

دور جمعيات حماية المستهلك في ترشيد وحماية المستهلكين

The role of consumer protection associations in rationalizing and protecting consumers

*
نادية لاكلي

معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير/قسم الحقوق

المركز الجامعي بلحاج بوشعيب / عين تموشنت/الجزائر

مخبر القانون الإقتصادي والبيئة/جامعة وهران 2/ الجزائر.

lakli.nadia@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/09/15

تاريخ القبول: 2020/07/20

تاريخ الاستلام: 2020/04/05

الملخص :

يعتبر المستهلك عنصرا جوهريا لتحريك السوق، غير أنه يشكّل الطرف الضعيف في علاقته التعاقدية مع المهنيّ باعتبار أن عقود المستهلك تصنّف ضمن عقود الإذعان، لذلك أقرّ له المشرّع الجزائري حماية خاصة من خلال بعض الهيئات التي تسهر على حماية مصلحته الاقتصادية.

وتعدّ جمعيات حماية المستهلك من أبرز الهيئات التي تسعى وراء حماية المستهلك من خلال الدور الوقائي الذي تلعبه في ممارستها لهذه الحماية القبلية، بالإضافة إلى دورها الدفاعي المتمثّل في الحماية البعدية

*
المؤلف المرسل

التي توفرها هذه الجمعيات للمستهلكين من أجل حمايتهم من تعسف بعض المهنيين.

الكلمات المفتاحية : مستهلك، جمعيات مقاطعة، إشهار مضاد ،
تعسف، مهني، حماية

Abstract:

Consumer is an essential element to move the market, but they are the weak party in his contractual relationship with the professional as consumer contracts are classified as compliance contracts, so the Algerian legislator has granted him special. Consumer protection associations seek to protect consumers through the protective role they play in exercising this tribal protection, in addition to their defensive role in the remote protection provided by these associations to consumers in order to protect them from the abuse of some professionals.

Keywords: consumer, associations, county, counter-publicity, abuse, professional, protection

مقدمة :

تعتبر جمعيات حماية المستهلك هيئة لا يمكن إغفالها نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في حماية حقوق المستهلك، وإحداث التوازن بين هذا الأخير وبين الأعوان الإقتصاديين باعتباره الطرف الضعيف في هذه العلاقة التعاقدية، ولذلك إهتمت مختلف التشريعات بهذه الجمعيات بما فيها التشريع الجزائري، وبالرغم من وجود عدة هيئات مكلفة بحماية المستهلك إلا أنها لا تفي بالغرض المنشود، الأمر الذي يجعل المستهلك عاجزا عن الدفاع عن مصلحته بمفرده نظرا لجهله لحقوقه القانونية، لاسيما عندما

يتعلق الأمر بممارسات تجارية محظورة، فتوفر هذه الجمعيات حماية له من خلال الصلاحيات المخوّلة لها قانونا في ذلك.

ولقد نظم المشرّع الجزائري أحكام الجمعيات بموجب القانون رقم 06-12 المتعلق بتكوين الجمعيات⁽¹⁾، وتطرق إلى جمعيات حماية

المستهلك في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

الغش⁽²⁾ والذي تعرّف المادة 21 منه في فقرتها الأولى جمعية حماية

المستهلك بأنّها: "كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان

حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

وتظهر أهمية هذه الدراسة في الجهود المبذولة من قِبل جمعيات

حماية المستهلك في نشر الوعي لدى المستهلكين حول المنتجات

والخدمات المعروضة عليهم، غير أن المستهلك يبقى جاهلا للدور الفعلي

والفعّال لهذه الجمعيات في حماية مصلحته. ولم يكن موضوع جمعيات

حماية المستهلك محلّ انتباه رجال القانون والإقتصاد في السابق، بل

ظهرت مؤخرًا بعض الدراسات حول هذا الموضوع نظرا لأهميته لاسيما في

الوقت الراهن مع انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة.

