دور جمعيات حماية المستهلك في توعيـة وتحسيس المستهلك لاحتواء تداعيات جائحة كورونـا (كوفيد- 19)

The role of consumer protection societies in educating consumers to contain the repercussions of the Corona pandimic (Covid-19)

كهينة قونان *

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر

kahina.gounane@ummto.dz

تاريخ الاستلام: 01 / 01/ 2021 تاريخ القبول: 30 / 05/ 2022 تاريخ النشر: 13 / 04/ 2023

الملخص :

تعمل جمعيات حماية المستهلك بشكل موازي مع السلطات العمومية، لتطبيق السياسة الصحية، من أجل مواجهة الظرف الاستثنائي الذي يعيشه العالم جراء انتشار فيروس كورونا، الذي لا يعرف له لحد الآن لقاح للوقاية منه، أو دواء لعلاج المرض الناتج عنه، من خلال اتباع برنامج توعوي يركز على الدعوة إلى ضبط سلوك المستهلك، إضافة إلى تزويده بالمعلومات اللازمة لترشيد قراراته نحو الخيارات الأفضل، وتحذيره من الممارسة الخطيرة التي قد تؤدي إلى تفاقم الوضع.

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الدور الذي تمارسه الجمعيات، يبقى محدود الأثر، لن يرقى إلى مستوى

التطلعات، ما لم يتم دعمها ماديا وفنيا، وكذا التقيد بارشاداتها، وتظافر الجهود من أجل محاصرة الجائحة والقضاء عليها.

الكلمات المفتاحية: جمعيات حماية المستهلك، فيروس كورونا، توعية، سلوك استهلاكي، اعلام

Abstract:

Consumer Protection Associations work hand in hand with public authorities to implement an elaborate health policy in order to face the exceptional circumstance that the world is living in due to the spread of the Coronavirus to which no vaccine or drug has been found. The policy is based on establishing an awareness program that focuses on a call to control the consumption behaviour of citizens, in addition to providing them with the necessary information to guide their decisions towards better choices, and warning them against the dangerous practices that may aggravate the situation.

Through this study, we have concluded that the role played by Consumer Protection Associations remains limited in effect in the sense that it does not lift up to the aspirations of society unless such associations are supported financially and technically on the one hand, and their guidelines are followed, and the efforts of all the parties involved are concerted on the other hand in order to surround the pandemic and eliminate it.

keywords: Consumer Protection Associations, the Corona virus, awareness, consumption behaviour, news

المقدمة:

---

* كهينة قونان

يشهده العالم انتشار مرض تسببت فيه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية" كورونا " المعدية ظهر في ديسمبر 2019 في مدينة ووهان وسط الصين، أطلق عليه تسمية: كوفيد- 19، وقد رفعت منظمة الصحة العالمية مرتبة تفشيه من درجة وباء إلى درجة جائحة بتاريخ 11 مارس 2020، واعتبرته حالة طوارئ صحية عالمية تسبب قلقا دوليا، نتيجة سرعة انتشاره، وعدم توفر لقاح أو علاج مضاد له لحد الآن، ما عدى بعض الأدوية المتوفرة المخصصة لأوبئة سابقة، تم الاستعانة بها كبديل مسعف، في انتظار اكتشاف الدواء أو اللقاح المناسب، لذلك تبقى الوقاية السلاح الوحيد لمواجهة هذا الوضع الاستثنائي. على اثر ذلك دعت المنظمة إلى اتخاذ تدابير الطوارئ، وخطط عاجلة لإنقاذ البشر من هذا الفيروس الذي يعتبر علميا الأخطر ضمن سلالة فيروسات كورونا[1].

ولقد غيرّت جائحة "كوفيد-19" العالم، ليتغيّر معه سلوك الأشخاص، وقد طال هذا التغيير سلوك المستهلك الذي ازدادت حاجياته ومتطلباته في ظل انتشار هذا الفيروس، ليغتنم الكثير من المهنيين والباعة هذه الأزمة لاستغلال ضعفه وحاجاته الملحة للسلع والخدمات، فأصبح بذلك عرضة للنصب والاستغلال والزيادة غير المبررة في الأسعار، ناهيك عن لجوئهم إلى التكديس السري للمنتوجات الضرورية، ما دفع بعض المستهلكين إلى اقتناء أضعاف حاجياتهم منها، وادخارها بشكل مفرط خوفا من نفاذها.

وإن كانت الدول، ومن بينها الجزائر التي لم تسلم من هذه الجائحة، قد اتخذت اجراءات وقائية لمواجهة النتائج الوخيمة المترتبة عنها والحد من انتشارها، إلا أن ذلك لا يعفي المستهلك

من مسؤوليته للقيام بدوره في تحقيق هذه الحماية، وقد أثبت الواقع عدم جدوى العمل الفردي في هذا المجال، لذلك كان ولا يزال التكتل في إطار جمعيات تجمع بين النصوص والآليات، هو أفضل وسيلة لمواجهة مثل هكذا ظرف استثنائي لاحتواء تداعياته والتغلب على آثاره.

أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لإنشاء جمعيات حماية المستهلك، وخوّل لها عدة صلاحيات، معترفا بها لأول مرة بموجب القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[2]، والملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[3]، هذا الأخير الذي عرّفها بأنها: **" كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه وتوجيهه و تمثيله**.

كما عرفها القانون رقم 12- 06 المتعلق بالجمعيات[4] ، بأنها:" **تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معا رفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من اجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع**".

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان إلى أي مدى يمكن لجمعيات حماية المستهلك احتواء تداعيات جائحة كورونا والتصدي لآثار الفيروس المسيبب لها، من خلال دورها الوقائي التوعوي، لما له من أهمية في منع وقوع الضرر، تطبيقا لمبدأ الوقاية خير من

العلاج، من خلال اتباع برنامج تحسيسي يركّز على الدعوة إلى ضبط سلوك المستهلك، إضافة إلى تزويده بالمعلومات اللازمة لترشيد قراراته نحو الخيارات الأفضل، وتحذيره من الممارسات الخطيرة التي قد تؤدي إلى تفاقم الوضع.

