة مراقبة النوعية.
- تطوير الوسائل المادية والنفسية للمراقبة.
- تدعيم الجهاز المعلوماتي المتمحور حول برنامج وسائل الاتصال والتوجيه والانسجام على مستوى مجموع المتدخلين في السوق الوطنية.[1]
- الملاحظ أن الرقابة التي سطرها المشرع منذ بدايتها وقائية، جاءت لحماية المستهلكين قبل تعرضهم لأخطار المنتجات ولكن هذه الرقابة لوحدها ليست.

[1]–مزاري عائشة، مرجع سابق، ص115.

المبحث الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك.

لقد سمح المشرع الجزائري لهذه الجمعيات في الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك عن طريق القانون في حالة الإضرار بالمستهلكين، أو عن طريق الكفاح من خلال القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين.

وتمتلك جمعيات حماية المستهلك الحق في التقاضي ورفع الدعاوي وذلك بمجرد وقوع الجريمة، هذا ما ينشئ للمجتمع أو الدولة الحق في معاينة مرتكبها وينشأ معه في نفس الوقت الحق في الدعوى الذي هو وسيلة الدولة الاقتضاء حقها في العقاب إذا كان الأصل في تحريك الدعوى العمومية واستعمالها من اختصاص النيابة العامة، فإن المشرع أعطى مثل هذا الحق في بعض الحالات للأشخاص الطبيعيين أو الاعتبارين وعليه فإن كان المضرور أو المدعي المدني شخصا اعتباريا خاصا كالجمعيات والنقابات المهنين بحق لممثلها القانوني أن يحرك الدعوى العمومية وفق الشروط والإجراءات.

وعليه فإن الصفة الممنوحة لجمعيات حماية المستهلك يقتضي لحماية المستهلك حفظ حقوقه وضمان حصوله عليها كما تعين حمايته، مما يقدم له من منتجات قد تلحق به أضرار اقتضى أو احتمال سواء كان مدركا لوقوع هذا الضرر بشكل ظاهر أو غير ظاهر وإن عدم وقوع الضرر في الأجل القصير لا يعفى من وقوع الجريمة انتقاء عنصر الأمان إذا كان من المتوقع الضرر في الأجل الطويل، كما يمكن جمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقها وبذلك يكون المشرع قد بنى مفهوما أكثر توسعا عندما مكن الجمعيات من رفع دعوى أمام المحاكم الجزائرية حتى ولم يلحق المستهلكين أي ضرر وهذا حتى لا يعني المخالف لأحكام حماية المستهلك من الجزاء، وقد يصل الأمر بالجمعيات إلى التدخل مباشرة في السوق وهذا التدخل يكون بإجراءات محلية لذا سنتطرق في:

المطلب الأول: تمثيل المستهلكين.

المطلب الثاني: الدفاع عن مصالح المستهلك عن طريق المقاطعة والدعاية المقابلة.

المطلب الأول: تمثيل المستهلكين:

إن الدور أو الصلاحيات القانونية لجمعيات حماية المستهلك لا يتوقف عند حد تحسين وإعلام المستهلك بل تمارس كذلك دورا في تمثيل هذا الأخير وذلك طبقا للمادة 21 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

بالرجوع إلى خلفية أو مبررات ظهور جمعيات حماية المستهلك نجد أن السبب الرئيسي في نشأتها هو ضعف المستهلك الفرد في الدفاع عن حقوقه والمطالبة بها تجاه المهنيين لذا قام المستهلكين بالتجمع في شكل جمعيات لتكون هذه الأخيرة خير ممثلا لهم أمام الغير.

لذا فإن الدور الرئيسي لهذه الجمعيات هو تمثيل المستهلك، وهذا التمثيل يتم في جميع الأحوال، فهي تمثل المستهلك أما المستهلك نفسه عند قيامها بتنظيم الحملات التحسيسية (التربوية والتوجيهية والنشاطات الإعلامية) وتمثله أمام المهنين عند قيامها بتحسيسهم وتوعيتهم بأهمية المهمة التي يؤدونها وأثار الإخلال بها على المستهلك، ومحاولة حل النزاع القائم بينهم وبين هذا الأخير وديا.

إضافة إلى ذلك فإن جمعيات حماية المستهلك تعمل على تمثيل المستهلك أمام السلطات العمومية عند تنبيه هذه الأخيرة بالتجاوزات والممارسات المرتكبة من قبل بعض المهنيين.

ولتفعيل هذا الدور وإعطائه أكثر ديناميكية مكن المشرع هذه الجمعيات أيضا من تمثيل المستهلك أمام بعض الهيئات المختصة التي تهدف إلى الحفاظ على أمن المستهلك وتحسين ظروفه المعيشية.

تطرقت إلى الفرع الأول: تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية.