وتهدف هذا الدراسة إلى التعرّف على جمعيات حماية المستهلك

وتبيان دورها وصلاحياتها القانونية في حماية المستهلك، وفي هذا السياق

تطرح الإشكالية الآتية فيما تتمثل الحماية القبلية والبعديّة المكرّسة من

قِبل جمعية حماية المستهلكين؟

للإجابة على هذه الإشكالية سنقوم بدراسة تحليلية نتطرق فيها إلى دور جمعيات حماية المستهلك في تحقيق هذه الحماية ونفرّق في هذا السياق بين دورها الوقائي لحماية المستهلك والذي سنتناوله في المبحث الأول من هذه الدراسة، والمتمثل في تدخل هذه الجمعيات قبل صدور التصرف المضر بصحة المستهلك وسلامته، من خلال إعلامه وتحسيسه بمختلف الوسائل كالوسائل الإعلامية أو مواقع التواصل الاجتماعي أو القيام بندوات وملتقيات تحسيسية، بالإضافة إلى متابعة الأسواق من خلال مراقبة جودة وأسعار الموهجات المعروضة من قبل المهنيين، وبين دورها الدفاعي أو مايسميه البعض بالدور العلاجي، والذي سنتطرق إليه في المبحث الثاني والمتمثل في الآليات الردعية والدفاعية التي تلجأ إليها هذه الجمعيات بعد وقوع الضرر على المستهلكين، كالإشهار المضاد والدعوة إلى المقاطعة وكذا تمثيل المستهلك أمام الجهات القضائية. وسنخلص في الأخير إلى بعض الفرضيات حول آفاق جمعيات حماية المستهلك ومدى تحقيقها للحماية المأمولة للمستهلكين.

المبحث الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

يتجلى الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك في الحماية القبلية التي توفرها هذه الجمعيات قبل المساس بمصلحة المستهلك، ولا يقتصر الأمر على نشر الوعي لدى المستهلكين حول المنتوجات والخدمات المعروضة عليهم من خلال تحسيسهم وإعلامهم فحسب، بل تمتد

الحماية هنا إلى مراقبة هذه الجمعيات لأسعار وجودة هذه المنتجات والخدمات⁽³⁾.

المطلب الأول: تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم

تلعب جمعيات حماية المستهلك دوراً فعالاً في تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم لاسيما في وقتنا الراهن لقلو عرف المشرع الجزائري جمعيات حماية المستهلك في القانون رقم 09-03 السالف الذكر والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بمقتضى المادة 21 منه في فقرتها الأولى والتي تنصّ على أنه: "كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأكثر فعالية في تحسيس المستهلكين نظراً لتداول المعلومات بشكل سريع، فتلتزم جمعيات حماية المستهلك بإعلام المستهلكين وتوعيتهم عن كل المخاطر الناجمة من المنتجات أو الخدمات والتي تضر بأمنه وسلامته.

وتتجلى هذه الحماية من خلال إعلام المستهلكين بشتى الوسائل وتوعيتهم بضرورة تجنب إقتناء المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة، وكذا الإمتناع عن شراء المنتجات مجهولة المصدر والتي لا تحتوي على الوسم أو تاريخ ومكان الصنع، أو المنتجات المقلدة، ويكون ذلك من خلال إستعمال وسائل الإعلام كالتلفزيون والإذاعة أو حتى من

خلال مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁴⁾، إذ تنص المادة 24 من القانون رقم 06-12 السالف الذكر المعلق بتكوين الجمعيات على أنه: "يمكن للجمعيات إصدار نشرات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها".

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك تنظيم ندوات وملتقيات تحسيسية بحضور مختصين في مجال التسويق وتكون هذه الندوات والملتقيات مفتوحة لجميع الفئات حتى تعم الفائدة، غير أن هذه الآلية لا تشكل وسيلة فعالة في إعلام المستهلكين نظرا لجهل فئة منهم لها، ولقد نظمت إحدى جمعيات حماية المستهلكين لولاية برج بوعريريج مؤخرًا يوما دراسيا توعويا حول الوقاية من التسممات الغذائية في المدارس بالتنسيق مع مديرية التجارة⁽⁵⁾.

كما قامت جمعية حماية المستهلكين لولاية قسنطينة سنة 2011 بتنظيم حملة تحسيسية حول توعية المستهلكين بضرورة احترام بعض الشروط الوقائية، ككيفية تخزين المواد الغذائية وضرورة الإنتباه إلى تاريخ صلاحيتها مهما كان نوعها، وقامت هذه الجمعية خلال هذه الحملة بتوزيع مطبوعات على تجار المنطقة بهدف تحسيسهم وتوعيتهم لمخاطر الغش التجاري⁽⁶⁾.