وعليه، وأمام الظرفية الصعبة والاستثنائية التي فرضتها جائحة كورونا يثار التساؤل الموالي: كيف تساهم جمعيات حماية المستهلك في توعية المستهلك بمختلف التدابير الضرورية للوقاية من الفيروس ومواجهة آثاره؟

لبلوغ أهداف البحث ووصولا إلى حل الإشكالية أعلاه، اعتمدنا المنهج التحليلي، الذي يمكننا من الوقوف على مختلف النصوص القانونية الناظمة للموضوع، والمنهج الوصفي، من خلال إدراج بعض التعاريف كلما اقتضت الحاجة إلى ذلك، معتمدين على خطة مقسمة إلى مبحثين، يتناول الأول دراسة دورها المتمثل في الدعوة إلى ضبط السلوك الاستهلاكي (المبحث الأول)، بينما يخصص الثاني لدراسة دورها في امداد المستهلك بالمعلومات الضرورية للوقاية من آثار الجائحة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الدعوة إلى ضبط سلوك الاستهلاك:

تضطلع جمعيات حماية المستهلك بمهمة الارتقاء بثقافة المستهلك، من خلال الدعوة إلى ضبط السلوك الاستهلاكي لديه، خاصة في مثل هذه الظروف الاستثنائية التي يعيشها العالم بسبب جائحة كورونا (كوفيد – 19)، بهدف زرع الوعي العام لديه، ولتحقيق ذلك تسهر على توعيته بأساليب التعامل السليم للحول

دون تفشيها أكثر (المطلب الأول)، بالاستعانة بوسائل لتمرير رسالتها التوعوية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: ارشاد المستهلك لأساليب التعامل السليم:

تعمل جمعيات حماية المستهلك على توعية المستهلكين، من خلال ارشادهم لأساليب التعامل السليم لتفادي آثار الجائحة، وذلك بتجنب التهافت على الشراء (الفرع الأول)، والتقيد بتدابير السلامة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تجنب التهافت على الشراء:

رافق الإعلان عن الحالات الأولى للإصابات المؤكدة لفيروس كورونا كوفيد - 19، ارتفاع في معدل شراء السلع وتخزينها، خاصة الغذائية منها ومواد التنظيف وأدوات التعقيم، بشكل مبالغ فيه، خشية نفاذها من السوق.

لذلك شدّدت جمعيات حماية المستهلك، في اطار ممارسة دورها التوعوي التحسيسي الذي خولّه اياها المشرع بموجب المادة 21 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر، على تنظيم السلوك الاستهلاكي للمستهلك، حيث دعت الفيديرالية الجزائرية للمستهلكين الى التحوّل من النمط الاستهلاكي التقليدي الذي يقوم على الاستهلاك العشوائي، المستنزف للموارد والمداخيل، الى الاستهلاك الذكي والمسؤول الذي يقوم على ترشيد الاستهلاك والتخفيض الإرادي منه، للمساهمة في استدامة الموارد، والتعامل مع النفقات بشكل عقلاني وادخار بعض المال كلّما كان ذلك ممكنا[5]، كما عملت على طمأنتهم بقدرة السوق على تلبية مختلف حاجياتهم، مكذبة الاشاعات المغرضة حول ندرة بعض السلع، خاصة الغذائية

الضرورية في حياة الجزائريين، كمادة السميد، بعد التهافت الكبير الذي عرفته بعض المناطق لاقتنائها وتخزينها، بحجة نقصها في السوق وإمكانية انقطاعها[6].

كما دعت المستهلكين الى ضبط السلوك الاستهلاكي وعدم التهافت على الشراء، خاصة وأن الجائحة تصادفت مع حلول شهر رمضان الفضيل، ونوّهت إلى ضرورة ضبط قائمة المشتريات مسبقا وتقدير تكلفتها المالية قبل الخروج لاقتنائها وتفادي التسوق في اوقات الذروة، وتفادي اقتناء المواد غير الضرورية، واقترحت أن يتولى فرد واحد من الأسرة الخروج لشراء الحاجيات، مع تجنب التجول في الفضاءات التجارية والإسراع في العودة إلى البيت، وكذا التخلي عن العادات الشرائية غير المفيدة، كاقتناء الأواني المنزلية والحلويات وغيرها من المواد الكمالية[7].

الفرع الثاني: التقيّد بتدابير السلامة:

تهدف جمعيات حماية المستهلك إلى الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي وترشيده، بما يتناسب مع مقتضيات واشتراطات الصحة العامة[8]، وفي هذا السياق كانت أول المبادرين بالمطالبة باتخاذ التدابير الوقائية العاجلة للحد من انتشار فيروس كورونا، إذ دعت المستهلكين إلى عقلنة عملية الاستهلاك، من خلال الابتعاد عن بعض السلوكات المنافية لتدابير السلامة، كالاصطفاف في طوابير طويلة وعشوائية، والتي لا يتم الالتزام فيها بمسافة التباعد الجسدي (1 متر على الاقل)، مع التقيد بارتداء الكمامات واستخدام المطهرات بانتظام وتعقيم النقود،

وتجنب الملامسة المتكررة لمنتوجات العرض، خاصة لما يتعلق الأمر ببعض النشاطات غير المضبوطة ومن الصعب التحكم فيها، كتجارة الملابس والأحذية، والتي تعرف اكتضاضا وبالتبعية خرق لشروط الوقاية الصحية، خاصة التباعد الاجتماعي.