الفرع الثاني: تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختصة.

الفرع الأول: تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية:

أمام المخاطر الناجمة عن الاستهلاك تشرف السلطات العمومية سواء على المستوى الوطني أو على المستوى المحلي على تنظيم السوق وتوفير حاجيات المستهلك بعيدا عن كل الممارسات غير النزيهة التي قد يلجأ لهما المتعاملون الاقتصادي ونظرا للهدف المشترك بين هذه الهيئات وجمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن وسلامة المستهلك، لهذه الأخيرة دورا في مساعدة الهيئات الرسمية المعنية على تحقيق الحماية اللازمة المعنية على تحقيق الحماية اللازمة وذلك من خلال تنشيط أعمالها الإعلامية وإخطارها بكل الأفعال والمخالفات المرتكبة من قبل المهنيين في حق المستهلك والتبليغ عن كل منتوج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا لما للجهات الرسمية من صلاحيات تمكنها من التدخل لوضع لهذه الممارسات.[1]

وتتمثل هذه الهيئات على الخصوص فيما يلي:

أ-**رئيس المجلس الشعبي البلدي:** يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بسلطة التنظيم العامة لممارسة دور الضبط الإداري على قطر البلدية تحت رقابة الوالي، وفي مجال حماية المستهلك يسهر باعتباره المسؤول والممثل عن البلدية على ضمان احترام التشريع والتنظيم المتعلقين بحفظ الصحة والنظافة العمومية لاسيما في مجال الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلة للجمهور وهذا ما نصت عليه المادة 123 من القانون 10/11 المتعلق بالبلدية.

●كما جاء في نص المادة 94 من القانون المذكور أعلاه أنه "في إطار احترام حقوق وحريات المواطنين يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي على الخصوص بـ:

-السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع.

[1]-صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل الف الجديد مذكرة لنيل ماجيستر ، في الحقوق ق ، أعمال ، جامعة قسنطينة 2013-2014 ص .163.

وهو يمارس دورا في مجال البحث ومعاينة المخالفات المتعلقة بنوعية المنتجات والخدمات في حدود قطر بلديته، والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك.[1]

ب–الوالي: يمثل الوالي ما يسمى بسلطة الضبط العامة وهو أيضا سلطة ضبط متخصصة على إقليم الولاية فهو المسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية.

عموما وفي مجال حماية المستهلك يتمثل دور الوالي بصفته سلطة ضبط إداري في اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة.[2]

ج–وزارة التجارة: إضافة إلى الولي ورئيس المجلس الشعبي البلدي، وجمعية حماية المستهلك دورا في تمثيل المستهلك أمام وزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك وذلك من خلال المصالح التابعة لها المركزية منها أو الخارجية.

ومن أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة والمعينة بالدرجة الأولى بحماية المستهلك على المستوى المركزي مديرية الجودة والاستهلاك التابعة للمديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، التي تتفرع عنها المديرية الفرعية لترقية الجودة وحماية المستهلك المكلفة على الخصوص بالمبادرة بالأعمال الإعلامية التحسيسية، الوقائية في مجال الجودة وحماية المستهلك، وتشجيع إنشاء جمعيات حماية المستهلك والمشاركة في تنشيط أعمالها.

كذلك على المستوى الخارجي فعادة ما يمارس جمعيات حماية المستهلك أعمالها ونشاطاتها الإعلامية والتحسيسية بالتنسيق وبالتعاون مع المديريات الولائية للتجارة ممثلة في المكتب المكلف بترقية الجودة والعلاقات مع الجمعيات التابع لمصلحة الجودة وقمع الغش.[3]

---

[1]–ق 10/11 المؤرخ في 2011/06/22 ح المتعلق بالبلدية ج عدد 37 الصادرة بتاريخ 2011/07/03.

[2]–عبد القادر قرش : مرجع سابق ص 153.

[3]–ناصري فهيمة : مرجع سابق ص 64.

الفرع الثاني: تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختصة:

بهدف تمكين المستهلك من المشاركة في حماية مصالحة والدفاع عنها عهد لجمعيات حماية المستهلك أيضا حق تمثيل المستهلك أمام بعض الهيئات منها ما يتمتع بصلاحيات متعددة ويتعلق الأمر بمجلس المنافسة ومنها ما هو وطابع استشاري تم إنشائها من قبل السلطات العمومية وعيا منها بأن قراراتها تكون أكثر قبولا وأكثر شرعية إذا اتخذت بالتشاور مع هذه الهيئات والتي تحمل تسمية "مجلس أو لجنة" حسب الحالة.[1]

أ-تمثيل المستهلكين أمام مجلس المنافسة:

مجلس المنافسة هو عبارة عن سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي. وقد حددت المادة 24 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة تشكليه مجلس كما يلي:

- 06 أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل على شهادة ليسانس أو شهادة جامعية معادلة، في المجال القانوني أو الاقتصادي.
- 04 أعضاء يختارون من ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية.
- عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك.
- وبهذا إذن بإمكان جمعيات حماية المستهلك المشاركة في نشاطات المجلس طبقا للصلاحيات المخولة له قانونا.

