

## دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك

أ. د سي يوسف زاهية حورية (كجار)

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة مولود معمري تيزي وزو

### ملخص:

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 يعتمد بعض المهنيين إلى طرح منتوجاتهم مستعملين وسائل الدعاية لجذب 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 كآلية رقابية . تقوم هذه الجمعيات بدور وقائي الذي يتمثل في إعلام المستهلك وتحسيسه بالأخطار الناجمة عن المنتوجات المطروحة في السوق ، وكذا تحريضه على 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 .

### Résumé

la protection du consommateur est devenue une nécessité contre les risques des produits mis sur le marché qui se multiplient de jour en jour en particulier à l'époque actuelle qui connaît un développement technologique important dans le domaine de la production et de la publicité. Car certains professionnels utilisent des méthodes de publicité pour attirer le consommateur en vue d'atteindre leurs objectifs sans tenir compte l'intérêt de celui-ci.

Cependant cette protection ne peut pas être l'œuvre du seul consommateur, mais il doit recourir à des associations qui le

protègent grâce à des mécanismes de contrôle. Le rôle préventif de ces associations est d'informer les consommateurs sur les dangers causés par certains produits, sans nier le rôle défensif qu'elles exercent dans le but de revendiquer leurs droits ainsi que de les défendre devant toutes les juridictions.

إن التطور الصناعي الذي عرفته الدول في مجال الصناعة والتجارة، أدى إلى ضرورة وجود أجهزة رقابية متنوعة على المنتجات والخدمات المعروضة في السوق. فمهما كان دور هذه الأجهزة في الحد من المخالفات والتجاوزات التي يمارسها المحترفون، إلا أنها تبقى غير فعالة لكونها لا تستطيع أن تقوم بدورها لوحدها دون مساعدة من قبل جمعيات حماية المستهلك. أضف إلى ذلك أن المستهلك وحده لا يستطيع حماية حقوقه، خاصة أنه يشعر بالضعف في مواجهة منتجين وتجار من حيث المعرفة الفنية والتقنية للمنتجات والخدمات المطروحة في السوق. ولذا فهو يحتاج إلى جهاز يعده بالنصح ويعرض عليه كل انشغالاته. لذلك ظهرت فكرة الجمعيات التي خول لها المشرع صلاحية الرقابة لحمايته.

لذا يثار التساؤل التالي: فيما تتمثل هذه الرقابة التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك؟

والإجابة على هذا التساؤل، تتمثل في أن دور هذه الجمعيات، هو وقاية المستهلك من أضرار المنتجات ومخاطر الخدمات التي تزداد يوميا، وكذا تمثيله والدفاع عنه قضائيا للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق به سواء كانت تجارية (الحماية التجارية) أو جسدية (الحماية الصحية)<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - لكن للجمعيات الحق في رفع الدعاوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة والأسعار، كما يمكنها أن تتأسس كطرف مدعي أمام المحاكم الجزائية حتى ولو لم يلحق بالمستهلكين أي ضرر. أنظر في هذا الصدد:

د/علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك<sup>2</sup> والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000، ص62.

لذا سأقتصر في هذا البحث على دراسة الدور الوقائي أي الرقابة القبلية كآلية وقائية للحد أو للتقليل من الخطر الذي يهدد المستهلك، ثم الدور الدفاعي الذي تمارسه الجمعيات كوسيلة علاجية. لكن قبل ذلك لابد من تحديد المفاهيم الخاصة بكل من الرقابة، جمعيات حماية المستهلك و المستهلك المقصود بالحماية .

**أولاً: تحديد المفاهيم الخاصة (الرقابة - الجمعيات - المستهلك المقصود بالحماية).**

### 1- تحديد المفهوم الخاص بالرقابة:

ظهرت فكرة الرقابة بظهور الثورة الصناعية، وذلك كأثر لتزايد وكبر حجم المؤسسات الإنتاجية خلال القرن 20. إذ حققت هذه الثورة رخاءاً اقتصادياً، لكنّها في نفس الوقت سببت كثيراً من المآسي لعدم إخضاع المنتجات للفحص والتفتيش. ومن هنا ظهرت إرادة قويّة من قبل فئات متضررة من المجتمع لإخضاع ما يطرح في السوق للرقابة والفحص المنتظم. وللرقابة معنيين:

- الرقابة بالمعنى العام، هي تلك الأنشطة التنظيمية التي تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والنتائج المترتبة عليها منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة<sup>(1)</sup>.

أما التعريف الخاص للرقابة، فهي مجموعة من الوسائل والتي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه، يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له مسبقاً<sup>(1)</sup>.

<sup>1</sup>- د محمد براق، مريزق عدنان، مليكة يحيات تومي، رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي يومي 13 و 14 أفريل 2008، ص 40.

والجدير بالذكر، أنه لا يمكن تصور وجود سوق تسوده المنافسة التامة بدون رقابة، لأنّ هذا حتما سيؤدي إلى ممارسات منافية للمنافسة وغير شرعية، وبالتالي الإضرار بالمستهلكين .