المطلب الثاني: تعبئة وسائل الاعلام لتمرير الرسالة التوعوية:

تعتمد جمعيات حماية المستهلك من خلال حملاتها التحسيسية والتوعوية بشكل عام وفي هذا الظرف بشكل خاص، على عدة وسائل لتوعية وتحذير المستهلكين، تناولتها المادة 24 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات، والتي يمكن تقسيمها إلى وسائل سمعية بصرية (الفرع الأول)، ووسائل مكتوبة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: وسائل الإعلام السمعية البصرية:

تلجأ جمعيات حماية المستتهلك في سبيل ايصال رسالتها التوعوية، إلى الوسائل السمعية البصرية، كالراديو والتليفزيون والانترنت، خاصة أمام صعوبة الاتصال المباشر بالمستهلكين امتثالا لإجراءات وتدابير الحجر الصحي[9]، وفي هذا السياق نوّهت إلى ضرورة اعتماد استراتيجية اعلامية، قائمة على تكثيف البرامج التحسيسية ينشطها أطباء وخبراء لنشر الوعي الصحي، خلال فترة الحجر المنزلي نظرا لقدرها على الوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين[10]، كما سجّلت لها عدّة تدخلات

عبر الحصص الإذاعية، التي تبثّ على أمواجها حملاتها التحسيسية[11].

لكن بالرغم من المجهودات التي تقوم بها الجمعيات في هذا الصدد، إلا أنها تبقى عاجزة عن الاستفادة وبشكل كاف من خدمات المحطات التلفزيونية، نظرا للعراقيل التي تواجهها من بيروقراطية وافتقار للوسائل المادية الكافية، التي تمكنها من تمويل الإعلانات الخاصة بتوعية المستهلك، وبثها بشكل دائم ومستمر[12].

كما يشار إلى نشاطها البارز عبر وسائل الاتصال الاجتماعي، هذه الأخيرة التي شهدت اقبالا واسعا من قبل المستهلكين في هذه الظرفية الاستثنائية التي يعيشها العالم، والذي يحتل فيها الفيسبوك حصة الأسد، لما يشهده من شعبية باعتباره وسيلة اتصال جماهيري[13]، وكذا تثقيفي وتوعوي أثبت الواقع نجاعته واسهامه في ايصال الرسائل[14]، من بينها الرسالة التوعوية والحملات التي تقوم بها الجمعيات لفائدة المستهلكين، من أجل احترام التدابير الوقائية للحد من انتشار الفيروس، وتذكيرهم بها بشكل مستمر، خاصة في المناطق التي تشهد تجمع المواطنين والمحلات التجارية[15].

الفرع الثاني: وسائل الإعلام المكتوبة:

تعتمد أيضا جمعيات حماية المستهلك حتى تكون على اتصال بالمستهلك وتوعيته بخطورة الوضع وضرورة التقيد بالتدابير الوقائية، على وسائل الاعلام المكتوبة، المتمثلة في الجرائد واللافتات والملصقات، والمجلات المتخصصة.

وفي هذا الصدد، يلاحظ بروز بعض المجلات المتخصصة في الجزائر، يذكر على سبيل المثال مجلة صوت المستهلك الصادرة عن الجمعية الوطنية لترقية وحماية المستهلك لولاية البليدة، مجلة العيون، وهي مجلة دورية تصدر عن جمعية حماية وإرشاد المستهلك وبيئته، لولاية وهران، كما تصدر عنها أعداد خاصة، كالنشرية الخاصة بشهر رمضان، والمتظمنة مجموعة من النصائح الإرشادية حول العادات الاستهلاكية السيئة، التي تكثر في هذا الشهر الكريم، وكذا مجلة المستهلك، التي تصدر عن جمعية حماية المستهلك لولاية برج بوعريريج، بالتنسيق مع مديرية التجارة للولاية[16].

ومن بين المجلات المشهورة على المستوى الدولي في هذا المجال، يذكر مجلة " ماذا تختار" وكذا مجلة " ستون مليون مستهلك"، الصادرتين عن أكبر تجمّع للجمعيات المستهلكين في فرنسا، المعروف بالإتحاد الفيدرالي للمستهلكين، وتتضمن معلومات مختلفة في مجال الاستهلاك[17].

ويشار إلى أنه بالرغم من اجابيات الوسائل المكتوبة، ومساهمتها في نشر الوعي والعلم في مجتمع المستهلكين، إلا انها لا تحقق الوعي الاستهلاكي المطلوب، نظرا لصعوبة إيصالهاا إلى كافة االمستهلكين، خاصة وأنها عادة ما توزّع في المدن، ممّا يحرم المستهلك القاطن في القرى من الاطلاع عليها.

إضافة إلى أن المستهلك الجزائري، لم يصل بعد إلى درجة الوعي والثقافة الاستهلاكية لاقتناء مثل هذه االنشرات والمجلات المتخصصة، زيادة على تعذر الجمعيات تحمل تكاليف هذه الوسائل بصورة منتظمة.

المبحث الثاني: امداد المستهلك بالمعلومات الضرورية للوقاية من آثار الجائحة

تمارس جمعيات حماية المستهلك دورها الإعلامي في ظل جائحة كورونا كوفيد- 19، من خلال احاطة المستهلك بجميع المعلومات والمعارف المتعلقة بالسلع والخدمات المعروضة عليه (المطلب الأول)، بالإضافة إلى التحذير من مخاطر المنتوجات غير المطابقة التي قد تؤدي إلى تفاقم الوضع (المطلب الثاني).

المطلب الأول: إحاطة المستهلك بالمعلومات والمعارف المتعلقة بالسلع والخدمات:

تسعى جمعيات حماية المستهلك إلى احاطة المستهلك بالمعارف العلمية والقانونية التي تضمن له الحماية، لمساعدته على المفاضلة والاختيار الأنسب للمنتوجات (الفرع الأول)، زيادة على تبصيره بالطريقة المثالية لاستعمال المنتوجات (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مساعدة المستهلك على المفاضلة والاختيار الأنسب للمنتوجات:

تضطلع جمعيات حماية المستهلك على ترقية نوعية المستهلك[18]، وفي سبيل ذلك تعمل على تزويد المستهلكين بالمعلومات اللازمة حول المنتوجات وذلك لمساعدته على المفاضلة والاختيار الأنسب، بالشكل الذي يتماشى مع رغبته وتكريس حقه في الإختيار، وتبصيره بأحسن وأجود العروضات، ما يسمح له بتوفير الوقت والجهد[19].