ويمارس مجلس المنافسة سلطة اتخاذ القرار والاقتراح وابتداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف أخر معني بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للتسوق بأية وسيلة ملائمة أو باتخاذ قرار في كل عمل أو تدبير من شأنه أن يضمن

[1]-عشور عماد ، مرجع سابق ص 42.

السير الحسن للمنافسة وترقيتها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة وتكون غير متطورة بما فيه الكفاية.[1]

كما يمكن لمجلس المنافسة أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية لا سيما تلك التي تتدرج ضمن اختصاصه، كما يمكنه أن يقوم بهذه التحقيقات أو الدراسات بنفسه.

بالإضافة إلى هذه الأعمال يمارس مجلس المنافسة مهما تتخذ من خلالها جمعيات حماية المستهلك أشكالا أخرى لتمثيل المستهلك أمام هذا الأخير بحيث تقوم باستشارته واخطاره.

- **استشارة مجلس المنافسة:**

يمكن لمجلس المنافسة أن يلعب دوره كهيئة استشارية حيث يقوم بإبداء الرأي وتقديم الاقتراحات الممكنة في كل مسألة مرتبطة بالمنافسة ويتم ذلك إما بطلب من الحكومة أو بطلب من بعض الهيئات والمؤسسات ومن بين هذه الأخيرة جمعيات حماية المستهلك وهذا الأمر يدفعنا إلى التساؤل عن سبب منح المشرع جمعيات حماية المستهلك حق استشارة مجلس المنافسة.[2]

لعل مبرر ذلك يمكن في أن المشرع منح كذلك لهذه الجمعيات حق إخطار مجلس المنافسة ودفع دعوى أمام الجهات القضائية، فلا يمكن إذن للجمعيات ممارسة هذه الصلاحيات ما لم تكن متأكدة من وقوع الممارسات المقيدة للمنافسة وهي:

- الاتفاقات المحظورة.
- التعسف في وضعية الهيمنة.
- عقد الشراء الإستئثاري.

---

[1]–مزاري عائشة ، مرجع سابق ، ص 103.

[2]–إلهام بوحلاسين " الاختصاص في مجال المنافسة" بحث مقدم لنيل شهادة ماجيستر في القانون الخاص ، فرع قانون أعمال كلية الحقوق ، قسنطينة 2004،ص 50.

●التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية.

●البيع بالخسارة.

*ولمجلس المنافسة هنا أن يتخذ أوامر معلله ترمي إلى وضع لهذه الممارسات المقيدة كما بإمكانه أن يقرر عقوبات مالية.[1]

ب-تمثيل المستهلكين أمام بعض الهيئات الاستشارية:

إن تمثيل أمام الهيئات الاستشارية يتم من خلال عضوية جمعيات حماية المستهلك لديه بما أن هذه الهيئات لها مهام في مجال الاستهلاك فهذا أمر تسميع لمجموع المستهلكين بالمشاركة في إعداد السياسة العامة للاستهلاك عن طرق إبداء آرائهم واقتراحاتهم بالتشاور مع غيرهم من الأعضاء الذين عادة مما يكونوا ممثلين عن السلطات العمومية وكذلك ممثلين عن المهنيين ومن هذه الهيئات نذكر على الخصوص ما يلي:

●المجلس الوطني لحماية المستهلكين:

نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 272/92 على أن المجلس الوطني لحماية المستهلكين عبارة عن هيئة استشارية توضع لدى الوزير المكلف بالتوعية وأول نص وضع الأساسي القانوني لإنشاء هذا المجلس كان بموجب القانون الملغى رقم 89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك.

أما عن تشكيلية فهو يضع ممثلي بعض السلطات كوزير العمل، وزير الصحة، الصناعة والفلاحة والبيئة والتربية ...الخ بالإضافة إلى مدير المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم والمدير العام للمعهد الجزائري لضبط المقاييس والملكية الصناعية المدير العام للغرفة الوطنية للتي وخبراء مؤهلين في ميدان نوعية المنتوجات والخدمات وكذلك سبع 07 ممثلين عن الجمعيات المهنيين و10 عن جمعيات حماية المستهلك.

