

مقدمة الفصل الثاني :

أوكل المشرع للهيئات الإدارية والمدنية مسؤولية الرقابة على أعمال المنتج ودعمها بترسانة من النصوص القانونية لتؤدي وظائفها وتحقق أهدافها.

وتتدخل السلطة الإدارية المختصة في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل الإنتاج حيث تقوم بتحريات لرقابة مطابقة المنتجات بالنسبة للمتطلبات القانونية الخاصة بها.

وقد فتح المشرع المجال للمستهلكين للتكثف في جمعيات غرضها حماية أنفسهم ووضع بين أيديهم الأدوات القانونية الضرورية للوصول إلى أغراضهم النبيلة.

المبحث الأول: صلاحيات مديرية التجارة في حماية المستهلك.

تعتبر المديرية الولائية للتجارة تابعة عضويا لوزارة التجارة فهي التي تمثلها على مستوى التراب الولاية هذا من ناحية ومن ناحية أخرى تتبع مديرية التجارة أقسام اقليمية تنشأ اذا اقتضى ذلك حجم النشاط الاقتصادي و التجاري أو تباعد التجمعان السكانية عن المقر الولاية.¹

و سنتناول في مبحثنا هذا مطلبين حيث سنتحدث في المطلب الأول عن الاطار القانوني لمديرية التجارة لولاية بسكرة و دور مديرية التجارة في حماية المستهلك (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: الإطار القانوني لمديرية التجارة

سنقوم بتعريف مديرية التجارة (فرع الاول) ثم سنتطرق الى تشكيلة مصالح المديرية الولائية للتجارة لولاية (فرع الثاني) ثم مهام المديرية الولائية للتجارة لولاية

الفرع الأول: تعريف مديرية التجارة .

مديرية التجارة هي ادارة عمومية ذات طابع محلي تابعا وطنية ووظيفيا لوزارة التجارة و تسمى بالمصالح الخارجية.

أصبحت تسمى بالمديرية الولائية للتجارة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 و التي من مهامها تنفيذ سياسة الوطنية المقرر في ميادين التجارة الخارجية و المنافسة و الجودة و تنظيم النشاطات التجارية و المهن المقتتنة و الرقابة و قمع الغش.²

1)عمار زعبي .حماية المستهلك من الاضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في

الحقوق تخصص قانون اعمال .كلية الحقوق والعلوم السياسية .جامعة بسكرة .2012/2013 .ص138.

2)www.dcwaindefla.dz.11/05/2017.20:33.

الفرع الثاني: تشكيلة مصالح المديرية الولائية للتجارة

وفقا للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 رمضان عام 1432 الموافق ل 16 غشت 2011¹ يتضمن المديرية الولائية للتجارة و المديرية الجهوية ستكون مديرية التجارة لولاية بسكرة من:

1- مصلحة حماية المستهلك و قمع الغش: والتي تقوم بالنشاطات التالية

- المراقبة و السهر على مطابقة المنتوجات و الخدمات.
- انجاز التحقيقات المتخصصة في المجال الصناعي الغذائي و الخدماتي.
- المتابعة الملفات و مراقبة الاحداث الانتاجية في اطار ترقية منتوجاتها.
- متابعة الملفات المتخصصة (الرخص المسبقة للمواد التي تشكل خطرا من نوع خاص مواد التجميل و التنظيف البدني).
- المتابعة المستمرة للملفات المتعلقة ببنك المعلومات.
- القيام بالعمل التحسسي و التوعوي لفائدة المستهلك و المتعامل الاقتصادي من خلال تنظيم (خرجات ميدانية أيام اعلامية ملتقيات حصص اذاعية معارض قافلة وطنية تحسسية).
- التكفل بشكاوى و انشغالات المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين.

2- مصلحة ملاحظة السوق و الاعلام:

من صلاحية هذه المصلحة القيام بالنشاطات التالية:

- دراسة المشاريع و الصفقات العمومية.
- تنظيم أسواق الجملة و الاسواق الأسبوعية.
- تسليم الرخص و الاعتمادات للأنشطة التجارية المقننة.

(1)القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 رمضان عام 1432 الموافق ل 16 غشت 2011 يتضمن المديرية الولائية للتجارة والمديرية الجهوية للتجارة في المكاتب.

-المتابعة اليومية لتطورات الأسعار و تحوین السوق المحلية من ناحية وفرة المواد واسعة الاستهلاك و ابلاغها للجهات المعنية.

-متابعة تطورات الانتاج و تحديد مستويات المنتج للوحدات الانتاجية بالولاية.

-التكفل بشكاوى و انشغالات المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين.

3-مصلحة مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة:

من بين نشاطاتها:

-مراقبة الممارسات التجارية لجميع الانشطة كما تسهر على انجاز التحقيقات المتخصصة و كذا الأفعال المنافية للمنافسة.

-التكفل بشكاوى و انشغالات المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين.

4-مصلحة المنازعات و الشؤون القانونية:

-تقوم بفحص و دراسة المحاضر الرسمية و تشكيل ملفات المتابعة القضائية و تحويلها الى الجهات القضائية للفصل فيها.

-اصدار الحصائل الشهرية الثلاثية السداسية و السنوية لنشاط الأعوان في مجالي المقايمة الاقتصادية و قمع الغش.

5-مصلحة الادارة و الوسائل:

-تقوم باستخراج كل الوثائق التي تخص الموظف بالاضافة الى تسيير المسار المهني للموظف الى غاية الاحالة على التقاعد.

-التنسيق مع المصالح الأخرى فيما يخص عمل الكل حسب تخصصه.

الفرع الثالث: مهام المديرية الولائية للتجارة ببسكرة.