## 2- تحديد مفهوم جمعيات حماية المستهلك.

ترجع نشأة الحركة الجمعوية إلى القرن 19، حيث تم إنشاء أول جمعية لحماية المستهلك في العالم في أوائل الثلاثينات، ثم تطورت الفكرة في الخمسينات . وظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1928 وتسمى Consumer Research - مع العلم أن أول قانون لحماية المستهلك صدر في سنة 1873- فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة التي كان يمارسها المنتجون والتجار الكبار بعيدا عن القيم الاجتماعية والضوابط الأخلاقية<sup>(2)</sup>.

وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك، صرح الرئيس الأمريكي السابق جون كينيدي JONE KENNEDY في البيت الأبيض وأمام الكونجرس الأمريكي عن الحقوق الأربعة للمستهلك وذلك في 15 مارس 1962، و تتمثل في : حقه في الأمان-وحقه في المعرفة- حقه في الاختيار -وحقه في الاستماع إلى آرائه. واعتبر بعد ذلك تاريخ 15 مارس 1962 يوما عالميا لحقوق المستهلك<sup>(3)</sup>. ومن ثم امتد هذا التيار إلى مختلف الدول الغربية، كفرنسا، إذ ظهرت فيها عدّة جمعيات متعددة الأدوار ومن أهمّها، الإتحاد الفيدرالي للمستهلكين (UFC) الذي أنشئ في سنة 1951.

<sup>1</sup>- فريد عبد الفتاح زين الدين، تخطيط ومراقبة الإنتاج، مدخل إدارة الجودة، دار الكتاب المصرية، 2000، ص490.

<sup>2</sup>- محمول من موقع الأنترنت ، بعنوان مفهوم حماية المستهلك بتاريخ الأربعاء 11 يونيو 2014  
www. healthyvn.blogspot.com

<sup>3</sup>-NEIRYNK (J), HILGERS(W), Le consommateur piégé, édition ouvrier, paris 1973, P47.

أما في الجزائر، فإن فكرة جمعيات حماية المستهلك حديثة النشأة، إذ ترجع إلى سنة 1987 بمقتضى قانون 87-15 مؤرخ في 21 جويلية المتعلق بالجمعيات. بعد ذلك قام المشرع الجزائري بإصدار قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى) محاولا من خلاله إبراز دور جمعيات حماية المستهلك، والذي جاءت فيه المادة 12/2 كما يلي: (...إضافة إلى ذلك، فإن جمعيات حماية المستهلكين المنشأة قانونا لها الحق في رفع دعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها).

وكذا ما نصت عليه المادة 23 من نفس القانون، كما يلي: (يمكن لجمعيات المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها وبإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط).

رغم إصرار المشرع على تفعيل دور المنوط لهذه الجمعيات، إلا أنه يستحيل ذلك لعدم وجود قوانين تنظمها، وبقي الأمر على هذه الحال حتى صدور قانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات<sup>(1)</sup> (الملغى).

إذ أخضع المشرع الجزائري تأسيس جمعيات حماية المستهلك في بداية الأمر إلى أحكام هذا القانون. لكن لعدم وجود أحكام خاصة بجمعيات حماية المستهلك، ألغى بمقتضى القانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات<sup>(2)</sup>، بعد 22 سنة من سريانه. يعترف هذا القانون بمبدأ حرية تشكيل جمعيات التي لا تخضع لإجراء الاعتماد، بمراعاة إجراءان شكليان وهما التصريح التأسيسي

<sup>1</sup> - قانون رقم رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات جريدة رسمية، عدد 53 الصادرة في 05 ديسمبر 1990 (ملغى).

<sup>7</sup> - قانون رقم رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية، عدد 02 الصادرة في 15 يناير 2012.

المسبق و تسليم وصل التسجيل طبقاً للمادة 7 من قانون رقم 12-06 المذكور أعلاه. إلا أن جمعيات حماية المستهلك يشترط اعتمادها<sup>(1)</sup>.

وتعرف جمعية حماية المستهلك، حسب المادة 21 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>(2)</sup>، بأنها كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله).

وتعرف جمعية حماية المستهلك أيضاً، بأنها إحدى مؤسسات المجتمع المدني ولها أهمية كبرى لكونها تقدم خدمات لجمهور المستهلكين، بتوفير لهم الحماية اللازمة عن طريق توعيتهم واستقبال شكاوهم والتحقق فيها ومتابعتها لدى الجهات المختصة<sup>(3)</sup>.

وتتميز جمعيات حماية المستهلك من حيث العمل والأهداف عن الجمعيات الأخرى، لكونها منظمات حيادية تطوعية لا علاقة لها بالسياسة (المادة 11 من قانون 90-31 المتعلق بالجمعيات سالف الذكر).

وتتكون من كافة أفراد المجتمع المدني المتخصصين في مجالات مختلفة.