ويختلف الإعلام الذي تمارسه جمعيات حماية المستهلك عن الإعلام الذي يلتزم به العون الإقتصادي بموجب المادة 17 من القانون رقم 03-09 (السالف الذكر) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ

يتمثّل الإعلام الذي يقدّمه العون الإقتصادي في إحاطة المستهلك بجميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة فحسب، بينما تقوم هذه الجمعيات بتقييم المنتجات والخدمات المعروضة في السوق والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات القانونية، وتعلم المستهلكين بمخاطرها وأضرارها إن وجدت وعليه تكون الحماية المقرّرة من الإعلام الممارس من قبل جمعيات حماية المستهلك أوسع من الحماية المقرّرة من خلال الإعلام الذي يلتزم به المهني⁽⁷⁾.

المطلب الثاني: مراقبة أسعار المنتجات والخدمات وجودتها

تعمل جمعيات حماية المستهلك على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة في مراقبة أسعار وجودة المنتجات والخدمات المعروضة على المستهلكين، وتطهير السوق من كل منتج غير مطابق للمواصفات القانونية⁽⁸⁾.

ونشير إلى أنه لا تملك جمعيات حماية المستهلك صلاحية تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات لأنه من إختصاص الدولة، غير أنها تراقب ارتفاعات الأسعار لاسيما في بعض المواسم كشهر رمضان أو الأعياد أو الأزمات الإقتصادية، أو في حالة قيام بعض الأعوان الإقتصاديين بممارسات تجارية محظورة بهدف إقصاء منافسيهم، والتي غالبا ممتجّلى على هذه الممارسات في تسقيف أسعار منتجات معينة مما يؤثّر سلبا على مصلحة المستهلكين. إذ تقوم جمعيات حماية المستهلك بمراقبة الأسعار

المعروضة في السوق من قبل المهنيين، ولقد خوّّل لها المشرّع صلاحية إخطار مجلس المنافسة في حالة تبينها لتصرفات قد تمسّ بمصلحة المستهلكين، لاسيما تلك المتعلقة بتسقيف أسعار بعض المنتجات أو حتّى كارها بشكل تعسّفي⁽⁹⁾.

وتهدف جمعيات حماية المستهلك من هذا الإجراء إلى المحافظة على القدرة الشرائية للمستهلكين، لذلك تحاول مكافحة الغلاء الفاحش لبعض المنتجات أو الخدمات لاسيما بالنسبة للمنتجات الأساسية كالحليب والخبز، كما تراقب مدى إحترام الأعوان الإقتصاديون لإلتزامهم بإعلان الأسعار حتى يتسنى للمستهلكين إختيار منتج بناءً على سعره⁽¹⁰⁾.

وتراقب كذلك هذه الجمعيات جودة المنتجات ومدى مطابقتها للمواصفات القانونية، بالإضافة إلى فحص المنتجات الصّناعية من خلال التأكّد من إحتوائها على الوسم وعلى تاريخ ومكان الصنع وغيرها من البيانات الضرورية، وقد تقوم جمعيات حماية المستهلك ببعض التحاليل على بعض المنتجات، وفي حالة ثبوت عدم صلاحيتها للإستهلاك تقوم بنشر نتائج التحليل في مجلات ومواقع التواصل الإجتماعي حتى يطلّع عليها المستهلكون، ورغم أنّ تشلّم ع الجزائر لم يتطرّق صراحة إلى حق جمعيات حماية المستهلك في القيام بالتحاليل ونشر نتائجها، مثلما كان ينص عليه في القانون رقم 89-02 الملغى⁽¹¹⁾ في المادة 23 منه والتي كانت تنص على أنّه: "يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تقوم

بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالإستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها،
وبإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط، غير أنه يمكن إستنباط
هذا الحق من المفهوم الواسع لنص المادة 21 من القانون رقم 09-03
المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولقد قامت مؤخرا إحدى جمعيات حماية المستهلك بنشر نتائج
تحليل مسحوق عصير للشرب عبر مواقع التواصل الإجتماعي وحذرت من
إستهلاكه نظرا لإحتوائه على مادة مخدّرة، ولقد لقي منشورها صدى كبير
لدى جمهور المستهلكين مما أدّى بهم إلى مقاطعة هذا المنتج⁽¹²⁾.