[1]-حملاجي جمال ، مرجع سابق ص 28

وفيما يلفت هذه التشكيلة يرى الدكتور **بودالي محمد** أن توسعها الأيام المجلس في أداء وظيفية.[1]

●اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية:

تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي 67/05 لتعمل هذه الأخيرة على تنسيق الأعمال وإبداء الآراء والتوصيات المتعلقة بجودة المواد الغذائية المرتبطة بحماية المستهلك وتسهيل التجارة الدولية للمواد الغذائية.

وتتشكل هذه اللجنة التي يرأسها الوزير المكلف بالتجارة من ممثلي السلطات العمومية كممثل عن وزارة الشؤون الخارجية، وزارة الفلاحة، الصناعية البيئة ...الخ وممثل واحد عن الجمعيات حماية المستهلك ذات الطابع الوطني، يتم تعينيهم بموجب قرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك بناءا على اقتراح الوزراء المعنيين.[2]

●المجلس الوطني للتقييس: وهو من بين مجموع أجهزة التصسب التي عددها المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 464/05 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتنظيم التقييس.

وهو عبارة عن جهاز للاستشارة والنصح في ميدان التقنيب، وبهذه الصفة يكلف بعدة مهام أهمها:

- اقتراح الاستراتيجيات والتدابير الكفيلة بتطوير النظام الوطني للتقييس وترقيته.
- ●تحديد الأهداف المتوسطة والبعيدة المدى في مجال التقييس.
- ●دراسة مشاريع البرامج الوطنية للتقييس المروضة عليه لإبداء رأيه.[3]

---

[1]–محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) الجزائر دار الكتاب الحديث 2006ص 107.

[2]–ناصري فهيمة ، مرجع سابق ص 57.

[3]–أقصاصي عبد القادر ، مرجع سابق 49.

●**لجنة البنود التعسفية:** وهي عبارة عن هيئة ذات طابع استشاري تم إنشاؤها بموجب المادة 06 من المرسوم التنفيذي 306/06 تكلف هذه اللجنة بالمهام التالية:

●تبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين والبنود التي يمكن أن تكون ذات طابع تعسفي.

●تقوم بإرسال توصيات للوزير المكلف بالتجارة والهيئات المعنيين.[1]

●القيام بكل دراسة أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكة.

●**اللجنة المهنية المشتركة للمجلس:** تم إنشاؤها كهيئة استثنائي لدى الديوان الوطني المهني للمجلس ومشتقاته.

وتتشكل هذه اللجنة من ممثلي السلطات المعينة العمومية مجمل الفئات المهنية لفرع الحليب وممثلين عن تجار الحليب وبعنوان المستهلكين تضع اللجنة المهنية المشتركة للحليب 04 ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك يتم اختيارهم من كل منطقة من المناطق الكبرى (شرق، وسط، غرب، جنوب).

أما عن مهامها فهي مكلفة بإبداء أراء وتوصيات تتعلق بالسياسة العامة لفرع الحليب تنظيم السوق والأسعار، وسائل وآليات تعزيز الديوان الوطني المهني للحليب ومشتقاته ...الخ.[2]

تجدر الإشارة إلى أن الجهات القضائية تعتبر طرف في حماية أمن وسلامة المستهلك، وبما أن القضاء بعد جهازا كاملا، فمن الطبيعي أن يمارس المستهلك المضرور حقه في اللجوء إلى الهيئات القضائية المختصة، قصد المطالبة بردع المخالفين والتعويض

[1]–عبد الحق قريمس ،مرجع سابق ، ص 548.

[2]–أحمد بدر أسامة حماية المستهلك في الثقافة الالكتروني دراسة مقارنة ، دار الجامعة للنشر ، مصر 2005،ص 147.

عما لحقه من ضرر، وذلك تطبيقا لحق الالتجاء إلى القضاء الذي يعد من الحقوق العامة المعترف بها لكل أفراد المجتمع.[1]

المطلب الثاني: الدفاع عن المستهلك عن طريق المقاطعة أو الدعاية المقابلة:

بالنظر إلى الصعوبات التي تطرحها الطريقة الأولى لاقتضاء حقوق المستهلكين كالتكلفة القضائية الباهظة وبطاء الإجراءات ...الخ يصل الأمر بالجمعيات إلى التدخل مباشرة في السوق وهذا التدخل بعض الحق لهذه الأخيرة ممارسة ضغط وتهديد على المنتخبين، ويتخذ أحد الشكلين التالين الدعوة إلى المقاطعة وسنتطرق إليه كفرع اول والدعاية المقابلة (الإشهار المضاء) كفرع ثاني.

