

جمعيات حماية المستهلك: المهام والمسؤوليات

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الدكتور عبد الحق قريمس

أستاذ محاضر "أ"

gri.med@gmail.co

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل (الجزائر)

تقديم:

جمعيات حماية المستهلك هي كتل للمستهلكين يهدف إلى الدفاع عن مصالحهم المادية والمعنوية، عرفتها المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ بكونها

"... كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"

لقد تم التعرض لبعض الأحكام المتعلقة بجمعيات حماية المستهلك بشكل مجمل في قانون حماية المستهلك، في ثلاث مواد منه، من 21 إلى 23 منه، وفي غياب إطار قانوني متكامل ومفصل خاص بها، فإن إنشاء هذه الجمعيات وتنظيمها وسيورها يخضع من حيث لأحكام القانون 12-06² المتعلق بالجمعيات³، لكنها تخضع في ممارستها لمهامها لمختلف القوانين ذات الصلة بحماية المستهلك، ويمكن في حالة ارتكابها لأخطاء أو تقصير في هذه المهام، أن تتحمل المسؤوليات الناجمة عن ذلك، جزائيا أو مدنيا.

أولا- مهام جمعيات حماية المستهلك:

تتعدد مهام وصلاحيات جمعيات حماية المستهلك، فهي تضطلع بكل الأعمال التي تصب في اتجاه الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية لجمهور المستهلكين، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الصلاحيات والمهام، استنادا للتعريف التشريعي الوارد في المادة 21 المذكورة، الذي يميز ضمنا بين نوعين من المهام.

¹ - المؤرخ في 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية عدد 15 مؤرخ في 08 مارس 2009.

² - مؤرخ في 06 جانفي 2012، ج ر عدد 02 مؤرخ في 15 جانفي 2012.

³ - قبل هذا القانون، كانت تخضع للقانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات، الملقى.



1- مهام الإعلام والتحسيس والتوجيه:

تعتبر هذه المهمة من 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 إلى المساس بصحته وأمنه. تظهر هذه المهمة كبديل عملي لتجاوز نقص الوعي الاستهلاكي وتقايس 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 تحسيس وتوجيه المستهلكين إلى السلوك الأمثل للحفاظ على مصالحه المادية والمعنوية.

أ- إطلاع الجهات الرسمية:

يقع عبء حماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين على الجهات الرسمية بالدرجة الأولى، وتكون جمعيات حماية المستهلك بمثابة "جهة إنذار" لهذه الجهات لوضع التدابير العملية للحماية، في حالة معابنتها لممارسات تهدد أمن وصحة وسلامة المستهلكين.

- التنسيق المباشر مع مصالح وزارة التجارة على المستويين المركزي والمحلي:

لا تتمتع جمعيات حماية المستهلك بأية صلاحية في مجال متابعة الأسواق ومراقبة مدى احترام إجراءات إظهار الأسعار واحترام شروط الصحة والنظافة في عرض المنتجات و/ أو الخدمات فمثل هذا الصلاحية تعود بنص القانون لأعوان قمع الغش التابعين للوزارة المكلفة بحماية المستهلك وهي وزارة التجارة؛ ومن الناحية العملية، يمكن للجمعيات ممارسة هذه المهمة بطريق غير مباشر من خلال إخطار الأعوان والمصالح المذكورة لطلب تدخلها في الوقت المناسب حتى يتم ضبط المتدخل متلبسا بمخالفته، ومن صور ذلك، يمكن الذكر:

- إطلاع معهد الملكية الصناعية بخصوص تقليد العلامات:

يمكن لجمعيات حماية المستهلكين في حالة اكتشافها لعلامات مقلدة في السوق أن تخطر بذلك المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية INAPI

والمعهد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 مؤرخ في 12 فيفري 1998 في إطار إعادة هيكلة المعهد الأم، وهو المعهد الجزائري للتقييس والملكية الصناعية¹.

- إطلاع معهد التقييس:

في حالة اكتشاف اخلال بالمعايير المقررة في مجال الجودة.