كما قام رئيس جمعية حماية المستهلك وبيئته لولاية وهران بالكشف
عن نتائج تحاليل لمادة حليب الأكياس، بعد تلقيه لعدة شكاوى من قبل
المستهلكين حول جودة ورائحة الحليب، واتّضح في التحاليل غياب
القيمة الغذائية في المنتج بسبب قلة نسبة المادة الجافة مقارنة مع نسبة
المياه⁽¹³⁾.

المبحث الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك

يتمثّل الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك في الوسائل القانونية
التي تتخذها هذه الجمعيات من أجل الدفاع عن مصلحة المستهلكين بعد
تعرّضهم لأضرار ناجمة عن تصرّفات بعض المهنيين، إذ يعتبر الدور
الدفاعي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك بمثابة حماية بعدية له.

وتتنوّع الوسائل المتخذة من طرف جمعيات حماية المستهلك، فيمكن لهذه الأخيرة استعمال أسلوب المقاطعة أو الإشهار المضاد للتّصدي إلى التصرفات غير المشروعة لبعض المتدخلين، كما يخوّل لها القانون تمثيل المستهلكين أمام الجهات القضائية لحماية مصالحهم.

المطلب الأول: المقاطعة والإشهار المضاد

تعتبر كل من المقاطعة والإشهار المضاد وسيلتين قانونيتين يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إليها بعد فشل دورها الوقائي، وتهدف هذه الجمعيات من وراء هذين الإجرائين إلى الضغط على المهنيين. وتتمثّل المقاطعة في حثّ هذه الجمعيات المستهلكين على الإمتناع من شراء بعض المنتجات أو استعمال بعض الخدمات نظرا لمساسها بمصلحتهم، وتعتبر المقاطعة وسيلة يمكن أن تضغط على المهنيين في التراجع عن تصرفهم المضرّ بالمستهلكين، لاسيما المتعلق بالارتفاع المبالغ فيه لبعض المنتجات أو الخدمات، فتظهر بذلك المقاطعة كوسيلة تهديدية للتّصدي للتصرفات التعسفية لبعض المهنيين⁽¹⁴⁾.

ونشير إلى أنّ المشرّع الجزائري على غرار بعض التشريعات لم ينص على المقاطعة كوسيلة يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إليها، غير أنّ معظم الآراء الفقهية تؤيد هذا الأسلوب شريطة عدم استعماله بشكل تعسّف في إزاء المهنيين، بالإضافة إلى وجود مبرر مشروع لممارسته⁽¹⁵⁾، ولقد حثّت جمعيات حماية المستهلكين سنة 2013 المواطنين على مقاطعة

شراء الموز بعد إرتفاع سعره بشكل مبالغ فيه في السوق الجزائرية، وأصبح من السهل على هذه الجمعيات إستعمال هذا الإجراء من خلال حث المواطنين عبر مواقع التواصل الإجتماعي⁽¹⁶⁾.

كما يمكن لهذه الجمعيات حث المستهلكين على الإمتناع عن الدفع للضغط على المهنيين، وغالبا ما يتم اللجوء إلى هذه الوسيلة في مجال الخدمات حيث يتمتع المستهلكون عن دفع فاتورة الكهرباء أو الماء مثلا في حالة إرتفاع سعرها⁽¹⁷⁾، وهذا ما حدث مؤخرا في منطقة تيزي وزو، إذ إفتق جميع سكان المنطقة بعدم دفع فاتورة الكهرباء بعد زيادة أسعار هذه الخدمة. وعليه، يتوقف نجاح المقاطعة على مدى استجابة المستهلكين لها⁽¹⁸⁾.

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك إستعمال وسيلة أخرى وهي الإشهار المضاد، فقد يلجأ المهنيون إلى الإعلانات التجارية من أجل ترويج منتوجاتهم وخدماتهم، ويعتبر الإشهار أهم خطوة سابقة للتعاقد لأنه يؤثر على رضا المستهلك ودفعه إلى التعاقد من خلال جذبه نحو المنتج، وهو وسيلة مشروعة يمكن لأي مهني اللجوء إليها⁽¹⁹⁾، ولتظرق المشرع الجزائري إلى الإعلان التجاري ووصفه بالإشهار في المادة 3 فقرة 3 من القانون رقم 04-02المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁰⁾ وعرفه بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة".