يظهر هذا الدور في ظل الجائحة التي يعرفها العالم، من خلال التعريف بالمنتوجات خاصة التي تقيه من الفيروس، كالكمامات، تزامنا مع الوضع الصحي الحرج، والتي حاولت الجزائر كغيرها من الدول اتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية المستعجلة والإجراءات الصارمة[20]، من بينها اصدار المرسوم التنفيذي رقم 20- 127 الذي يحدد التدابير التكميلية للوقاية من انتشار فيروس كورونا ومكافحته[21]، والذي الزم في مادته 13 مكرر1، كل ادارة ومؤسسة تستقبل الجمهور وكذا كل شخص يمارس نشاطا تجاريا أو يقدم خدمات بأي شكل من الأشكال بالامتثال لهذا الالتزام بارتداء القناع الواقي وفرض احترامه بكل الوسائل بما في ذلك الاستعانة بالقوة العمومية.

لذلك طالبت الجمعيات بشكل رسمي في حوار أجراه ممثلها عبر الإذاعة جميع المواطنين بارتداء الكمامة واعتبرته أمرا حتميا، يستطيع بناء عليه المفاضلة والاختيار الأنسب بين أنواع الكمامات الأكثر فعالية[22]، ويتعلق الأمر بالكمامات الطبية FFP2 ويتم ارتداؤها من طرف الأطباء والعاملين في مجال الصحة، حيث توفّر حماية كبيرة وكبح دخول جزئيات الهواء الصغيرة بنسبة 95%، أو النوع الثاني الذي يعتبر الأكثر استعمالًا وهي الكمامات الجراحية، والتي يتم ارتداؤها لمرة واحدة في اليوم، وهي مصنوعة في العادة من 03 طبقات من الورق أو القماش، وبإمكان هذه الكمامات مقاومة الرذاذ المنبعث من السعال أو العطاس، ولكنها لا توفر حماية من الجزيئات الفيروسية التي لا يتجاوز حجمها 100 نانومترا (النانومتر هو واحد من المليار من المتر)، إيما ولاكوت، أي نوع من الكمامات يوفر أكبر قدر من الحماية[23].

أما النوع الثالث من الكمامات والتي تعد أقل حماية من سابقاتها فهي الكمامات الورقية، التي توفر راحة شخصية ضد الغبار لكنها لا تمنع دخول الفيروسات الدقيقة، وفي حال لم تتوفر الكمامات الطبية، فيمكن للمستهلك استخدام كمامات بديلة من القماش ومطابقة للمعايير الصحية[24].

الفرع الثاني: توضيح الطريقة المثالية لاستعمال المنتوجات:

تعتبر جمعيات حماية المستهلك أداة فاعلة ومنظمة، تسعى إلى الارتفاع بمستوى جودة وكفاءة السلع والخدمات، حيث تعمل على تزويد المستهلكين بالمعلومات اللازمة لترشيد استعمالها والاستفادة منها بشكل أفضل[25].

تبرز أهمية هذا الدور أكثر في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد، حيث يتعين عليها توضيح الطريقة الصحيحة لاستعمال بعض المنتوجات، كتوضيح طريقة وضع الكمامات، من خلال التأكيد على تثبيتها بالشكل الصحيح وبإحكام جيد، للتمكن من التنفس بشكل طبيعي، على أن يتم استبدالها دائماً عندما تصبح رطبة، وكذا التنويه إلى ضرورة تغييرها في حالة الاختلاط بشخص مصاب بالفيروس، نظرا لتلوث مقدمة الكمامة، وذلك دون لمسها من الأمام والتخلص منها على النحو السليم، مع فرك اليدين مباشرة بمطهر كحولي أو غسلهما بالماء والصابون،

وتصحيح بعض الأفكار المرتبطة باستعمالها، كتوضيح أن استخدام الكمامات الطبية لفترة طويلة لا يسبّب التسمم بثاني أكسيد الكربون أو نقص الأكسجين، إذا تمّ ارتداؤها على النحو السليم[26].

وفي هذا الإطار، توصلت جمعية المستهلكين الفرنسية "إي إف سي كي شوازير" بعد سلسلة تجارب إلى أن الكمامات المستعملة يمكن إعادة استخدامها عشر مرات بعد غسلها في درجة حرارة لا تقل عن 60 بالمئة. كما تظل الأقنعة أيضًا قابلة للتنفس بدرجة كافية بحيث يمكن ارتداؤها لعدة ساعات بكل ارتياح[27].

ينطبق الوضع أيضا بالنسبة لمواد التعقيم، أين توصلت بعض الأبحاث إلى أن استخدامها بطريقة غير صحيحة أو بكميات غير مناسبة، يقلل من فعاليتها، بل وقد يجعلها خطيرة نتيجة لتوابعها الصحية السلبية، فبحسب بعض التقارير غالبا ما تكون المواد المعقمة مسببة للأورام السرطانية أو للحساسية، نتيجة لاحتوائها على بعض العناصر والمكونات مثل التريكلوسان والتريكلوكاربان "[28]، حيث نشر تقرير في المجلة العلمية آفاق الصحة البيئية، موضوعه المخاطر الصحية الناجمة عن استعمال هذين المكونين أوضح فيه المؤلفون آثارهما الخطيرة على الصحة[29].

كما تم التوصل إلى أن معقمات اليدين لن تكون فعالة، إذا ما كانت اليد مغطاة بالشحوم أو الدهون على سبيل المثال بعد الطهي أو العمل في الحديقة أو ممارسة الرياضة[30].

لذلك على الجمعيات في اطار دورها التوعوي، أن تحرص على توجيه ولفت انتباه المستهلكين، بضرورة التقيد بالطريقة الصحيحة لاستعمال المنتوجات، خاصة تلك التي لها علاقة مباشرة بالصحة، على النحو الموصى به.