### 3- تحديد مفهوم المستهلك المقصود بالحماية

إن مصطلح المستهلك يجد جذوره في علم الاقتصاد، فهو الشخص الذي يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية. إلا أنه أصبح في الوقت الحاضر مصطلحاً جدير بالحماية القانونية .

لم يشر المشرع الجزائري إلى لفظ المستهلك إلا في قانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بقانون 09-03

<sup>1</sup> - مثلاً في مدينة تيزي وزو ، هناك ثلاث جمعيات معتمدة .

<sup>2</sup> - قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15 الصادرة في 8 مارس 2009.

<sup>3</sup> - د/ مفيد أبو زنت ، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني ، مداخلة في المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة (نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية) خلال الفترة الممتدة من 16 إلى 17 أكتوبر 2012 ، رام الله، فلسطين ، ص.8

المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش. وجاء تعريف للمستهلك في المادة 3 منه كما يلي: (المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به) . وقد جاء تعريف للمستهلك أيضا في المادة 2/3 من قانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم<sup>(1)</sup> والتي تنص على ما يلي: (كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني). وجاء نفس التعريف في التوجيه الأوروبي رقم 2005-25 المؤرخ في 11 ماي 2005 بشأن الممارسات التجارية غير المشروعة وذلك في المادة 2، كما يلي: (المستهلك هو كل شخص طبيعي الذي بشأن الممارسات التجارية الواردة في هذا التوجيه يتصرف لغايات لا تدخل في نشاطه التجاري والصناعي، الحرفي أو الحر)<sup>(2)</sup>.

لكن ما يلاحظ هنا أن المشرع الأوروبي أخرج من دائرة المستهلك، الشخص المعنوي الذي يتصرف لتحقيق غرض غير مهني، رغم أنه يحتاج إلى حماية في مواجهة المهني .

وقد عرف المشرع المغربي ، المستهلك في المادة 2 لفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك كما يلي: ( يقصد بالمستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل لتلبية حاجيته غير المهنية منتوجا أو سلعا أو خدمات معدة لاستعماله الشخصي أو العائلي ) .

<sup>1</sup> - قانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، جريدة رسمية، عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

<sup>2</sup> - محمول من موقع الأنترنت : [www. Startimes.com](http://www.Startimes.com)

ومن خلال التعاريف السابقة، نجد أن معظم التشريعات أخذت بالمفهوم الضيق لمصطلح المستهلك<sup>(1)</sup>. ولعلّ التبرير الذي قدمه الفقه المناصر للمفهوم الضيق يتمثل في أن التوسع يبقى غير منفق مع الحكمة التي من أجلها تمّ وضع قوانين خاصة لحماية المستهلك<sup>(2)</sup>.

ثانياً: - الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك أي ما يسمى بالحماية القبلية. يتجسد هذا الدور في عدة وسائل وهي كالآتي:

### 1- تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم.

إذا كان للمستهلك الحق في إعلامه من قبل المنتجين، فله الحق أيضاً في أن يحصل على إعلام آخر من قبل جمعية حماية المستهلك. فالإعلام الذي تباشره هذه الأخيرة هو إعلام خاص، لأنها تراقب مدى توافر الوسم في المواصفات القانونية والتنظيمية في المنتجات المعروضة وكذا لفت نظر المستهلكين إلى ضرورة شراء مواد رخيصة جيدة الصنع بدل المواد غالية الثمن، حثهم على اقتناء منتجات محلية يضمن فيها حقه في الرجوع بالضمان بدلاً من المنتجات المستوردة والتي يصعب الرجوع فيها على المنتج الأجنبي، وإمدادهم بمعلومات خاصة حول الضمان، لأن الغالبية من المستهلكين يجهلونه.

ويكون الإعلام أو التوعية عن طريق إعداد نشرات وتوزيعها على المستهلكين أو الصحف والمجلات أو عن طريق الإذاعة والتليفون والإنترنت. وقد نصت المادة 19 من قانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات سالف الذكر، على ما يلي: (يمكن للجمعية أن تصدر وتوزع في إطار التشريع المعمول به نشرات ومجلات ووثائق إعلامية وكراسات لها علاقة بهدفها.

يجب أن تكون النشريات الرئيسية باللغة العربية مع احترام القوانين المعمول بها).

<sup>1</sup> على عكس المشرع التونسي الذي أعطى مفهوماً واسعاً للمستهلك ، بأنه كل يشتري منتجاً لاستعماله لغرض الاستهلاك. (قانون رقم 117 لسنة 1992 المؤرخ في 7 ديسمبر 1992 المتعلق بحماية المستهلك)  
<sup>2</sup> -د/ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية 2000، ص 18.