فرع الأول: الدعوة إلى المقاطعة:

وهي ذلك الإجراء الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك في مواجهة بعض المتدخلين نظرا لما تم إنتاجه من منتوجات غير مطابقة للمقاييس القانونية أو تلك التي تمت بالمصالح الأساسية للمستهلك، وهي نوع من أنواع التوعية والتحسيس بعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها أو عدم جودتها، لذلك تعتبر المقاطعة سلوكا فتاكا للتأثير على المهنيين لكي يحترموا الحقوق الشرعية للمستهلكين.[2]

غير أن قيام الجمعيات بحماية المستهلك بإصدار تعليماتها تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتوج أو خدمة من شأنه ترتيب مسؤوليتها إذا أخطأت في استعمال هذه الآلية لذلك لا بد عليها من الحيطة أثناء أداء هذا الدور وذلك باتخاذ هذا الإجراء كوسيلة أخيرة بعد استنفاذ كل الطرق التي من شأنها حماية المستهلك وأن يكون أمر المقاطعة بسبب مبرر ومؤسس.[3]

فالمقاطعة تعتبر وسيلة تهديديه تجعل المنتخبين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين خاصة إذا تعلق الأمر بارتفاع الأسعار ورداءة الخدمات.

---

[1]–أقصاصي عبد القادر ، الإلتزام لضمان السلامة في العقود نحو نظرية عامة ، ط1، دار الفكر الجامعي ، مصر 2010 ،ص 57.

[2]– محمد بودالي ، مرجع سابق ، ص 114.

[3]–فرج عبد الفتاح فرج ، مرجع سابق ، ص 24.

فإذا كانت المقاطعة تحقق هدفا ايجابيا للمستهلك إلا أنها في نفس الوقت تلحق أضرارا جسيمة بالمنتخبين بصفة خاصة وعلى الاقتصاد الوطني بصفة عامة لأن الامتناع عن الشراء معناه التوقف عن الإنتاج وبالتالي ركود الاقتصاد وهذا ما دفع رجال القانون إلى التدخل وحتى جمعيات حماية المستهلك على استعماله بطريقة عقلانية وبتوفير شروط معينة منها:

- أن لا يلجأ إلى هذا الإجراء إلا كوسيلة أخيرة بعد استنفاذ كل طرق.
- أن يكون إجراء المقاطعة سببا مبررا ومقبولا.

وفي ظل غياب النص الذي يمنع ويبيح استعمال هذه الوسيلة، يثور التساؤل حول هذا الموضوع إلا أنه قد احتدم الخلاف بشأنه في فرنسا إذ ذهب إيجاد إلى إباحة هذه الوسيلة في حين ذهب اتجاه أخر إلى رفضها لما تلحقه من خسائر بالمؤسسات الإنتاجية إلا أن جسم هذا الخلاف باتجاه وسط يرى السماح للجمعيات استعماله بشرط ألا يمارس بصورة تعسفية إضرارا بالمهنيين فإن ثبت هذا التعسف قامت مسؤولية الجمعيات، أما المشرع الجزائري فهو لم ينص على هذا الإجراء سواء في قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو في قانون المنافسة، وإن كان قد نص على تجريم رفضت البيع.[1]

الفرع الثاني: الدعاية المقابلة (الإشهار المضاد):

يعتبر الإعلان التجارة وسيلة لتعريف المستهلك بخواص منتجاتهم وخدماتهم مظهرا مهما من مظاهر المنافسة المشروعة، ويجب أن يكون صادقا ونزيها إلا أن المنتخبين قد يلجؤون إلى الكذب لجذب المستهلكين من الإشهار الكاذب عن طريق الإشهار المضاد أي توجيه انتقاء إلى المنتوجات والخدمات إلى هي محل الترويج والمدح لكن بشرط أن يكون هذا الانتقاد موضوعيا وعليها التأكد من صحة المعلومات التي تتكرها في المجلات وعدم استعمال الانتقاد بصورة تعسفية وإلا استوجب مساءلة هذه الجمعيات.

[1]–عيساوي عبد القادر جمعيات حماية المستهلك و الإشهار المظلل على مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الجزائري ، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية ، جامعة زيان عاشور ،الحلفة ص 555.

أما وقف الإشهار الكاذب فله فعالية أكثر من اللجوء إلى القضاء للحكم بالتعويض فهو طريق وقائي لأنه يضع حدا للنزاع ويحمي متلقيه من الوقوع في الخداع.[1]

●كما أن وقف الإعلان الكاذب والدعاية المضادة هما سلاحان لمكافحة جريمة الاستعمار الكاذب، فالحبس والغرامة عقوبتان عند فعالتان لأن أحكام الحبس غالبا ما تصدر مع وقف التنفيذ وكذا الغرامات فهي عقوبات عند فعالة بالمقارنة مع الأرباح التي يجنبها المهني.[2]

●أضف إلى ذلك أن قيمة الغرامة يتحملها المستهلك في النهاية في أغلب الحالات إذ يضفيها إلى ثمن السلعة وبالتالي تتحول من عقوبة مفروضة على المعلن إلى ضرر محذف بالمشتري.