غير أن المستهلك قد يكون ضحية إشهار تضليلي لا يتطابق مع المواصفات الواقعية للمنتج أو الخدمة من أجل تضليل المستهلك، ويقصد بالإشهار التضليلي عرض كاذب من قبل المهني يهدف إلى إيقاع المستهلك في غلط حول حقيقة أو طبيعة أو جودة المنتج أو الخدمة المعروضة⁽²¹⁾ كما يعرّفه البعض بأذنه: "الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك"⁽²²⁾.

ولقد حظر المشرع الجزائري في المادتين 56 و 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك⁽²³⁾ الإشهار التضليلي الذي من شأنه إحداث لبس في ذهن المستهلك، كما وفّر المشرع الحماية القانونية للمستهلك في مواجهة الإشهار التضليلي بموجب المادة 28 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، والتي منع من خلاله الإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة⁽²⁴⁾؛ أو يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه⁽²⁵⁾، كما منعت كل عرض لسلع أو خدمات لا يتمكن العون الإقتصادي بتوفير مخزون كاف منها⁽²⁶⁾.

ولقد صنّف المشرع الجزائري الإشهار التضليلي ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة والتي رصد لها عقوبة الغرامة قدرها من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمس ملايين دينار (5.000.000 دج)، وهذا مانصّت عليه صراحة المادة 38 من القانون رقم 04-02 المتعلق

بالقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، كما تضمّن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عقوبات صارمة في مجال الإشهار التضليلي، إذ تنص المادة 69 منه على أنّه: "ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68⁽²⁷⁾ أعلاه، إلى خمس (5) سنوات حيسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة:

- إشارات أو إدعاءات تدليسية؛

- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى."

كما نصّت المادة 82 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على عقوبات تكميلية في مجال الإشهار الكاذب، تتمثّل في مصادرة المنتوجات والوسائل المستعملة لإرتكاب هذه المخالفات، أمّا المواد 39 إلى 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية فقد نصّت على عقوبات تكميلية أخرى مقرّرة لجريمة الإشهار التضليلي تتمثّل في الحجز والمصادرة والغلق الإداري للمحلات التجارية، ونشر قرار الإدانة.

ولذلك تقوم جمعيات حماية المستهلك بحملات دعاية مضادة للكشف عن حقيقة المنتج أو الخدمة المعروضة على المستهلكين، وهذا من خلال توجيه بعض الإنتقادات لهذه المنتوجات أو الخدمات لاسيما

المنتجات التي تحمل علامات تجارية مقلّدة، شريطة أن تستند الدعاية المضادة إلى معلومات صحيحة ودون التعسّف في الانتقاد.

المطلب الثاني: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك أمام

القضاء

يخوّل القانون لكلّ الجمعيات بصفة عامة الحق في ممارسة حقوق الطرف المدني أمام القضاء والقيام بكل الإجراءات القانونية⁽²⁸⁾ عند وجود ضرر يمس مصالحها⁽²⁹⁾ ونظرا للمخاطر والأضرار التي قد يتعرض إليها المستهلك نتيجة المنتجات أو الخدمات المعروضة من قبل المهني، فإنّ المشرّع الجزائري يسمح لجمعيات حماية المستهلك بتمثيله أمام القضاء من أجل حمايته، وذلك بموجب المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا بموجب المادة 17 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات، فقد تمثّل هذه الجمعيات المستهلكين أمام القضاء من أجل طلب التعويض عن الضرر المادي أو المعنوي اللاحق بهم من تصرّفات بعض المهنيين، وتبقى السلطة التقديرية للقاضي في تقدير مبلغ التعويض الذي يجب أن يكون متناسبا مع حجم الضرر اللاحق.

وقد سبق أن خوّل للموّع صلاحية رفع دعوى قضائية من قبل جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 04-02 لمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 65 منه، والتي تنص على أنّه:

"دون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية يمكن لجمعيات 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".

وإذا كانت الأضرار الفردية لعدة مستهلكين ناجمة عن نفس المتدخل فإنه يجوز في هذه الحالة أن تتأسس جمعية حماية المستهلكين كطرف مدني، وهذا ما يفهم من المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص على أنه: "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

ويفهم من هذه المادة أنه يشترط لكي تمثل الجمعية المستهلكين أمام القضاء أن يتعرض مستهلك أو مجموعة من المستهلكين لأضرار فردية ناتجة عن نفس المتدخل، ومن أصل مشترك كالتسممات الغذائية الناتجة عن مطعم معين، كما يجب أن يكون الفعل المرتكب ذا طابع جزائي، أي يجب أن يكون الفعل معاقب عليه جزائيا.