فضرورة توعية المستهلك فرضتها الظروف التي يعيشها في عصرنا هذا والذي ظهرت فيه الحاجيات التي كانت في السابق من الكماليات وكثر الطلب عليها في ضوء الدعايات التجارية المغرية والمصطنعة. وازدياد جشع المنتجين لتحقيق أرباح طائلة ولو على حساب مصلحة المستهلك. فقد أضحى المستهلك معرض لكثير من الأخطار الصحية. إذ كثيرا ما نسمع عن أشخاص أصيبوا بأمراض نتيجة تناولهم منتجات غير صالحة للاستهلاك أي فاسدة أشتروها بأقل الأثمان وفي أماكن تفتقر إلى حد أدنى من شروط النظافة.

ونظرا للدور الفعال الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في مجال التوعية والتحسيس خاصة في ضوء المنافسة، جاءت المادة من 10 قانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة<sup>(1)</sup>، كما يلي: (يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك).

## 2- مراقبة الأسعار والجودة.

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

كما تقوم بمراقبة الأسعار في السوق وخاصة مدى احترام المنتجين للأسعار المفروضة من قبل الدولة بالنسبة لبعض المنتجات ذات الطابع الإستراتيجي، كالحليب والخبز. فأية مخالفة في هذا الشأن، عليها إخبار السلطات المعنية كمجلس المنافسة.

<sup>1</sup> - قانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة. جريدة رسمية، عدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008.

كما تراقب الأعوان وتلزمهم بإعلان الأسعار حتى يتمكن المستهلك من تحديد اختياراته من السلع بناء على السعر عنه. فكل مخالفة لذلك، تستوجب عقوبة (1). ففي فرنسا لم يكن يعلن عن الأسعار إلا بعد صدور مرسوم 1945/07/30 بمقتضى المادة 1/23، إذ أوجب إعلان الأسعار للمستهلك عن طريق ملصقات أو بأية وسيلة أخرى مماثلة (2).

بالإضافة إلى ذلك، فالجمعية تعمل على مراقبة مدى مطابقة السلع المعروضة للجودة وتعمل على تظهير السوق من منتج يتعارض ولا يتطابق مع معايير الجودة التي ينتظرها المستهلك. كما تقوم بفحص المنتجات الصناعية المحلية والمستوردة، وخاصة الحديثة منها لمعرفة مزاياها وعيوبها عن طريق الفحص الظاهري و المعمق .

يتم الفحص الظاهري للتأكد من أن المنتج محمي بغلاف مناسب للمقاييس المعتمدة قانوناً، وعليه الوسم (3) أي ذكرت كل البيانات الجوهرية على الغلاف الذي يحتويه كتسمية المنتج ومكوناته، تاريخ الصنع وغيرها من البيانات. وفي بعض الحالات، قد يكون المنتج مطابقاً للمواصفات القانونية ظاهرياً، لكن هناك شك في مدى صلاحيته للاستهلاك . لذلك تقوم بتحليل المنتج في المخبر للتأكد

<sup>1</sup>- وهذا ما نصت عليه المادة 31 من قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما يلي: (يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف 5000 دج إلى مائة ألف دينار 100000 دج)

<sup>2</sup>- د/ بوتوشنت عبد النور، دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 12، سنة 2008، ص 16

<sup>3</sup>- هناك فرق بين الوسم والغلاف. فالغلاف هو أي توضيب أو تغليب يعبأ فيه المنتج ويحول هذا الغلاف دون فساد المنتج وبقية من مختلف التفاعلات التي يمكن أن تحدث . أما الوسم ، هو مجموع من البيانات أو العلامات أو بطاقات التي توضع على الغلاف.

من صلاحيته، وتقوم بنشر نتائج الخبرة على حسابها، في مجالات معروفة حتى يتمكن جمهور المستهلكين من الإطلاع عليها<sup>(1)</sup>.

### 3- الدعوة إلى المقاطعة أي الإمتناع عن الشراء<sup>(2)</sup>

للجمعيات أن تستعمل وسائل أخرى للضغط على المنتجين ومن بينها، الدعوة إلى المقاطعة أي عدم التعامل مع منتجي السلع ومقدمي الخدمات، أو كما يسميها البعض الامتناع عن الشراء<sup>(3)</sup>، وخاصة إذا تأكدت بأن هناك خطر على صحة وأمن المستهلك أو على مقدرته المالية.

تعتبر المقاطعة وسيلة تهديدية تجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين، خاصة إذا تعلق الأمر بارتفاع الأسعار ورداءة الخدمات، أو لتعيب المنتجات وخطورتها على صحة المستهلك.

فإذا كانت المقاطعة تحقق هدفا إيجابيا للمستهلك، إلا أنها في نفس الوقت تلحق أضرارا جسيمة بالمنتجين 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 وحث جمعيات حماية المستهلك على استعماله بطريقة عقلانية وبتوفر شروط معينة، منها:

- ألا يلجأ إلى هذا الإجراء إلا كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق .
- أن يكون لإجراء المقاطعة سببا مبررا ومقبولا.

<sup>1</sup>-(D). FILALI ,(A). BOUCENDA , Concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, REVUE IDARA , N° 1, 1988 ,pp 63-78 .