على الرغم من أن الاستعمار المضاد إجراء وقائي فإن هذا الأسلوب بهدف إلى فضح الممارسات التجارية عند النزيهة لمتدخل ما وكشف حقيقة السلعة أو الخدمة التي يعرضها على المستهلكين وقد يتزامن مع دعوة المستهلكين إلى الامتناع عن اقتنائها، توقيا للضرر محتمل حصوله لهم وفي الوقت نفسه دعوة المتدخل إلى سحب المنتوج أو وقف الخدمة تحت طائلة المتابعات المقررة قانونا.

وينبغي أن يتوقف الإجراء عند تبيان سلبيات ومخاطر السلعة أو الخدمة وفضح تخلف الميزات أو الخصائص التي يظهرها العرض المقدم لها من طرف المتدخل وعدم تجاوز ذلك إلى التعليق على مسلك المتدخل وطريقة عمله والتشهير به.[3]

[1]–دليلة مباركي مرجع سابق ص 76.

[2]–سي يوسف زاهية حورية ، مرجع سابق ص 202 .

[3]–عبد الحق قريمس ، مرجع سابق ص 523.

ملخص الفصل الثاني:

على الرغم من الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك المخول لها قانونا والمتمثل أساسا في توعية المستهلكين وتحسيسهم بالمخاطر التي تهدد امنهم، وتوجيههم واعلامهم بكل ما يتعلق بالمنتوجات والخدمات، وتعريفهم بحقوقهم وكيفية الدفاع عنها، ودورها في تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية وبعض الهيئات المختصة من خلال عضويتها لدى هذه الأخيرة واخطارها قصد تنبيهها الى الممارسات الضارة بالمستهلك ثم أمام الجهات القضائية، الا ان الواقع يعكس لنا ان الواقع يعكس لنا ان جمعيات حماية المستهلك الناشطة وبعبارة أخرى تلك التي تمارس نشاطها بصفة منتظمة تعد على الأصابع.

وبالنسبة لهذه الأخيرة وحتى وأن كانت تتميز بحركيتها وتحقيقها لبعض الإنجازات، إلا أن نشاطها يبقى دون الامستزوى المطلوب والنتائج المرجوة، ومحدودا جدا مقارنة مع مجموع الظواهر والتجاوزات المخلة بحقوق المستهلك، وذلك يعود الى العديد من العوائق أهمها ضعف التمويل الذاتي الامر الذي جعلها بعيدة كل البعد عن جمعيات فاعلة.

خاتمة

خاتمة:

ما يمكن قوله في خاتمة هذا البحث المتواضع أن وجود جمعيات حماية المستهلك هو تكريس لمبدأ دستوري يتمثل في حرية إنشاء الجمعيات، وعلى هذا الأساس هي تخضع للقواعد العامة المطبقة في هذا المجال وللمبادئ التي تحكم العقود خاصة مبدأي سلطان الإدارة والحرية التعاقدية، وتتجلى خصوصية هذا العقد في الحماية على أقصى حد لمصلحة المستهلك وترقية حركة الدفاع عنه تجعله يتميز عن العقد العادي، هذا الأمر في حد ذاته يعد سببا في إعطاء الجمعية الشخصية المعنوية لتمكينها من تحقيق هذا الهدف الذي يعد اجتماعيا، بمشاكل المستهلكين وليس فقط أعضاء المستوين للجمعية ومن خلال تحليلنا للنصوص القانونية سواء المتعلقة بالجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك ، سمح لنا بالتوصل إلى ملاحظات، حيث نجد النقص الفادح في النصوص القانونية خاصة في مجال الرقابة وتحليل النوعية والضمان واعطاء مفهوم موحد للخدمة.

أما بالنسبة لدوره سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها وذلك بسبب العراقيل وجمود الوانين التي تحد من فعاليتها من جهة وقلة الدعم المادي ان لم تقل انعدامه من جهة أخرى.

ونقترح في هذا المجال توفير الدعم المالي للجمعيات لتقوم بمهامها وتحقيق برامجها في سبيل الدفاع عن حقوق المستهلك واشتراك أعضاء الجمعيات في المحلات التفتيشية حتى مكنوا في اكتساب الخبرة الفنية والميدانية التي تمكنهم من الوقوف على تجاوزات المتدخلين التي المتدخلين التي تضر بمصالح المستهلك، والعمل على جعل تشكيلتها غنية بالكفاءات لأن مهامها تستلزم وجود مختصين في مختلف المجالات في قانونيين وبيولوجيين وتقنيين، كما يجب وضع مخابر الفحص تحت تصرفها.