المطلب الثاني: تحذير المستهلك من الآثار الضارة لبعض المنتوجات على صحته:

تسعى جمعيات حماية المستهلك في إطار توفير المعلومات الضرورية للمستهلك للوقاية من فيرويس كورونا، إلى تحذيره من الآثار الضارة لبعض المنتوجات على صحته، من خلال تنبيهه إلى خطورة بعض الممارسات (الفرع الأول)، ومراقبة مدى توافر الوسم والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتجات المعروضة، وتحذيرهم من تلك التي يثبت عدم مطابقتها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تنبيه المستهلك إلى خطورة بعض الممارسات المضرة بسلامته:

أدت حالة الذعر من تفشي فايروس كورونا، بالمستهلكين إلى التهافت على اقتناء العديد من السلع، خاصة وسائل التنظيف وأدوات التعقيم والمطهرات بكميات كبيرة وتخزينها خشية نفادها، واستعمالها بشكل عشوائي وبكميات هائلة حرصا على القضاء على الفايروس، مما أوقع الكثير في مشكلات صحية أوشكت أن تودي بحياتهم، خاصة بعد تداول العديد من الخلطات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

لذلك أكّدت الجمعيات ممثلة في المنظمة الجزائرية لحماية وارشاد المستهلك ومحيطه، عبر صفحتها الرسمية، على ضرورة الابتعاد عن تلك الممارسات، ودعت إلى تجنّب الخلطات والاكتفاء بمزج ماء الجافيل مع المياه للتنظيف أو استعمال كحول مطهر دون خلطه مع المحاليل الحمضية، لما قد ينجم عنها من ضرر على الصحة، سواء أثناء تحضيرها أو بعد استعمالها للتطهير، فقد ثبت مثلا أن مواد التنظيف التي تضاعف استعمالها في هذا الظرف تحتوي على عناصر كيميائية خطيرة على صحة الإنسان، حتى بالشم فقط وليس بالملامسة، بالإضافة إلى التدهور في وظائف الرئة مع مرور الوقت، كما ثبت أن مادة الكلور وهي الأكثر استعمالا، تحدث حروقا على مستوى الجلد، قد تصل لتورمات عند الإفراط في استخدامها دون واقيات. إذ تتسبب في تهيج الجلد وتقرح البشرة[31].

بناء على ذلك دعت الجمعيات إلى ترشيد استخدام وسائل التنظيف، وضرورة استعمالها مع أساليب الوقاية كارتداء القفازات، مؤكدة على التقليل منها، ووضحت أن كل ما يحتاج إليه الشخص في هذه الأزمة، هو المبيِّض وصابون اليد للتنظيف وتطهير المنزل.

الفرع الثاني: لفت نظر المستهلك إلى المنتوجات غير المطابقة:

كشف الوضع الراهن الذي يعيشه العالم في ظل جائحة كورونا، عن كيفية تكيّف واستغلال المحترفين والباعة لاحتياجات المستهلكين بشكل متزايد، للاحتيال عليهم بالترويج للكثير من المنتجات المزيفة، بما في ذلك أدوات الحماية الصحية.

وفي هذا الإطار، تعمل جمعيات حماية المستهلك على لفت نظر

المستهلك إلى المنتوجات غير المطابقة، بعد تقييم السلع والخدمات، ومراقبة مدى توافرها على الوسم والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتجات المعروضة، وتحذيرهم من تلك التي يثبت عدم مطابقتها، على غرار الكمامات المخالفة للشروط الصحية، والتي بها عيوب في التصنيع أو المواد الخام، والتي لا تحمي من الفيروس، بل تكتم الأنفاس وتجعل من يرتديها يتنفس الزفير الذي يخرجه، وفي هذا السياق دعت المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك، إلى وقف استعمال الكمامات الإسفنجية أو المعروفة بـ: " النينجا" والتي تعرف رواجا كبيرا، بعد تحققها من عدم مطابقتها للمواصفات الصحية، مؤكدة في صفحتها الرسمية على خطورتها وامكانية تسببها في زيادة تفشي الوباء، بعدما ثبت أن ارتداءها من عدمه لا يشكل فرقا، نتيجة طبيعة نسيجها الذي لا يقي من الفيروسات[32].

وفي نفس السياق، وفي اطار التحقيقات والتحريات التي تقوم بها المنظمة، وبعد التعاون مع المصالح المركزية والخارجية لوزارة التجارة، حذّرت المنظمة من استعمال سائل كحولي معقم مغشوش وغير مطابق، مقلد لعلامة عالمية تحت اسم HiGreen للمنتوج الأصلي الذي يحمل علامة HiGeen بعدما ثبت لها من خلال الوسم المرفق به اشتماله على نسبة الكحول 60% وهي نسبة غير قانونية ولا تحمي من فيروس كورونا، اضافة إلى اشتماله على عنوان وهمي ورقم اعتماد خاطئ، لا يتماشى مع اسم العلامة، والذي تم الترخيص بتسويقه بموجب رخصة مزورة[33].

الخاتمة:

ترتّب على انتشار جائحة كورونا " كوفيد - 19" الّتي يشهدها العالم، اتخاذ الدول عدّة قرارات بهدف الحد من انتشار هذا الفيروس الخطير ومجابهته لحماية أرواح الأشخاص وسلامتهم، وفي محاولة للإحاطة بالفيروس والسيطرة عليه والحد من انتشاره، اتخذت السلطات العمومية الجزائرية كغيرها من الدول مجموعة من التدابير الوقائية.

ومن خلال هذه الدراسة تبين لنا الدور البارز لجمعيات حماية المستهلك في ضمان تطبيق السياسة الصحية لمواجهة هذا الفيروس من خلال اتباع برنامج يهدف إلى الارتقاء بالثقافة الاستهلاكية للمستهلك، في ظل هذه الظروف الاستثنائية، بالتركيز على ضبط السلوك الاستهلاكي عن طريق ارشاده لأساليب التعامل السليم معتمدة في ذلك على وسائل اعلامية لتمرير رسالتها التوعوية.