وبما أن جمعية حماية المستهلك تهدف في هذه الحالة إلى إصلاح ضرر فردي، فإن التعويضات التي يحكم بها القضاء لا تكون منحصصة للجمعية كما هو الحال بالنسبة للدعوى المرفوعة للمصلحة المشتركة للمستهلكين، وإنما تعود للمتضررين الممثلين من قبل الجمعية⁽³⁰⁾، ولقد

سيتحدث المشرّع الجزائري بموجب القانون رقم 05-10 المعدّل والمتمم للقانون المدني⁽³¹⁾ المادة 440كرر والتي تقرّ مسؤولية المُنْتَج في حالة الإضرار بالغير حتى في حالة عدم وجود علاقة تعاقدية، إذ تنص هذه المادة على أنه: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمضروور علاقة عقدية"، ويفهم من نص المادة أنه يؤخذ بعين الإحتبار المسؤولية العقدية والتقصيرية على حدّ السواء، وبما أنّ المشرّع الجزائري لم يحدّد الحد الأدنى والأقصى للتعويض عن الضرر اللاحق بالمستهلك، فترك السلطة التقديرية للقاضي في تقدير الضرر وتحديد مبلغ التعويض، على أن يكون هذا الأخير متناسبا مع حجم الضرر.

كما يمكن لهذه الجمعيات تمثيل المستهلكين أمام القضاء من أجل طلب إبطال البنود التعسفية التي قد يدرجها بعض المهنيين في العقود، كبنود عدم الإستفادة من خدمة ما بعد البيع وغيرها من البنود التعسفية التي تمس بمصلحة المستهلك⁽³²⁾.

ونشير إلى أنه في السابق لم يكن الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلكين فعّالا نظرا لغلاء تكاليف رفع الدعوى القضائية، وهذا ما أدّى بالمشرّع الجزائري إلى تخويل هذه الجمعيات الحق في الإستفادة من المساعدة القضائية بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 22 منه، ولتي تنص على أنه:

"...يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية".

ولا شكّ أنّ استعمال جمعيات حماية المستهلك للوسائل الدفاعية سالفة الذكر قد تمس بمطحة المهنيين وبسمعتهم التجارية في السوق، مما يقيّد بهي بهم إلى رفع دعوى قضائية ضدّها من أجل الحصول على تعويض عن الضرر المادي أو المعنوي الناتج عن تصرّفها، لاسيما عندما تستعمل هذه الجمعيات أسلوب المقاطعة أو الدعاية المضادة والتي لم ينص عليهما المشرّع، ولكن مع ذلك يبقى حق جمعيات حماية المستهلك في اللجوء إلى هذه الوسائل الدفاعية قائما نظرا لحمايتها للطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية والمتمثّل في المستهلك.

ويرى بعض الفقه⁽³³⁾ بأنّه يجب توافر بعض الشروط حتى لا تتحمّل جمعيات حماية المستهلك المسؤولية عن تصرّفها، وتمثّل هذه الشروط في إنعدام الوسائل القانونية الأخرى أو عدم فعاليتها في حماية المستهلك كما يجب على هذه الجمعيات إعلام المهنيّ قبل لجوئها إلى الوسيلة الدفاعية، وأن تتناسب الوسيلة الدفاعية مع الهدف المنشود والمتمثّل في حماية مصلحة المستهلكين.

خاتمة:

لاحظنا من خلال هذه الدراسة الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلكين في حماية هذه الفئة الضعيفة في مواجهة المهنيّين الذين

يسعون إلى تحقيق مصالحهم الإقتصادية بشتى الطرق، وتتجلى هذه الحماية في مجموعة من الوسائل القانونية التي تستعملها جمعيات حماية المستهلك لتحقيق الحماية القبلية والبعدية للمستهلكين، ولقد أبدى المشرع الجزائري رغبته في دعم الدور الذي تلعبه هذه الجمعية في حماية المستهلكين من خلال منحها الحق في الإستفادة من المساعدة القضائية. ويتوقف نجاح هذه الوسائل على مدى تجاوب المستهلكين معها، غير أنّ المشرع لم ينص على بعض هذه الوسائل كالمقاطعة والدعاية المضادة مما يقلل من فعاليتها على أرض الواقع، إذ قد يرفع المهنيون دعوى مسؤولية ضد هذه الجمعيات إستنادا إلى عدم وجود نص قانوني يسمح لها بإستعمال هاتين الوسيّلتين.