¹ - www.mdipi.gov.dz/?236, المعهد الوطني، visualisé le 28/08/2016

وفي سبيل القيام بعملها في هذا الشأن، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تطلب رأي مجلس المنافسة حول المسائل المرتبطة بالمنافسة، والممارسات التي قد يكون لها وقع سلبي على المنافسة، ومن ثم على المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين، حسب المادة 02/35 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: "ويمكن أن تستشيرهُ أيضاً في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين"

ب- تحسيس وتعبئة جمهور المستهلكين:

تتراوح هذه المهمة من مجرد تقديم المعلومات الضرورية للمستهلكين، بقصد ترشيد وتوجيه الفعل الاستهلاكي لديهم، إلى تعبتهم وتفعيلهم في مواجهة مخاطر السوق.

- التحسيس والإعلام:

تنبيه المستهلكين إلى مخاطر الممارسات التجارية والاقتصادية، والمضار التي تهددهم في صحتهم وأمنهم، باعتماد مختلف وسائل التواصل المتاحة، مثل الأيام الإعلامية والتحسيسية، حملات التوعية أثناء المناسبات الدينية والوطنية، تنشيط حصص إذاعية وتلفزيونية، الإشراف على ركن لتوعية المستهلك في الجرائد، إنشاء وتسيير صفحات ومواقع الكترونية متخصصة في حماية المستهلك

ويعتبر دور التوعية والتحسيس هو الدور الأول الذي اعترف به القانون لجمعيات حماية المستهلك، في ظل قانون 89-02 الملغى، من خلال إجراء الدراسات المتعلقة بالاستهلاك (نشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها)، والذي اعتبر محدوداً ولا يعبر عن الانشغال الحقيقي لجمعيات حماية المستهلكين.

المادة 23 منه: "يمكن جمعيات المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وبإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط"

- الإشهار المضاد:

باعتباره كإجراء وقائي، يهدف هذا الأسلوب إلى فضح الممارسات التجارية غير النزيهة لمتدخل ما وكشف حقيقة السلعة أو الخدمة التي يعرضها على المستهلكين، وقد يتزامن مع دعوى المستهلكين إلى الامتناع عن اقتنائها، توفيقاً للضرر المحتمل حصوله لهم، وفي الوقت نفسه دعوى المتدخل إلى سحب المنتج أو وقف الخدمة تحت طائلة المتابعات المقررة قانوناً.

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.

- الدعوة إلى المقاطعة :

تندرج في إطار حملات التحسيس والتوعية، في صورتها الأشد خطورةً بالنسبة للمتدخلين، ويقصد بها حث المستهلكين على الامتناع عن اقتناء منتجات أو طلب خدمات معينة، لاعتبارات مشروعة (انطوائها على خطورة تهدد أمن وصحة المستهلكين، وجود مخاطر تحيط بالمستهلكين، سلع مقلدة)

كما قد تبني الدعوة إلى المقاطعة على اعتبارات سياسية أو إنسانية (في الغرب: الدعوة إلى مقاطعة المنتوجات التي مصدرها الكيان الصهيوني)

يترتب عن الدعوة إلى المقاطعة، في حالة استجابة المستهلكين لها، إلى كساد المنتج أو الخدمة المعنية، ومن ثم التأثير على موقف المتدخل، والزامه على تعديل شروط عرض المنتج، أو تعديل مواصفاته، أو حتى سحب المنتج أو الخدمة بشكل نهائي.

لا تكون جمعيات حماية المستهلك مسؤولة عن الأضرار التي يمكن أن تلحق بالمتدخل، إثر نجاح حملة المقاطعة، لأن تلك النتيجة تبقى مرتبطة بمسلك المستهلكين في الاستجابة أو عدم الاستجابة للدعوة للمقاطعة.

تبقى الدعوة للمقاطعة الأسلوب الأخير في مواجهة الممارسات الضارة بالمستهلكين، أي بعد استنفاذ الوسائل الأخرى، وينبغي أن تبني هذه الدعوة على أسباب مبررة ومعقولة، حتى لا تقع تحت طائلة التشهير والقبح، وتقود إلى مساءلة الجمعية مدنياً و/أو جزائياً.

2- مهمة تمثيل المستهلكين :

يتأكد الدور الفعال لجمعيات حماية المستهلكين في الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلك من خلال مهمة تمثيلهم، الذي يكون إما بشكل دوري ومستمر لدى الهيئات والمصالح العمومية، أو تمثيلهم لدى الجهات القضائية بمناسبة الممارسات التي تمس بمصالح المستهلكين بشكل شخصي ومباشر، أو بشكل عام وجماعي.