كما يحتّم عليها دورها التوعوي تزويد المستهلكين بالمعلومات اللازمة لترشيد قراراتهم نحو الخيارات الأفضل، وتحذيرهم من الممارسة الخطيرة التي قد تؤدي إلى تفاقم الوضع .

لكن هذا الدور الذي تمارسه الجمعيات، يبقى محدود الأثر لا يرقى إلى مستوى التطلعات، نتيجة افتقادها للتنظيم القانوني الكافي والدعم المالي اللازم، إذ تواجه صعوبة في الولوج إلى وسائل الإشهار على نطاق واسع، كما هو الشأن بالنسبة للمهنيين، لأن ذلك يتطلب مصاريف باهظة.

يضاف إلى ذلك، اختلاف مستويات المعرفة لدى المستهلكين الذين يجهلون ما يكفله لهم القانون من حماية، ويفتقرون إلى ثقافة استهلاكية تجعلهم لا يولون اهتماما لمجهودات ونشاطات تلك الجمعيات، والحملات التوعوية الداعية إلى التعقل الاستهلاكي.

افتقار جمعيات حماية المستهلك لوسائل أمنية، تمكنها من أداء دورها في جو من الاطمئنان، لتواجه بها اعتداءات واهانات المهنيين، على غرار أعوان قمع الغش.

لذلك يتعين تدعيم المنظومة القانونية في مجال حماية المستهلك بتدابير إضافية، تعمل على تعزيز الدور الوقائي التوعوي لجمعيات حماية المستهلك، خاصة في مثل هكذا ظروف، وفي سبيل ذلك يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- تخصيص موارد مالية قادرة على تسيير أنشطة الجمعيات، والتي تمكنها من القيام والمساهمة المستمرة في مواكبة احتياجات المستهلك، وتوعيته والدفاع عن مصالحه.
- وضع في متناول الجمعيات مختلف وسائل الاتصال التابعة للدولة، حتى تتمكن من إيصال المعلومات إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص.

- تسهيل دور الجمعية في القيام بمهمتها، وتقوية جهازها الإداري، بالزيادة في أطرها المتخصصة وإتاحة لهم الظروف اللازمة، لكي يقوموا بدورهم على حسن وجه.

ولكي يتم الوصول لحماية مثالية للمستهلك، يجب عدم إغفال الدور الذي يمكن أن يقوم به المستهلكين أنفسهم، باتخاذهم المبادرة بتأسيس جمعيات هدفها حمايتهم.

تبقى الإشارة إلى أن جميع أفراد المجتمع مطالبون بتحمل المسؤولية ودعم جهود الدولة في هذا المجال للتصدي للجائحة، والسيطرة على انتشار الفيروس قدر الامكان، من خلال التقيد بالتعليمات، وارشادات الجمعيات وتوخي الحذر لدى التسوق، والحرص على تنظيم أوقات الخروج؛ لشراء الاحتياجات المنزلية، والتركيز على شراء منتجات أكثر صحية، مثل الخضر والفواكه، والتقليل من الإقبال على السلع الكمالية.

كما ندعوا المحترفين إلى عدم التوان عن فرض إجراءات صارمة، من أجل حماية زبائنهم، والعاملين لديهم مع التركيز على تشجيع المستهلكين إلى المبادرة في رصد الخروقات والتبليغ عنها.

الهوامش:

1- هوي فانج، دليل الوقاية من فيروس كورونا المستجد، المستقبل الرقمي، ترجمة دار النشر المستقبل الرقمي، بيروت، لبنان، 2020 ،ص 10

2- قانون رقم 89-02 مؤرخ في07 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية رقم 06، صادر في 08 فيفري 1989، (ملغى)، الجزائر.

3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، صادر في 08 مارس 2009، معدل ومتمم بالقانون رقم 18- 09 مؤرخ في 10 جوان 2018، جريدة رسمية رقم 35، صادر في 13 جوان 2018، الجزائر.

4- قانون رقم 12- 06 مؤرّخ في 12 جانفي 2012، يتعلّق بالجمعيات، جريدة رسمية رقم 02، صادر في 15 جانفي 2012، الجزائر.

5- الفيديرالية الجزائرية للمستهلكين تصدر مجموعة من التوصيات لمواجهة جائحة كورونا، محمول من الموقع: http://www.aps.dz/ar/economie/86493-2020-04-23-17-57-08، منشور بتاريخ: 23أفريل 2020، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/09/10.

6- مريم والي، حماية المستهلك " تنتقد السلوكات السلبية للمستهلكين والتجار، محمول من الموقع: https://www.eldjazaireldjadida.com، منشور بتاريخ: 29 مارس 2020، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 10 سبتمبر 2020.

7- الفيديرالية الجزائرية للمستهلكين تصدر ...، مرجع سابق.

8- حسام توكل موسى، التنظيم القانوني للجمعيات الأهلية في مصر" جمعيات حماية المستهلك نموذجا، بدون دار نشر، مصر، 2016، ص 25.

9- محمد قديري، دور جمعيات حماية المستهلك في توعية وتحسيس المستهلكين للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، عدد خاص، سلسلة اصدارات مجلة القانون والأعمال الدولية، الاصدار الخامس، آثار جائحة كورونا على القانون تشريعا وممارسة – دراسة متقاطعة-، 2020، جامعة الحسن الأول، المغرب، ص 158.

10- من بين الحصص التلفزيونية الجزائرية التي تعنى بقضية المستهلكين وحمايته، نجد حصة مجلة المستهلك، التي كانت تبث من سنة 2016 إلى 2018، وبرنامج المستهلك الذي يبث حاليا.