ورغم الجهود المبذولة من قبل جمعيات حماية المستهلكين في توعية وتحسيس المواطنين، إلا أن دورها قد يتصادم مع عدم التطبيق الفعلي للنصوص القانونية المتعلقة بمراقبة المنتوجات التي تغزو السوق الجزائرية، لاسيما المنتوجات الصينية.

وتأسيسا لما سبق يستحسن أن يدرج المشرع الجزائري كلاً من المقاطعة والإشهار المضاد ضمن النصوص القانونية كوسيلتين يمكن لجمعيات حماية المستهلك إستعمالها للدفاع عن مصالح المستهلكين، وذلك من أجل تحقيق أكثر فعالية لدورها الدفاعي.

كذلك حبّذا لو تم التشديد على الرقابة على المنتوجات التي تغزو السوق الجزائرية من خلال تكثيف جهود الهيئات المكلفة بهذه الرقابة،

والتأكد من جودتها لاسيما المنتوجات الغذائية، حتى يكون لهذه الهيئات دور وقائي من أجل حماية مصلحة المستهلكين.

أمّا فيما يخص دور جمعيات حماية المستهلكين في تمثيل المستهلك أمام القضاء، فنعتقد أنه من الأرجح منح هذه الجمعيات الحق في رفع دعوى قضائية كلّ ضرر يلحق بالمصلحة المشتركة للمستهلكين، وأن لا ينحصر دورها فقط في التأسيس كطرف مدني عن الضرر الفردي الذي يصيب مستهلك واحد أو عدّة مستهلكين عن تصرف محظور جزائياً.

وفي الأخير نشير إلى أنه ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخير في تعزيز الدور الوقائي والدفاعي لجمعيات حماية المستهلكين، نظراً لتداول المعلومة بسرعة لدى المواطنين ممّا يعزّز من فعاليتها، غير أنه ولتعزيز الدور الحمائي لهذه الجمعيات، يتوجّب على الدولة توفير الدعم المالي الكافي لها، وعدم الإعتماد على التبرعات المالية فقط.

الهوامش:

- ¹ المؤرخ في 01 ديسمبر 2012، الجريدة الرسمية رقم 02، الصادرة في 15 يناير 2012، الجزائر.
- ² المؤرخ في 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية رقم 01، الصادرة في 08 مارس 2009 لمعدّل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، الجريدة الرسمية رقم 35، الصادرة في 13 جوان 2018، الجزائر.
- ³ Jean Calais AULOY, Droit de la consommation, 9^{ème} éd, Dalloz, Paris, France, 1980, p. 98.
- ⁴ فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي، بيروت، 2010، ص. 56.
- ⁵ Le journal de l'est algérien EL ACIL, n° 5562, le 09 juillet 2011, p. 03.
- ⁶ Ibid.

⁷ فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص. 59.

8- حدّدت المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، المؤرخ في 06 ماي 2012، الجريدة الرسمية رقم 28، الصادرة في 09 ماي 2012، الجزائر، الأجهزة الرسمية التابعة للدولة على سبيل الحصر إذ تنص على أنه: " ينشأ لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش شبكة للإنذار السريع، مكلفة بمتابعة المنتجات التي تشكّل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم."

9- **D. FERRIER, La protection des consommateurs, Dalloz, Paris, France, 1996, p. 123.**

10- أنظر المادة 44 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، الصادر في 19 جويلية 2013، الجريدة الرسمية رقم 43، الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2013 لمعدّل والمتمم، الجزائر.

11- المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية رقم 154، الصادرة في 09 فيفري 1989، الجزائر.

12- جريدة الشروق اليومي، الصادرة في 12 نوفمبر 2010، العدد 3113، ص. 16

13- نفس المرجع.

14- **D. FILALI, A. BOUCENDA, Concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, revue IDARA, n° 1, 1988, p.63**

15- **Linda ARCELIN, Droit de la concurrence : les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire, Presses Universitaires De RENNES, France, 2009, p. 149.**

16- وهذا ما بيّته النشرات الإخبارية الجزائرية سنة 2019.

17- **D. FILALI, A. BOUCENDA, op. cit. p. 67.**

18- الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك عبر القابسيوك، حيث نشرت المنظمة في 2013 إعلانا تحث من خلاله المواطنين على مقاطعة شراء الموز نظرا لسعره المبالغ فيه آنذاك.