إلا أنه تبقى الحماية المثلى للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، ووعي المستهلك نفسه بحقوقه وضرورة حمايته من المخاطر التي تحدق به.

أخيرا يمكن القول ان حيوية موضوع جمعيات حماية المستهلك في الجزائر يقتضي تعزيز الصلاحيات القانونية لهذه الاخيرة لضمان فعالية نشاطها وتحقيق أهدافها، وان تمكين

الجمعيات حماية المستهلك من الوسائل اللازمة على النحو السابق توضيحه، وحسن استغلال هذه الأخيرة للإمكانيات المتاحة والصلاحيات الممنوحة لها، من شانه ان يعرر ويدعم دور الدولة اتجاه المستهلك ونمو الوعي والثقافة الاستهلاكية في المجتمع، الأمر الذي ينتج عنه تحقيق حماية قوية وفعالة للمستهلك.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

النصوص القانونية:

النصوص التشريعية :

-القانون رقم 07/12 المؤرخ في المتعلق بالولاية المؤرخ بتاريخ 21-02-2012 الجريدة الرسمية رقم 12.

-القانون رقم 10/11 المؤرخ في: 2011/06/22. المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية رقم 37.

-القانون رقم 31/90 المؤرخ في: 1990/12/04 المتعلق بالجمعيات.

القانون رقم 06/12 المؤرخ في : 2012/01/12 المتعلق بالجمعيات .

القانون رقم 31/89 المؤرخ في : 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة.

القانون رقم 03/09 المؤرخ في : 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

النصوص التنظيمية:

مرسوم تنفيذي 39/90 يتعلق بالرقابة الجودة وقمع الغش .

القرارات :

قرار وزاري مشترك المؤرخ بتاريخ : 1987/03/07 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك.

الكتب :

1)يسرى دعس : جمعيات حماية المستهلك ، الأهداف الأدوار المقومات والتحديات ط8 ،الاسكندرية ، مصر ، سلسلة المعرف والاقتصا والادراية ،1997.

2) محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، الجزائر دار الكتاب الحديثة سنة 2006.

3)د خالد ممدوح ابراهيم : حماية المستهلك في القفد الالكتروني ، ط1، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية.

4) على بوكية بن بوخميس : القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولين المترتبة عنها في التشريع الجزائري ،دار الهدى ،الجزائر 2000.

5)عمر محمد عبد الباقي : الحماية العنة للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ط 2 ،منشاة المعارف بالإسكندرية ، 2007.

6) أقصاصي عبد القادر : الإلتزام لضمان السلامة في العقود ، نحو نظرية عامة –الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر 2010.

7)أحمد بدر أسامة : حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دراسة –مقارنة – بدون طبقة ، دار الجامعة للنشر ، مصر 2005.

8) بلعروسي أحمد التجاني " التشريع والتنظيم المتعلقات بحماية المستهلك ج1، ج2 ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ،2008.

9)03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر عدد 15.

المذكرات :

1)نوال بن لحرش : جمعيات المتسهلكين في الجزائر –دور وفعالية –مذكرة نيل شهادة الماجيستر في الف العام ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 1، 2012–2013.

2)سليماني يوسف : الضمانات الق لحماية أمن وسلامة المستهلك ، ملتقى لنيل شهادة ليسانس ، كلية الحقوق ،سطيف ، جامعة فرحات عباس ، سطيف 2008 –2009.

3)سهيلي رياض : حماية المستهلك في الف الجزائري مذكرة لنيل شهادة الماستر ق أعمال كلية الحقوق ، جامعة محمد بوضياف – المسيلة 2016 .

4) مزاري عائشة : علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة مذكرة لنيل شهادة ماجيستر – كلية الحقوق – جامعة وهران – 2012–2013 .

5)ناصري فهيمة ح ت ح م مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماستر حقوق ، فرع العقود والمسؤولية ، جامعة الجزائر ، بن يوسف بن خدة ، 2003-2004 .

6) هشماوي وهيبة : الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم السيا ،جامعة ع الرحمان ميرة ، بجاية / 2012-2013 .

7)عشور عماد :صلة قواعد الإدراة بحماية المستهلك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي ، ق أعمال ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2017-2018.

8) حملاجي جمال : دور أهم أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ق ،أعمال ، جامعة بومرادس 2005-2006.

9) مركب حفيظة : الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتوج والخدمة رسالة لنيل شهادة ماجيستر في القانون جامعة الجزائر 2002.

10) العمام بوحلاسين :" الإختصاص في مجال المنافسة " بحث مقدم لنيل شهادة ماجيستر في الف الخاص ، فرع ق أعمال ، كلية الحقوق ، قسنطينة ، 2004.