<sup>2</sup>-تعرف المقاطعة، بأنها اتصال موجه للمستهلكين لحثهم على عدم شراء سلعة أو جميع منتجات مؤسسة ما أو عدم الاستفادة من خدماتها. أنظر في هذا الصدد: فهيمة نصري ، جمعيات حماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، 2003-2004، ص 78.

<sup>3</sup>- بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية، سعيدة ، يومي 22 و23 أبريل 2008 ،ص6.

وفي ظل غياب النصّ الذي يمنع أو يبيح استعمال هذه الوسيلة، يثور التساؤل الآتي : ما مدى مشروعية هذا الأسلوب ؟

لقد احتدم الخلاف في أوساط القضاء في فرنسا حول هذا الموضوع . إذ ذهب اتجاه إلى إباحة هذه الوسيلة، في حين ذهب اتجاه آخر إلى رفضها لما تلحقه من خسائر بالمؤسسات الإنتاجية. إلا أن حسم هذا الخلاف باتجاه وسط يرى السماح للجمعيات استعماله بشرط ألا يمارس بصورة تعسفية إضراراً بالمهنيين، فإن ثبت هذا التعسف، قامت مسؤولية الجمعيات<sup>(1)</sup> .

أمّا 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 رفض البيع<sup>(2)</sup> .

ورغم ذلك هناك حالات قامت فيها الجمعيات بحثّ المستهلكين على المقاطعة وذلك في شهر رمضان 1989 بإصدار تعليمة تأمر من خلالها حث المستهلكين بمقاطعة اللحوم والمنتجات المطروحة في السوق . وما قامت به في شهر أوت 2013 بدعوة المواطنين على مقاطعة شراء الموز لارتفاع سعره بصورة جنونية .

لذا كان على المشرع الجزائري أن يقوم بسنّ نص قانوني يعترف للجمعيات القيام بهذا الإجراء صراحة وتنظيمه.

<sup>1</sup> - لموشية سامية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ملتقى وطني بالوادي حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، سالف الذكر، ص 287.

<sup>2</sup> - نصت المادة 15 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، سالف الذكر على ما يلي: (.....يمنع رفض بيع سلعة....) وجاءت المادة 35 من نفس القانون معاقبة بالغرامة من مائة ألف دينار 100000 د ج إلى ثلاثة ملايين دينار 3.000.000 د ج عن كل مخالفة.

وأخيراً يمكن القول أن نجاح الدعوة إلى المقاطعة يبقى مرهوناً بمدى استجابة المستهلكين والذي لن يتحقق إلا إذا كان هؤلاء على مستوى من الثقافة والوعي ودرجة من التنظيم والانضباط..

#### 4- الدعوة إلى الامتناع عن الدفع

بالإضافة إلى وسيلة المقاطعة كإجراء وقائي، هناك وسيلة أخرى وهي الامتناع عن الدفع، تمارس للضغط على المنتجين من قبل جمهور المستهلكين الذين هم في مركز ضعف<sup>(1)</sup>. إذ قد تطلب الجمعيات من المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن المنتوجات والخدمات إلى حين تلبية مطالبهم. مثلاً الامتناع الجماعي عن دفع الديون المستحقة لشركة إنتاج المياه أو مصلحة الكهرباء إلا إذا قامت هذه بتخفيض الديون<sup>(2)</sup>.

#### 5- مكافحة الإشهار الكاذب أو وقفه

يعتبر الإعلان التجاري وسيلة لتعريف المستهلك بخواص منتجاتهم وخدماتهم ومظهرها مهماً من مظاهر المنافسة المشروعة، ويجب أن يكون صادقاً ونزيهاً. إلا أن المنتجين قد يلجئون إلى الكذب لجذب المستهلكين لتحقيق أرباح طائلة ولو على حسابهم، وهذا هو الإشهار الكاذب<sup>(3)</sup>.

ولذلك تقوم الجمعيات لوقاية المستهلكين من الإشهار الكاذب عن طريق الإشهار المضاد أي توجيه انتقاد إلى المنتوجات والخدمات التي هي محل الترويج والمدح، لكن بشرط أن يكون هذا الانتقاد موضوعياً وعليها التأكد من صحة المعلومات التي تنشرها في المجالات وعدم استعمال الانتقاد بصورة تعسفية.

<sup>1</sup>-د/محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2008، ص 685.

<sup>2</sup>-بختة دندان، دور جمعيات في حماية المستهلك، ... مرجع سابق، ص6.

<sup>3</sup>-يعرف الإعلان الكاذب، بأنه الإعلان الذي يخرج عن الحدود المألوفة، وهو وسيلة تضليل المستهلك، كأن يذكر في رسالة إعلامية بتوافر مميزات معينة في المنتج، لكن في الحقيقة غير متوفرة فيه.