19- **Anne-Marie MOREL, Droit de la protection du consommateur, éd. Librairie de l'Université de Montréal, 1981, p. 124.**

20- المؤرخ في 23 جوان 2004، الجريدة الرسمية رقم 41، الصادرة في 27 جوان 2004 المعدّل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية رقم 46، الصادرة في 18 أوت 2010، الجزائر.

21- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص. 286.

22- الزقرد أحمد سعيد، الحماية المدنية والدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، 2008، الاسكندرية، مصر، ص. 225.

23- المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، الجريدة الرسمية رقم 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013، الجزائر.

24- كالأشهر الذي يبيّن كذبا بأن المنتج يحمي من مرض معين.

25- كالأشهرات المتعلقة بمساحيق الغسيل والتي يقوم من خلالها العون الإقتصادي بمقارنة منتج مع منتج منافسه.

26- كأن يدعي العون الإقتصادي بأن المنتج متوفر بكمية محدودة لحث المستهلكين على التوافد عليه.

27- تحيل المادة 68 من هذا القانون إلى المادة 429 من قانون العقوبات و التي تنصّ على أنه: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية، أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع،
- سواء في نوعها أو مصدرها،
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق."
28- المادة 16 من القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، الجريدة الرسمية رقم 53، الصادرة في 07 ديسمبر 1990، الجزائر.

29- أنظر المادة 17 فقرة 03 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات.

30- Jean Calais AULOY et Frank STEINMETS, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Gaétamoin, France, 1979, p. 476.

31- المؤرخ في 20 جوان 2005، الجريدة الرسمية رقم 44، الصادرة في 26 جوان 2005، المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية رقم 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، الجزائر.

32- عمر عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004، ص. 143.

33- Jean Calais AULOY et Frank STEINMETS, op. cit., p. 586.

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً - قائمة المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- الزقرد أحمد سعيد، الحماية المدنية والدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.

- فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي، بيروت، 2010

- عمر عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004.

الأطروحات:

- بدرة لعور، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016

النصوص القانونية:

القانون رقم 89-02 (الملغى) المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية رقم 154، الصادرة في 09 فيفري 1989، الجزائر.

- القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، الجريدة الرسمية رقم 53، الصادرة في 07 ديسمبر 1990، الجزائر.

- الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، الصادر في 19 جويلية 2013، الجريدة الرسمية رقم 43، الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2013 للمعدّل والمتمّم، الجزائر.

- القانون رقم 04-02 محدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 جوان 2004، الجريدة الرسمية رقم 41، الصادرة في 27 جوان 2004، المعدّل والمتمّم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية رقم 46، الصادرة في 18 أوت 2010، الجزائر.

- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005، الجريدة الرسمية رقم 44، الصادرة في 26 جوان 2005، المعدّل والمتمّم للأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية رقم 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975، الجزائر.

- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية رقم 01، الصادرة في 08 مارس 2009، المعدّل والمتمّم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، الجريدة الرسمية رقم 35، الصادرة في 13 جوان 2018، الجزائر.

- القانون رقم 12-06 المتعلق بتكوين الجمعيات، المؤرخ في 01 ديسمبر 2012، الجريدة الرسمية رقم 02، الصادرة في 15 يناير 2012، الجزائر.

- المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، المؤرخ في 06 ماي 2012، الجريدة الرسمية رقم 28، الصادرة في 09 ماي 2012، الجزائر.

- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، الجريدة الرسمية رقم 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013، الجزائر.

ثانياً : قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- Linda ARCELIN, Droit de la concurrence : les pratiques anticoncurrentielles en droit interne et communautaire, Presses Universitaires De RENNES, France, 2009.
- Jean Calais AULOY, Droit de la consommation, 9^{ème} éd, Dalloz, Paris, France, 1980.
- Jean Calais AULOY et Frank STEINMETS, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Gaétammoin, France, 1979.
- D. FERRIER, La protection des consommateurs, Dalloz, Paris, France, 1996
- D. FILALI, A. BOUCENDA , Concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, revue IDARA, n° 1, 1988.
- Anne-Marie MOREL, Droit de la protection du consommateur, éd. Librairie de l'Université de Montréal, 1981.