أ- تمثيل المستهلكين لدى الهيئات العمومية :

تلعب جمعيات حماية المستهلكين دوراً مهماً في إيصال انشغالات وتطلعات جمهور المستهلكين، بل وحتى التأثير في القرارات الرسمية في مجال الاستهلاك، من خلال تمثيل المستهلكين لدى الهيئات العمومية ذات الصلة بالنشاط الاقتصادي، والتي تضطلع بشكل مباشر أو غير مباشر بضبط وتنظيم قطاعات الإنتاج والتوزيع والخدمات.

- مجلس المنافسة :

هو سلطة إدارية مستقلة في مجال المنافسة، أنشئ بمقتضى المادة 23 من قانون المنافسة¹، يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ووضع لدى الوزير المكلف بالتجارة، وهو مجلس يتمتع بسلطة اتخاذ القرار بشأن المسائل المتعلقة بضبط السوق، إلى جانب إبداء الرأي والاقتراح عندما يطلب منه ذلك²

"يتكون مجلس المنافسة من اثني عشر (12) عضوا ينتمون إلى الفئات الآتية: ... - عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين"³، إلى جانب اعتباره جهة استشارة لصالح جمعيات حماية المستهلك⁴.

- المجلس الوطني لحماية المستهلكين:

المجلس هيئة استشارية في مجال الاستهلاك، أنشئ بموجب المادة 24 من القانون 09-03⁵؛ "ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك"⁶، ويسمح لجمعيات حماية المستهلكين بالمشاركة من خلاله في إعداد وتوجيه سياسة الاستهلاك.

¹ - أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 مؤرخة في 20 يوليو 2003، معدل ومتمم بقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، الجريدة الرسمية عدد 36 . مؤرخة في 02 يوليو 2008 وقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت سنة 2010، الجريدة الرسمية عدد 46 مؤرخة في 18 غشت 2010.

² - المادة 34 من أمر 03-03 تعديل سنة 2008.

³ - المادة 24 من أمر 03-03 تعديل سنة 2008.

⁴ - يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تطلب رأي مجلس المنافسة حول المسائل المرتبطة بالمنافسة، والممارسات التي قد يكون لها وقع سلبي على المنافسة، ومن ثم على المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين، حسب المادة 02/35 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة؛ "ويمكن أن تستشير أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين".

⁵ - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. عدد 15 مؤرخ في 08 مارس 2009

⁶ - في القانون 89-02، المادة 01/24 أيضا؛ "ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، يقوم بإبداء الرأي واقتراح الترتيبات التي تساهم في تحسين الوقاية من المخاطر في مجال سلامة المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلكين".

يلاحظ الحضور البارز لمثلي الحركة الجمعية ضمن المجلس، بالاعتراف بحق العضوية فيه لممثل واحد: "عن كل جمعية حماية المستهلكين المؤسسة قانوناً"¹.

- المجلس الوطني للتقييس:

نظمت أحكامه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-464²، وهو جهاز للاستشارة والنصح في مجال التقييس، موضوع لدى رئيس الحكومة³ يرأسه الوزير المكلف بالتقييس، يصدر توصيات وآراء في مجال التقييس⁴.

يضم المجلس بين أعضائه التسعة والعشرين (29) ممثلاً واحداً عن جمعيات حماية المستهلكين⁵

- الهيئة الجزائرية للاعتماد (أجيراك):

باعتبارها هيئة لاعتماد جهات تقييم المطابقة، وهي مؤسسة عامة ذات طابع صناعي وتجاري، أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-466⁶، موضوعة لدى الوزير المكلف بالتقييس⁷ "يتشكل مجلس الإدارة من: ... اثني عشر (12) ممثلاً عن جمعيات تقديم الخدمات و/أو المستهلكين"⁸

ب- تمثيل المستهلكين أمام الجهات القضائية:

اعترف القانون الفرنسي ابتداءً من تاريخ 27 ديسمبر 1973 (la loi Royer)⁹ بصفة جمعيات حماية المستهلكين في الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين أمام الجهات القضائية¹⁰،

¹ - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 مؤرخ في 02 أكتوبر 2012 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 56 مؤرخ في 11 أكتوبر 2012.

² - مؤرخ في 06 ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج. ر عدد 80 مؤرخ في 11 ديسمبر 2005.

³ - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

⁴ - المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

⁵ - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

⁶ - مؤرخ في 06 ديسمبر 2005، ج. ر عدد 80 مؤرخ في 11 ديسمبر 2005، وقد حلت الهيئة محل المجلس

الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة (المنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000-111، ملغى)

⁷ - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-466.