وعلى كل حال أنّ هناك مسؤولية تنتقر على عاتق هذه الجمعيات<sup>(1)</sup> إذا تعسفت في استعمال حقوقها سواء في حالة المقاطعة أو في حالة ممارستها للدعوى المضادة ، وهذا يعد خطأ مما يسبب ضررا للمنتجين والمهنيين.

وفي هذا الصدد ولتغطية هذه المسؤولية عالج قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات، سالف الذكر، حلاً يتضمن قيام الجمعية باكتتاب تأمين لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية، وذلك في المادة 21 منه والتي تنص على ما يلي: (يجب على الجمعية أن تكتتب تأميناً لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية).

أما وقف الإشهار الكاذب<sup>(2)</sup>، فله فعالية أكثر من اللجوء إلى القضاء للحكم بالتعويض، فهو طريق وقائي لأنه يضع حدا للنزاع ويحمي متلقيه من الوقوع في الخداع.

كما أن وقف الإعلان الكاذب والدعوى المضادة هما سلاحا لمكافحة جريمة الإشهار الكاذب. فالحبس والغرامة فهما عقوبتان غير فعالتان، لأن أحكام الحبس غالباً ما تصدر مع وقف التنفيذ وكذا الغرامات، فهي عقوبات غير فعالة بالمقارنة مع الأرباح التي يجنيها المهني<sup>(3)</sup>.

<sup>1</sup>-DIDIER Ferrier, La protection des consommateurs, DALLOZ 1996, p 69.

<sup>2</sup>- فقد منح المشرع الفرنسي في المادة 3 من القانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المتعلق بالدعوى الكاذبة ، للجمعيات بحق الإدعاء بالحق المدني أمام المحكمة الجنائية التي تنتظر في دعوى الدعوى الكاذبة. أنظر في هذا الصدد:

د/ ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية 2007، ص 107.

<sup>3</sup>-/ سي يوسف زاهية حورية، حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزائر، عدد 04 لسنة 2010، ص 199 .

أضف إلى ذلك أن قيمة الغرامة يتحملها المستهلك في النهاية في الأغلب الأعم من الحالات، إذ يضيفها إلى ثمن السلعة، وبالتالي فتتحول من عقوبة مفروضة على المعن إلى ضرر محقق بالمشتري<sup>(1)</sup>.

### ثالثاً- الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك أي ما يسمى بالحماية البُعدية للمستهلك:

إلى جانب الدور الوقائي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك ، فإن هذا لن يؤتي بنتيجة ما لم يدعم بدور آخر علاجي .ولذا تسعى دوما الدولة الحديثة إلى توفير الحماية البُعدية للمستهلك وذلك بالسماح له المطالبة بحقه عند الاعتداء عليه، ولكن هذا لن يتم إلا باللجوء إلى القضاء أي رفع دعوى قضائية . وعلى إثر ذلك تقرر المحكمة للفرد (المستهلك) حقوقاً إذا أنكرها الغير أو اعتدى عليها وتوقع الجزاء على المعتدي ، وهذا بهدف حمايته .

لكن يبقى التساؤل مطروحاً . هل يلجأ المستهلك فعلاً إلى القضاء إذا اشترى مثلاً منتجاً معيناً واثّبح أنه غير صالح للاستهلاك إما لغياب المواصفات أو لانتهاج تاريخ صلاحيته ؟

والإجابة على ذلك تتضح من خلال تبيان أهم العراقيل التي تواجه المستهلك في الدفاع عن حقوقه، ثم العمل على تجسيد دور الجمعيات في الدفاع عن المستهلك.

#### 1-الصعوبات التي تواجه المستهلك .

-غياب ثقافة الاستهلاك لديه، وهذه الظاهرة نلاحظها عند معظم الجزائريين الذين لا يدركون خطورة المنتجات إذا كانت مغشوشة أو غير سليمة.

<sup>30</sup>-د/ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت 2007،

-شعور المستهلك بعدم مواجهة المهني بصفة عامة والتاجر بصفة خاصة،  
المجهز بكل الإمكانيات البشرية و الوسائل المادية.  
- إدراكه بأن التعويض الذي سيحصل عليه من رفع دعواه زهيد جدا لا يعادل  
قيمة ما يتحمله من نفقات باهضة والجهد المبذول، أضاف إلى ذلك الوقت الذي  
ستستغرقه القضية من أجل الحصول على حقه .  
-إضافة إلى ذلك إهمال القضاء غالبا ملاحقة المخالفات المرتكبة من قبل  
المهنيين لكثرتها ولضآلة قيمتها، هذا من جهة وحتى لا يُرهق بدعاوى لا طائل  
له بها، من جهة أخرى (1) .