11)صياد الصادق : حماية المستهلك في ظل الف الحديد ، مذكرة لنيل ماجيستر في الحقوق ، ق ، أعمال ،جامعة قسنطينة 2013-2014.

المجلات المقالات :

●عبد القادر قرش : "دور جمعيات ح م في تفعيل المسؤولية الإجتماعية للمؤسسة" مجلة الحقوق العلوم الإنسانية – دراسات اقتصادية ، العدد 26(1) دون سنة .

●د فرع عبد الفتاح فرج –جمعيات ح حقوق المستهلكين ودورها في تعزيز التنمية ، نائب مدير مركز البحوث الإفريقية جامعة القاهرة .

●أدليلة مباركي : ج ح م ودورها في ترشيد الإستهلاك جامعة باتنة ، مجلة الحقيقة ، العدد 8ماي 2006 .

●سي يوسف زاهية حورية (ك جار) الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك ، مجلة البحوث والدراسات القانونية البليدة عدد 1 جانفي 2012

●د عبد الحق قريمس : جمعيات حماية المستهلك المهام والمسؤوليات مجلة الإجتماعية القضائي ، العدد 14، أفريل 2017 .

●ليلى بن عنتر ، جمعيات ح المستهلك موجودة أو تحتاج إلى الوجود ، المجلة الأكاديمي للبحث القانوني ، كلية الحقوق جامعة ع الرحمان ميرة بجاية ، العدد 2 ، 2010 .

●بو تو شنت عبد النور ، دور ج م مجلة العلوم القانونية ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، العدد 12 ، سنة 2008.

●لجلط فواز : دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين ، مجلة الإجتهاد الفنائي ، العدد 14، أفريل 2017.

●عيساوي عبد القادر : جمعيات حماية المستهلك والإشهار المظلل على مواقع التواصل الإجتماعي في التشريع الجزائري ، مجلة العلوم القانونية والإجتماعية ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة .

الكتب الفرنسية :

-Calais Aouloy jean Steinmetz Franl Droit de la cousommation6 edition Dalloz Fance 2003.

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
فهرس المحتويات	
مقدمة	أ-ج
الفصل الأول: انشاء جمعيات حماية المستهلك.	**5**
المبحث الأول: الاعتراف القانوني لجمعيات حماية المستهلك.	**5**
المطلب الأول: ظهور جمعيات حماية المستهلك.	**6**
المطلب الثاني: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.	**16**
المبحث الثاني: تأسيس وتنظيم جمعيات حماية المستهلك.	**24**
المطلب الأول: تأسيس جمعيات حماية المستهلك.	**25**
المطلب الثاني: تنظيم جمعيات حماية المستهلكين.	**30**
ملخص الفصل.	**37**
الفصل الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك.	**39**
المبحث الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.	**39**
المطلب الاول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام.	**40**
المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة.	**45**
المبحث الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك.	**53**
المطلب الأول: تمثيل المستهلكين.	**54**
المطلب الثاني: الدفاع عن المستهلك عن طريق المقاطعة أو الدعاية المقابلة	**62**
ملخص الفصل.	**65**
خاتمة	**66**
قائمة المصادر والمراجع	**69**

تم بحمد الله

ملخص الدراسة:

تبقى جمعية حماية المستهلك من أنشط الجمعيات التي تقوم على حماية وأمن وسلامة المستهلك فهذا الأخير يعتبر أهم انشغالاتها في شتى المجالات الاقتصادية الثقافية والاجتماعية، وذلك بالتنسيق مختلف الأجهزة المتخصصة، والهيئات والسلطات العاملة هذا من جهة، وبين أعضائها من جهة أخرى، حسب القانون المعمول به والساري المفعول في تأسيس الجمعيات، القانون 12-06 المتعلق بالجمعيات ودورها وقائي يتمثل في التحسيس وإعلام المستهلك وتوعيته بكل المستجدات في جميع الميادين، أما تمثيل المستهلك في قطاعات القضاء ومختلف الهيئات الأخرى، عن طريق المقاطعة والدعاية المقابلة يعتبر دور دفاعي.

الكلمات المفتاحية: جمعية حماية المستهلك، القانون 12-06، الدور الوقائي، الدور الدفاعي.

Study Summary:

The Consumer Protection Association remains one of the most active associations that are based on the protection, security and safety of the consumer. The latter is considered the most important concern in the various economic, cultural and social fields, in coordination with the various specialized agencies, bodies and authorities operating on the one hand and among its members on the other, Law 12-06 on associations and their preventive role is to sensitize and inform the consumer and raise awareness of all developments in all fields.

The representation of the consumer in the sectors of the judiciary and other bodies through boycott and the corresponding propaganda is considered Defensive role.

Keywords: Consumer Protection Association, Law 12-06, Preventive Role, Defense Role