⁸ - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-466.

⁹ - Sabine BERNHEIM-DESVAUX, Droit de la consommation, 2^e édition, Studyrama 2011, p. 315.

¹⁰ - Actuellement, l'article L. 421-7 du Code de la consommation. Ce texte dispose que "les associations mentionnées à l'article L. 421-1 peuvent intervenir devant les juridictions civiles et demander notamment l'application des mesures prévues à l'article L. 421-2, lorsque la demande-

وهو ما كرسه المشرع ضمن المادة 23 من القانون 03-09: " عندما يتعرض مستهلك أو عدو مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"

إن مثل هذا المقتضى يعطي لجمعيات حماية المستهلكين صفة التقاضي باسمها، وتحقق شرط الصفة لها، إلى جانب المصلحة، كشرط لقبول الدعوى. وهي تستفيد، بمناسبة تمثيلها ودفاعها عن المصالح المشتركة للمستهلكين أمام الجهات القضائية، من المساعدة القضائية¹.

لقد أشار المشرع لهذا الدور تحت مسمى محدد، وهو التأسس كطرف مدني، للدفاع عن مصالح المستهلكين في حالة الأضرار الفردية أو الجماعية،

يتجلى دور جمعيات حماية المستهلكين في المطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق بالمستهلكين²، سواء كان ذلك بشكل فردي ومحدود (أحد المستهلكين أو بعض المستهلكين) أو بشكل جماعي يلحق بجمهور المستهلكين.

- التعويض عن الضرر الفردي لأحد المستهلكين:

يمكن للجمعية أن تنضم إلى دعوى المستهلك لتدعمه في مطالبته ضد المتدخل، وفي الوقت نفسه لتدافع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، وهي تمارس هذه الدعوى أمام القضاء المدني

دعوى التمثيل المشترك للمستهلكين: (فرنسا: المادة 1-422 L.)

في حالة تعرض مستهلكين اثنين أو أكثر لضرر يتسبب فيه نفس المتدخل، يمكن لهم توكيل جمعية لتطالب بالتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم، هي دعوى للمطالبة الجماعية بمصالح فردية للمستهلكين (الأصل تضريد الدعوى).

- التعويض عن الضرر اللاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين:

إن حماية المصالح الجماعية تقع في الأصل على عاتق الجهات الرسمية، وعلى رأسها النيابة العامة، لكن القانون يعترف لجمعيات حماية المستهلكين بإمكانية مباشرة هذه الدعوى بغرض طلب التعويض عن الضرر اللاحق بالمصلحة المشتركة للمستهلكين.

-initiale a pour objet la réparation d'un préjudice subi par un ou plusieurs consommateurs à raison de faits non constitutifs d'une infraction pénale"

¹ - م. 22 قانون 03-09: "... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية".

² - م. 02/12 من قانون 89-02 الملغى: "إضافة إلى ذلك فإن جمعيات حماية المستهلكين المنشأة قانوناً لها الحق في رفع دعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي الحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها".

ترتبط مباشرة هذه الدعوى بثبوت وصف الجريمة للضلع الذي يتابع المتدخل لأجله، وهو ما يتأكد من ورود عبارة "... تتأسس كطرف مدني..."، ومثل هذا التقييد يجعل نطاق تدخل جمعيات حماية المستهلك ضيقا ومحدودا.

وعلى هذا الأساس، لا يمكن لهذه الجمعيات، استنادا لقانون 09-03، أن تطالب بالتعويض عن هذه الأضرار أمام القضاء المدني، كما أنه لا يمكن لها أن تطالب أمام القضاء الاستعجالي بوقف الأنشطة التي تشكل تهديدا لصحة المستهلك واتخاذ التدابير المؤقتة التي تسمح بتفادي تلك الأخطار.

ويبدو قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ أفضل في تنظيمه لهذه الصلاحية، مقارنة بقانون 09-03، حيث يعترف في المادة 65 منه لـ "... جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى لحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم"
ثانيا- مسؤوليات جمعيات حماية المستهلكين:

لا يخلو نشاط جمعيات حماية المستهلكين من احتمال ارتكاب أخطاء تستوجب مسؤوليتها الجزائية و/أو المدنية، سواء تجاه المتدخلين المتضررين من تلك الأخطاء، أو حتى في مواجهة المستهلكين أنفسهم!