## 2-التجسيد القانوني لدور الجمعيات في الدفاع عن المستهلك

ونظرا لكل هذه الأسباب أصبح من الضروري جدًا تخويل ممارسة حق الدفاع  
إلى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن حقوق المستهلكين .فاستنادا إلى  
النصوص القانونية ، فإنها تتمثل في ما يلي:

--تقوم بمتابعة ومعالجة الشكاوى المقدمة إليها وإحالتها إلى الجهات الرسمية  
المختصة ،كمصلحة المنافسة والأسعار في حالة عدم الإعلان عن الأسعار أو  
المغالاة فيها كما ورد في المادة 44 الفقرة الأولى من الأمر رقم 03-03 مؤرخ  
في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة (2) والتي تنص على ما يلي: (يمكن أن  
يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة ويمكن للمجلس أن ينظر في  
القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو من الهيئات المذكورة في  
الفقرة 2 من المادة 35....)

<sup>31</sup>د/ السيد محمد السيد عمران، الحماية الإجرائية للمستهلك بين الدعوى الفردية والدعوى الجماعية ، مجلة الحقوق  
للبحوث القانونية والاقتصادية التي تصدر عن كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، عدد تذكاري ، الجزء  
الثاني ، 1992، ص 587.

<sup>2</sup> - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة. جريدة رسمية ، عدد 43 الصادرة في 20 يوليو  
2003.



يتضح من هذا النص أن لمجلس المنافسة النظر في القضايا المتعلقة بالأسعار والمغالاة فيها والتي يخطر بها من قبل المؤسسات والهيئات المذكورة في المادة 35 الفقرة 2 .

فمن بين الهيئات المذكورة ، جمعيات حماية المستهلك. ولها إخطار مصلحة رقابة الجودة وقمع الغش في حالة وجود غش في المنتجات.

--تساند المستهلك الذي يرفع دعوى قضائية من أجل الحصول على تعويض عن الضرر الشخصي الذي لحق به.

-- تتدخل في الدعاوى المرفوعة من قبل المستهلكين الذين يطالبون ببطلان الشروط التعسفية في عقد سبق إبرامه.

--لها حق رفع دعوى إلغاء الشروط التعسفية الواردة في عقود الاستهلاك النموذجية، وهذا ما أفّره المشرع الفرنسي في المادة 423 فقرة 6 من قانون الاستهلاك. فطبيعي أن معظم العقود التي تتم بين المهني و المستهلك نجدها غالبا ما تتجسد في عقداً إذعان وهذا ما يفتح المجال لوجود شروط تعسفية التي يفرضها المهني على المستهلك.

--لها أن تخطر لجنة البنود التعسفية بأي شرط تعسفي وارد في العقد المبرم بين المهني والمستهلك، وهذا طبقاً للمادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والبنود التي تعتبر

تعسفية<sup>(1)</sup> التي تنص على ما يلي: (يمكن اللجنة أن تخطر من تلقاء نفسها أو تخطر من طرف الوزير المكلف بالتجارة ومن طرف كل إدارة وكل جمعية مهنية وكل جمعية حماية المستهلكين أو كل مؤسسة أخرى لها مصلحة في ذلك).

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية. جريدة رسمية عدد 56، الصادرة في 11 سبتمبر 2006.

-لها حق التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها وهذا ما نصت عليه المادة 17 الفقرة الثالثة من قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات سالف الذكر .

-تتأسس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الفردي للمستهلك أو الأضرار الفردية التي لحقت بعدة مستهلكين تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، وهذا طبقاً للمادة 23 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر. وما نصت عليه أيضاً المادة 96 من الأمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالمنافسة. فهذه المادة أُدرجت في الباب السادس من الأمر والتي لم تلغ بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، سالف الذكر.

إلا أنّ هذه الجمعيات لا يمكنها ممارسة هذا الحق إلا إذا توافرت شروط معينة تتمثل في ما يلي:

-وجود مخالفة جزائية يتسبب فيها المهني . مثلا الغش في مكونات بعض المنتجات أو بيع السلع المقلدة .

- أن يمس الضرر مجموعة من المستهلكين الذين تضرروا من الخطأ الذي اقترفه نفس المهني.

- أن يكون الضرر من نفس المنتج المغشوش أو من ذات المصدر .

### خاتمة

تلعب جمعيات حماية المستهلك دوراً هاماً في بناء مجتمع تتلاحم فيه قواه واقتصاد وطني مزدهر، وذلك من خلال توعية وتغذية مواطنيه بروح استهلاكية مفيدة، تمكنهم من محاربة المخالفات والتجاوزات التي يرتكبها المنتجين بصفة خاصة والمهنيين بصفة عامة. ففي ظلّ العولمة وحرية تبادل السلع والخدمات، وتشجيع المنافسة أدّى إلى تراكم كثير من السلع التي غزت أسواقنا وخاصة المنتجات الصينية التي تفتقر في غالب الأحيان إلى

المواصفات، ورغم وجود ترسانة من القوانين التي تفرض الرقابة على المنتوجات المستوردة عبر الحدود سواء البرية أو البحرية أو حتى الجوية . إلا أن هذا لا يكفي بل أضحي المستهلك هو الضحية، ولذا على الجمعيات أن تبذل كل الجهود لمراقبتها.