11- كإذاعة الجزائر التي بثت بتاريخ 2020/06/26 حصة شدّد من خلالها رئيس جمعية حماية المستهلك مصطفى زبدي على تنظيم سلوكات المستهلك في ظل جائحة كورونا التي تمر بها بلادنا، معتبرا الالتزام بالمسؤولية في مثل هذه الظروف واجب وطني وأخلاقي لحفظ النفس.

12- معمر بوشقيف، حماية المستهلك، جمعيات حماية المستهلك في الجزائر، الجزائر، 2019، ص 27.

13- أجرت شركة أبحاث بريطانية مسماة "كنتار" "Kantar" دراسة، نشرت على اثرها تقريرًا في 25 مارس 2020 يسلط الضوء على تطور سلوك المستهلك حول العالم في مواجهة الأزمة الصحية التي نمر بها، منذ بداية أزمة Covid-19. أظهرت الزيادة في تصفح الويب: ب 70٪ في أيام قليلة، كما زاد استهلاك التلفاز بنسبة 63٪.، واستخدام الشبكة بنسبة 61٪. بينما سجل تطبيق الواتساب WhatsApp زيادة معتبرة من بين الشبكات الاجتماعية. حيث عرف زيادة بنسبة 40٪ في الاستخدام، مع أكثر من 2 مليار مستخدم، في حين حقق تطبيق الفيسبوك الرقم القياسي باعتباره أكثر الشبكات الاجتماعية استخدامًا في العالم، لتفاصيل أكثر الرجوع إلى:
Valentin CIMINO, Covid-19 : Quels impacts sur le comportement des consommateurs ?. Voir sur :
https://siecledigital.fr/2020/03/29/covid-19-quel-impact-sur-le-comportement-des-consommateurs/ Publié le 29 Mars 2020, Consulté le 06 juin 2020.

14- عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب، دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار فيسبوك كورونا والتوعية الصحية نموذجا، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد 02، عدد 02، 2020، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، ص 296 .

15- كالصفحة الخاصة بالمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك، التي تنشط بشكل كبير بهدف تثقيف المستهلكين وحثهم على الاستهلاك الرشيد وتنبيههم إلى قواعد النظافة، وتعريفهم بحقوقهم والدفاع عنهم والتصرف بأكثر يقظة وأكثر شدة تجاه التجار، كما تنشر نشاطاتها في الميدان، من إقامة

معارض وقوافل والإدلاء بحوارات صحفية والمشاركة في برامج إذاعية أو المقالات في الجرائد...الخ.

16- نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر – دور وفعالية- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، قسنطينة، 2013، ص ص 86- 87

17- نور الدين الفلاق، حماية المستهلك بين حراك المقاطعة وفعالية الجمعيات على ضوء التشريع المغربي، محمول من الموقع: https://www.maroclaw.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 09 فيفري 2020.

18- رحيمة شلغوم، قانون الاستهلاك، حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري، بيت الأفكار للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.

19- خيرة بن سالم، محمد جغام، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الإجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، عدد 14، أفريل، 2017، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 165.

20- Karima ALLA, Un Droit Pénal " Ordinaire" Pour Faire Face Au Covid-19 ,Annales de l'université d'Alger, Volume :34 -N° spéciale :loi et pandémie covid 19, 2020, P 821

21- مرسوم تنفيذي رقم 20- 127 مؤرخ في 20 ماي 2020، يعدّل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 20-70 مؤرخ في 24 مارس 2020 الذي يحدد التدابير التكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد - 19) ومكافحته، جريدة رسمية رقم 30، صادر في 21 ماي 2020، الجزائر.

22- مصطفى زبدي للإذاعة : سعر الكمامة الحقيقي لا يتجاوز الـ 15 دينار، محمول من الموقع: https://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20200526/193987.html، منشور بتاريخ 26 ماي 2020 تم الإطلاع عليه بتاريخ: 11ديسمبر 2020.

23- https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-52822666

24- لتفاصيل أكثر الرجوع إلى: الملاح زينب، كل ما تريد معرفته عن الكمامات الطبية... الأنواع وطرق الاستخدام الصحيحة، الرجوع إلى الموقع:
https://www.noonpost.com/content/36489، منشور بتاريخ: 28 مارس 2020، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 11 ديسمبر 2020.

25- عمر السكتاني، جمعيات حماية المستهلك: المكاسب والإكراهات، مؤلف جماعي حول حماية المستهلك، مطبعة فارير سلطات، المغرب، 2020، ص ص 170- 171.

26- Chloé MARRIAULT, Les masques protègent-ils vraiment contre les virus, / Publié le 24 Janvier 2020, Consulté le 11 Novembre 2020**, Voir sur :**
https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/77639/reader/reader.html#! preferred/1/package/77639/pub/110057/page/5

27- Anne-Laure FREMONT, Covid-19 : les autorités sanitaires mettent en garde contre le lavage des masques chirurgicaux en machine, Voir sur : https://www.lefigaro.fr/sciences/les-masques-chirurgicaux-sont-lavables-

en-machine-assure-l-ufc-que-choisir-20201111, Publié le 11 Novembre 2020 Consulté le : 11 Novembre 2020.

28- Emile CAILLEAU**,** Faut-il se méfier des gels hydroalcooliques ,Voir sur: https://www.topsante.com/medecine/environnement-et-sante/perturbateur-endocrinien/faut-il-se-mefier-des-gels-hydroalcooliques-618602. Publié le 06 Mars 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.

29- Rolf U. Halden, Avery E. Lindeman, Allison E. Aiello, David Andrews, William A. Arnold, Patricia Fair, Rebecca E. Fuoco, Laura A. Geer, Paula I. Johnson, Rainer Lohmann, Kristopher McNeill, Victoria P. Sacks, Ted Schettler, Roland Weber, R. Thomas Zoeller, and Arlene Blum, The Florence Statement on Triclosan and Triclocarban, ,Voir sur: https://ehp.niehs.nih.gov/doi/full/10.1289/EHP1788, Publié le: 24 Janvier 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.