1- المسؤولية الجزائية لجمعيات حماية المستهلكين تجاه المتدخلين:

يمكن للخطأ الذي ترتكبه جمعيات حماية المستهلكين أن يرتب في الوقت نفسه مسؤوليتها الجزائية والمدنية، إذا كان يحتمل الوصفين في آن واحد.

أ- ثبوت الوصف الجزائي لأخطاء الجمعيات:

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتصرف بخفة وعدم تبين، سواء بمناسبة ممارستها لمهمة الإعلام والتحسيس أو بمناسبة تعبئة المستهلكين ودعوتهم للمقاطعة أو الإشهار المضاد، إذ قد يصدر عنها بمناسبة ذلك عبارات تتضمن قدحا وتشهيراً dénisgements بشأن منتوجات

¹ - قانون 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41 مؤرخ في 27 جوان 2004، معدل ومتمم.

معينة أو ضد متدخل معين، وهو فعل يندرج تحت عنوان القذف la diffamation¹ من منظور تقنين العقوبات.

فحسب المادة 296 ق.ع، " يعد قذفا كل ادعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار الأشخاص أو الهيئة المدعى عليها به أو إسنادها إليهم أو إلى تلك الهيئة، ويعاقب على نشر هذا الادعاء أو ذلك الاسناد مباشرة أو بطريق إعادة النشر ولو تم ذلك على وجه التشكيك أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم، ولكن كان من الممكن تحديدها من عبارات الحديث أو الصياح أو التهديد أو الكتابة أو المنشورات أو اللافتات أو الإعلانات موضوع الجريمة".

ب- تطبيق العقوبات المقررة لجنحة القذف:

يتعرض القائم بالأفعال المذكورة لعقوبة جريمة القذف، باعتبارها من الجنح، في مواجهة جعية حماية المستهلك كشخص معنوي، إلى جانب القائم بالفعل عند الاقتضاء.

- عقوبة القذف المطبقة على الأفراد²:

تتمثل العقوبة المقررة بحق المخالف الفرد في الحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر، وبغرامة من 25.000 دج إلى 50.000 دج، أو بإحدى العقوبتين.

- تطبيق العقوبة في حق الجمعية كشخص معنوي:

ينبغي، في حالة القذف الصادر عن الشخص المعنوي، مراعاة مبدأ شخصية الجريمة والعقوبة من جهة، مثلما هي الحال بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك، لكونها تتمتع بشخصية قانونية متميزة عن شخصية أعضائها، ومن جهة ثانية، مراعاة خصوصية عدم إمكانية تطبيق العقوبة السالبة على الشخص المعنوي.

ومن هنا، فإن إدانة جمعية حماية المستهلك كشخص معنوي، تتوقف عند العقوبة المالية ممثلة في الغرامة، لكن مع مراعاة التشديد المقرر في قانون العقوبات للغرامات المحكوم بها بحق الأشخاص المعنويين، إذ تضاعف بمقدار خمسة أضعاف الغرامة المقررة في حق الشخص الطبيعي.

وبالتوازي مع ذلك، يتعرض للإدانة الممثل القانوني للشخص المعنوي، ممثلا في رئيس جمعية حماية المستهلك، باعتباره هو من يأتي الأفعال التي تشكل الركن المادي لجنحة القذف، وهو الذي يعبر عن إرادة الجمعية من خلال الكتابات والتصريحات الإعلامية.

¹ -Guy Raymond, Organisme de défense des consommateurs, JCl. Commercial, Fasc. 978, Cote : 09,2002, n° 56.

² - المادة 298 ق.ع.

والى جانب الممثل القانوني للجمعية، يتعرض للإدانة أيضا القائم بنشر البيانات أو المعلومات التي اعتبرت قذفا، مهما كانت وسيلة النشر (مدير نشر الجريدة الورقية، القنّاء الإذاعية أو التلفزيونية، أو مسير الموقع الإلكتروني...).

ومع هذا، يشير الفقه إلى أن مآل هذه الدعوى ينتهي في أغلب الأحوال إلى الرفض¹، تأسيسا على أن عبارات "النقد والتشهير" التي يتم الإلقاء بها تنصب على المنتوجات أو الخدمات التي يقترحها المتدخل، دون أن تمس بشخص هذا الأخير²؛ ولكن، يبقى احتمال المساءلة قائما إذا كانت الألفاظ والكتابات موضوع المتابعة تنطوي الإشارة ضمّنيا إلى شخص المتدخل³.