لكن نلاحظ أن الدور الذي تلعبه الجمعيات في الميدان العملي قليل جداً بالرغم من الصلاحيات المخولة لها قانوناً. وهذا يرجع إمّا إلى نقص الوعي لدى الفرد الجزائري أو عدم درايته بدور هذه الجمعية وعدم الاتصال بها والانخراط فيها.

#### ولذلك أقترح التوصيات التالية:

- على الدولة أن تبذل مجهودات إضافية من أجل مساعدة هذه الجمعيات ماديا حتى تتمكن من تقديم حماية أفضل للمستهلك.
- منحها الدور اللائق بها عن طريق وضع في متناولها مختلف أجهزة الاتصال التابعة للدولة حتى تتمكن من إيصال المعلومات إلى الأشخاص في مناطق مختلفة من الوطن، وخاصة المناطق الريفية والنائية.
- تزويد هذه الجمعيات بمخابر خاصة يتسنى لها القيام بمهمتها في أحسن الظروف بدلا من التوجه إلى مخابر أخرى قد تكون بعيدة .
- تزويد هذه الجمعيات بوسائل أمنية تمكنها من أداء دورها في جوّ من الاطمئنان، لأنّ هناك حالات يتعرض فيها أفرادها لاعتداءات وإهانات من قبل المهنيين، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالدخول إلى مقر الإنتاج. وهذا كله يؤثر على ظهور هذه الجمعيات في الميدان.

-إشراك الجمعيات في جميع الهيئات الحكومية ذات السلطة في إصدار القرارات في مختلف المجالات وليس فقط في الهيئات الاستشارية، كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين<sup>(1)</sup>.

-إعطاء هذه الجمعية نفس المهام التي منحت لأعوان قمع الغش وخاصة تحرير محاضر المخالفات، لأنّ هذه الجمعيات في الواقع أقرب إلى المستهلكين من الأجهزة الأخرى.

- ضرورة تفعيل نشاط الجمعية بإشراكها في كافة اللجان المختصة بإعداد التقارير في مجالات مختلفة كالنقل والصحة والغذاء والإعلام وغيرها....

- ضرورة تعديل المادة 23 من قانون 09-03 سالف الذكر والتي تقتصر على تدخل الجمعيات في الدفاع عن المستهلك في حالة وقوع أضرار مشتركة من نفس المصدر ومست مجموعة من المستهلكين فقط . أمّا في حالة وقوع ضرر فردي للمستهلك وحده ، فلا تتدخل وهذا يعتبر قصور تشريعي وعلى المشرع تداركه. وأخيرا يمكن القول ، أن هناك توصية أساسية أركز عليها وهي على المستهلك أن يحمي نفسه بنفسه.

#### قائمة المراجع

- ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2007.
- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت 2007. علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، دار الهدى ، الجزائر 2000.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية 2000 .

<sup>1</sup>- نصت على ذلك المادة 24 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، سالف الذكر : ( ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك....).

- فريد عبد الفتاح زين الدين ، تخطيط ومراقبة الإنتاج، مدخل إدارة الجودة ، دار الكتاب المصرية 2000.

- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2008.

-DIDIER Ferrier, La protection des consommateurs, DALLOZ 1996.

-NEIRYNK (J),HILGERS(W), Le consommateur piégé, édition ouvrier ,paris 1973

#### المقالات:

- د/ بوتوشنت عبد النور، دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 12، سنة 2008.

د/ السيد محمد السيد عمران، الحماية الإجرائية للمستهلك بين الدعوى الفردية والدعوى الجماعية ، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية التي تصدر عن كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، عدد تذكاري ، الجزء الثاني ، 1992.

د/ سي يوسف زاهية حورية، حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزائر، عدد 04 لسنة 2010 .

-(D). FILALI ,(A). BOUCENDA , Concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, REVUE IDARA , N° 1, 1988 .

#### الملتقيات:

-بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية، سعيدة ، يومي 22 و23 أبريل 2008 .

-لموشية سامية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ملتقى وطني بالوادي حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي ، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي يومي 13، و14 أبريل 2008.

محمد البراق، مريزق عدنان، الدكتورة مليكة يحيات تومي، رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك، المنتدى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي يومي 13، و14 أبريل 2008.

مفيد أبو زنت، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني، مداخلة في المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة (نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية) خلال الفترة الممتدة من 16 إلى 17 أكتوبر 2012، رام الله، فلسطين.

#### مذكرة ماجستير:

فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003-2004.

#### النصوص القانونية:

#### نصوص تشريعية

قانون رقم 90-31 مؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات (الملغى)، جريدة رسمية، عدد 53 الصادرة في 05 ديسمبر 1990.

أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، عدد 43 الصادرة في 20 يوليو 2003.

قانون 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، جريدة رسمية، عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

قانون 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، عدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008.

قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15 الصادرة في 8 مارس 2009.

قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية، عدد 02 الصادرة في 15 يناير 2012.

#### نص تنظيمي

مرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية ،جريدة رسمية ،عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006.