30- Manal MOHAMMED, Coronavirus : tous les désinfectants pour les mains ne se valent pas. Voir sur : https://www.ouestfrance.fr/leditiondusoir/data/82936/reader/reader.html#!preferred/1/package/82936/pub/117254/page/6 , Publié le: 16 Mars 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.

31- لتفاصيل أكثر حول خطورة مادة الكلور الرجوع إلى: كريم حسن: هاني الناظر يحذر من استخدام الكلور في تطهير الأيدي، محمول من الموقع: https://www.elconsolto.comD8%A7%D9%84%D8%A2%D9%85%D9%86%D8%A9، منشور بتاريخ: 20 مارس 2020، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 09/ ديسمبر 2020.

32- محمد ي، منظمة حماية المستهلك : كمامات " النينجا" غير مطابقة للمعايير الصحية وعلى الوزير التدخل، محمول من الموقع: https://www.akhbardzair.com/ar/، منشور بتاريخ: 07 أوت 2020، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 12 سبتمبر 2020.

33- https://www.facebook.com/apoce.algerie./

قائمة المصادر و المراجع المعتمد عليها:

أولا: باللغة العرلابية

الكتب:

1- حسام توكل موسى، التنظيم القانوني للجمعيات الأهلية في مصر" جمعيات حماية المستهلك نموذجا، بدون دار نشر، مصر، 2016.
2- رحيمة شلغوم، قانون الاستهلاك، حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري، بيت الأفكار للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.
3- عمر السكتاني، جمعيات حماية المستهلك: المكاسب والإكراهات، مؤلف جماعي حول حماية المستهلك مطبعة فارير سلطات، المغرب، 2020.
4-معمر بوشقيف، حماية المستهلك، جمعيات حماية المستهلك في الجزائر، الجزائر، 2019.
5- هوي فانج، دليل الوقاية من فيروس كورونا المستجد، المستقبل الرقمي، ترجمة دار النشر المستقبل الرقمي، لبنان، 2020.

المقالات:

1- خيرة بن سالم، محمد جغام، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة
الإجتهاد القضائي، عدد 14، 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
2- عمر بن عيشوش، بوسرسوب حسان، دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار فيسبوك كورونا والتوعية الصحية نموذجا، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد 02، عدد 02، 2020، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر.
3- محمد قديري، دور جمعيات حماية المستهلك في توعية وتحسيس المستهلكين للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، عدد خاص، سلسلة اصدارات مجلة القانون والأعمال الدولية، الاصدار الخامس، آثار جائحة كورونا على القانون تشريعا وممارسة – دراسة متقاطعة- 2020، جامعة الحسن الأول، المغرب.

مذكرة ماجستير:
نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر – دور وفعالية- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، قسنطينة، الجزائر، 2012/ 2013.

النصوص القانونية:

القوانين:
1- قانون رقم 89-02 مؤرخ في07 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية رقم 06، صادر في 08 فيفري 1989، (ملغى)، الجزائر.
2- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، صادر في 08 مارس 2009، معدل ومتمم بالقانون رقم 18- 09 مؤرخ في 10 جوان 2018، جريدة رسمية عدد 35، صادر في 13 جوان 2018، الجزائر.
3- قانون رقم 12- 06 مؤرّخ في 12 جانفي 2012، يتعلّق بالجمعيات، جريدة رسمية رقم 02، صادر في 15 جانفي 2012، الجزائر.

مرسوم تنفيذي:
مرسوم تنفيذي رقم 20- 127 مؤرخ في 20 ماي 2020، يعدّل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 20-70 مؤرخ في 24 مارس 2020 الذي يحدد التدابير التكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد - 19) ومكافحته، جريدة رسمية رقم 30، صادر في 21 ماي 2020، الجزائر.

ثانيا: باللغة الفرنسية:

1- Karima ALLA , Un Droit Pénal " Ordinaire" Pour Faire Face Au Covid-19 ,Annales de l'université d'Alger, Volume :34 -N° spéciale :loi et pandémie covid 19, 2020, P 821

2- Chloé MARRIAULT, Les masques protègent-ils vraiment contre les virus, / Publié le 24 Janvier 2020, Consulté le 11 Novembre 2020 , Voir sur : https://www.ouest- france.fr/leditiondusoir/data/77639/reader/ reader.html#! preferred/1/package/77639/pub/110057/page/5

3- Anne-Laure FREMONT, Covid-19 : les autorités sanitaires mettent en garde contre le lavage des masques chirurgicaux en machine, Voir sur : https://www.lefigaro.fr/sciences/les-masques-chirurgicaux-sont-lavables-en-machine-assure-l-ufc-que-choisir-20201111, Publié le 11 Novembre 2020 Consulté le : 11 Novembre 2020.

4- Emile CAILLEAU, Faut-il se méfier des gels hydroalcooliques,Voir sur: https://www.topsante.com/medecine/environnement-et-sante/perturbateur-endocrinien/faut-il-se-mefier-des-gels-hydroalcooliques-618602. Publié le 06 Mars 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.

5- Rolf U. Halden, Avery E. Lindeman, Allison E. Aiello, David Andrews, William A. Arnold, Patricia Fair, Rebecca E. Fuoco, Laura A. Geer, Paula I. Johnson, Rainer Lohmann, Kristopher McNeill, Victoria P. Sacks, Ted Schettler, Roland Weber, R. Thomas Zoeller, and Arlene Blum, The Florence Statement on Triclosan and Triclocarban, ,Voir sur: https://ehp.niehs.nih.gov/doi/full/10.1289/EHP1788, Publié le: 24 Janvier 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.

6- Manal MOHAMMED, Coronavirus : tous les désinfectants pour les mains ne se valent pas. Voir sur : https://www.ouestfrance.fr/leditiondusoir/data/82936/reader/reader.html#! preferred/1/package/82936/pub/117254/page/6 , Publié le: 16 Mars 2020, Consulté le 11 Novembre 2020.