2- المسؤولية المدنية لجمعيات حماية المستهلكين⁴ :

رغم عدم تعرض الجمعية للإدانة عن جنحة القذف، إلا أن الأفعال المتابع لأجلها يمكن أن تحتل وصف الخطأ بمفهومه المدني، باعتبار أنه الإخلال بالالتزام العام بعدم الإضرار بالغير⁵، ومن ثم إمكانية تقرير المسؤولية المدنية للجمعية عنها.

أ- مسؤولية الجمعيات تجاه المتدخلين:

إن مسلك جمعية حماية المستهلك بمناسبة أدائها لمهامها في التحسيس والتوعية، والإشهار المضاد والدعوة للمقاطعة، قد ينطوي على أخطاء بالمفهوم المدني، ويمكن أن تؤدي إلى تحميلها مسؤولية التعويض عن الأضرار الناجمة عنها لمصلحة المتدخل.

– أساس المسؤولية:

في غياب أي رباط تعاقدي بين الطرفين، فإن مسؤولية الجمعيات تقوم على الأساس

التقصيري

وبشكل عام، فإن الخطأ الذي يكون مصدرا لمسؤولية الجمعية لسلك الجمعية يكمن في

الاخلال بـ "الالتزام بالموضوعية والحذر *l'obligation d'objectivité et de prudence*"⁶.

¹ -Nicolas Leblond, Moyens d'actions des consommateurs et riposte des professionnels, JCl. Concurrence – Consommation Fasc. 1210, Cote : 03,2008, Date de fraîcheur : 22 Mai 2008, n° 106.

² -Cass. 2e civ., 16 juin 2005 : D. 2005, p. 1805

³ -Nicolas Leblond, op. cit., n° 106.

⁴ -Guy Raymond, Organisme de défense des consommateurs, n° 57.

⁵ – المادة 124 من القانون المدني: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"

⁶ - Cass. 2e civ., 12 févr. 1986 : D. 1986, p. 158. - TGI Rennes, 10 janv. 1977 : Gaz. Pal. 1977, 2, jurispr. p. 364, note Fourgoux ; par : Nicolas Leblond, op. cit., n° 107.

- أمثلة عن الأخطاء الموجبة للمسؤولية :

تتجلى أخطاء جمعيات حماية المستهلك في صور عدة، يمكن إيراد أمثلة عنها، من واقع الممارسة القضائية في فرنسا¹.

- النقد المبني على معلومات ومعطيات تقريبية أو غير دقيقة، ومحاولة تقديمها على أنها تعبر عن حقيقة المنتج أو الخدمة².

- تقديم معلومات احتمالية وغير مؤكدة على أساس أنها معلومات أكيدة³.

- القيام بحملة تشهير دون الاستناد على أي إثباتات واقعية⁴ بنشر معلومات تفتقر إلى الموضوعية والجدية تتعلق بمنتج ما أو بمؤسسة معينة.

ومن ذلك، أن جمعية لحماية المستهلك في فرنسا حملت المسؤولية على أساس التعسف في الحق في الانتقاد، عندما قامت وبادفع حرصها على حماية مستعملي سيارات صغيرة utilisateurs de voitures في إطلاق حملة تشويه في حق المصنّع على أساس وجود عيب مميت في التصنيع، سببه المكان الذي ركب فيه خزان الوقود، دون القيام بتحقيقات بسيطة ودون محاولة الحصول على شروحه وتوضيحاته قبل إعلان موقفها ذلك، بما كان سيسمح لها بمعرفة أن الصانع قام بتغيير مكان الخزان⁵.

- الاكتفاء في حملة التشهير بتقديم نتائج جزئية عن الخبرة المجرأ على العينات المقتطعة من المنتج⁶، بحيث أن تقديم تلك النتائج يهدف إلى توجيه سلوك المستهلكين لمنتج معين، يتسبب في الضرر لمتدخل يعرض منتج منافس.

¹ -Nicolas Leblond, op. cit., n° 107.

² -TGI Paris, 19 nov. 1980 : D. 1981, jurispr. p. 436, note B. Bouloc et CA Paris 4 mai 1987 : JurisData n° 1987-022726 ; D. 1988, jurispr. p. 283, note C. Debouy et G. Paisant

³ -Cass. 2e civ., 12 févr. 1986, préc.

⁴ -CA Paris, 28 févr. 1989 : D. 1989, somm. p. 333, obs. J.-L. Aubert.

⁵ -TGI Paris, 19 nov. 1980 : D. 1981, jurispr. p. 436, note Bouloc ; "abuse de son droit de critique et engage sa responsabilité l'association qui, soucieuse d'assurer la protection des utilisateurs de voitures présentant un vice de construction prétendument mortel en raison de l'emplacement de leur réservoir, lance une campagne de dénigrement qu'aucun élément probant n'étaye, sur un ton virulent inconciliable avec son devoir d'objectivité, sans procéder à des vérifications simples mais indispensables qui lui auraient permis d'apprendre à ses lecteurs que le constructeur avait changé l'emplacement du réservoir et sans recueillir ses explications et justifications, qu'elle avait le devoir impérieux de réunir avant de divulguer son opinion" (CA Paris, 1re ch., 28 févr. 1989 : Juris-Data n° 1989-020768 ; D. 1989, somm. p. 337, obs. Aubert).

⁶ -CA Paris, 23 janv. 1998 : JurisData n° 1998-020642 ; Contrats, conc. consom. 1999, comm. 30, note G. Raymond.

ب- مسؤولية جمعيات حماية المستهلكين تجاه جمهور المستهلكين:

يتوقف ظهور وتطور هذا النوع من المسؤولية على وعي المستهلكين وإدراكهم لطبيعة الدور الذي تضطلع به جمعيات حماية المستهلكين.

إن الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بطابع المنفعة العمومية يستدعي ويفرض التساؤل عن مدى مسؤوليتها في حالة تقصيرها وعدم سعيها للدفاع عن مصالح المستهلكين في مواجهة المتدخلين، فبالنظر إلى الصلاحيات المعترف بها للجمعيات، وخبرتها في مجال حماية مصالح المستهلك، وتقصيرها مع ذلك في اتخاذ التدابير المعترف لها بها، تكون الجمعية في وضع يشبه "رفض تقديم المساعدة لشخص في حالة خطر"!

وأخطر مما سبق ذكره يكون وضع جمعية حماية المستهلك التي يثبت تواطؤها وتسترها على ممارسات بعض المتدخلين، سواء خشية استغلال نفوذهم لدى الجهات الرسمية، أو خدمة لمصالح شخصية ضيقة.

من جهة أخرى، يمكن أن تثار مسؤولية الجمعية تجاه المستهلك الذي يطلب منها تمثيله والدفاع عن مصالحه لدى متدخل معين، سواء أثناء المرحلة قبل القضائية أو أثناءها، فتخالف التزامها بذلك أو تقصر في بذل العناية المطلوبة في الدفاع عن المصلحة الفردية للمستهلك المعني، ومن ثم مصلحة مجموع المستهلكين.

خلاصة:

يؤخذ على تنظيم موضوع جمعيات حماية المستهلك غياب تنظيم خاص يحكم نشاطها ويحدد وسائل عملها، ويمنحها الضمانات الكافية لذلك، بحكم أن نشاطها يكمل ويغطي على قصور عمل الجهات الرسمية.

ويبقى الدور المهم للجمعيات في مجال الوقاية والتحسيس من الأخطار التي تحيط بالفعل الاستهلاكي، وينتظر من مصالح وزارة التجارة على المستويين المركزي والمحلي أن تستمع لأرائها وتبناها باعتبار أنها تقوم بدور مكمل له، وأن تمدّها بالإمكانيات والوسائل الضرورية لذلك، تجسيدا لمبدأ "الوقاية خير من العلاج"، إذ أن تكلفة فضح الممارسات التجارية غير النزيهة وغير الشفافة تقل بكثير عن تكاليف إصلاح الأضرار التي تلحقها بجمهور المستهلكين.

أما الصلاحيات المعترف بها للجمعيات في مجال التمثيل القضائي فتبقى محدودة جدا، وتتميز - حسب مقاربة قانون حماية المستهلك وقمع الغش- بالطابع الاستدراكي، تقوم على فكرة المطالبة بالتعويض عن الأضرار، ومن الضروري الاعتراف لها بصفة التقاضي لطلب اتخاذ الاجراءات والتدابير الوقائية الاستجالية التي تمكن من تفاذي وقع الضرر في الأصل.