وفق لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 10 رمضان 1424 الموافق ل 5 نوفمبر 2003¹ الذي نص على تنظيم و مهام المصالح الخارجية للوزارة فان مهام المديرية الولائية للتجارة تتمثل في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميدان التجارة الخارجية و المنافسة و الجودة و تنظيم النشاطات التجارية و المهن المقتتنة و الرقابة الاقتصادية و قمع الغش.

حيث تكلف بهذه المهام التالية:

- السهر على تطبيق التشريع و التنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية و الممارسات التجارية و المنافسة و التنظيم التجاري و قمع الغش.
- السهر على احترام القواعد المتعلقة بالمنافسة و ضمان و مراعاة شروط التنافس السليم و التريبة بين المتعاملين الاقتصاديين.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف الى تحسين ظروف انشاء و اقامة ممارسة النشاطات التجارية و المهنية.
- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي و التنظيمي المتعلقة بممارسة المهن المتقنة.
- وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الادارة المركزية في مجال تأطير و ترقية الصادات.
- تنسيق و تنشيط نشاطات الهياكل و الفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة ترقية التبادلات التجارية الخارجية.

(1) المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 10 رمضان 1424 الموافق ل 5 نوفمبر 2003. الذي ينص على تنظيم مهام والمصالح الخارجية للوزارة.

- المساهمة في اعداد نظام معلوماتي متعلق بالمعاملات الجارية الخارجية.
- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية و قمع الغش و اقتراح كل التدابير الزامية الى تطوير و دعم وظيفة الرقابة.
- المشاركة مع الهيئات المعنية في جميع الدراسات و التحقيقات في مجال الجودة النظافة الصحية و الأمن المطبقة على المنتجات و الخدمات.
- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين و المستهلكين في مجال النوعية و امن المنتجات و النظافة الصحية.
- ضمان تنفيذ برامج النشاط ما بين القطاعات بالتعاون مع الهياكل المعنية.
- تنظيم تسير الشؤون القانونية و المنازعات المرتبطة نشاط المراقبة و متابعة تطبيق قرارات العدالة و التكفل عند الاقتضاء.
- المساهمة في وضع نظام اعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للاعلام.
- اعلام و تحسيس المتعاملين الاقتصاديين و المستهلكين.
- المساهمة في تطوير و تنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذات صلة بصلاحياتها.
- التكفل بالشكاوي و انشغالات المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين.

المطلب الثاني : دور مديرية التجارة في حماية المستهلك

سنتناول في مطلبنا هذا دور مديرية التجارة في حماية المستهلك في مجال الاعلام بالأسعار (فرع أول) و دورها في تقديم الفاتورة (فرع الثاني) و دورها في منع السلعة (فرع الثالث) منع البيع التمييزي (فرع الرابع).

الفرع الأول: دور مديرية التجارة في اعلام المستهلك بالأسعار.

تنص المواد 04 الى 08 من القانون 02/04 على الزام المهني على المستهلك بالاسعار و التعريف و الشروط البيع حينما يريد اقتناء هذه المقتنيات.

أولا - الاعلام بالأسعار:

أقر المشرع الجزائري أول قانون 12/89 الصادر في 1989/07/05 المتعلق بالأسعار¹ بعد الدخول في سياسة الاقتصادية و التحول الى الاقتصاد الحر و قد تم الغائه بموجب الأمر 06/95 المؤرخ في 1995/01/25 و التعلق بالمنافسة² الذي ينص على اشهار التعبير من طرف كل مهني أو تاجر بريد يبيع منتج في السوق الجزائرية الى ان قانون 02/04 الذي تنص المادة 04 منه على ما يلي " يتولى البائع وجوبا اعلام الزبائن باسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع"

و اشترط أن تكون الاسعار مرئية و مقروءة للجميع و ان تكون طبقا للموصفات المعمول بها في المرسومين التنفيذيين 366/90³ و 367⁴/90 الاول يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و الثاني بوسم الغذائية و عرضها حيث يظهر جليا هنا دور مديرية التجارة في متابعة هذه الأعمال و مراقبة الأعوان الاقتصاديين و مدى التزامهم بهذه المراسيم.⁵

(1) القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج ر العدد 29 المؤرخ في 1989/07/19.

(2) الامر 95-06 المؤرخ في 25/01/1995 والمتعلق بالمنافسة ج ر العدد 09 لسنة 1995.

(3) المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10/11/1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية ج ر عدد 50 سنة 1990

(4) المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10/11/1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية ج ر عدد 50 سنة 1990.

(5) انظر المراسيم التالية:

* مرسوم تنفيذي رقم 90-84 المؤرخ في 16 شعبان 1410 هـ الموافق لـ 13 مارس 1990 يضبط اجراء التصريح بالاسعار عند انتاج السلع والخدمات ج ر عدد 11 سنة 1990.

* مرسوم تنفيذي رقم 90-83 المؤرخ في 16 شعبان 1410 الموافق لـ 13 مارس 1990 يضبط شروط تحديد الاسعار عند الانتاج والاستيراد وكيفيات ذلك ج ر عدد 11 سنة 1990.

* قرار مؤرخ في 23 شعبان 1410 الموافق لـ 20 مارس 1990 يتعلق باشهار الاسعار.

و يعني اعداد و نشر و تطبيق ضوابط معينة أي مطابقة من حيث تحديد خصائص كل منتج و طرف اخيار و نظام العلامات و هذا تطبيقا لأحكام المادة 03 من القانون 02/89¹ التي تنص " يجب أن تتوفر في المنتج أو الخدمة الذي يعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية و التي تهمه و تميزه" .

بحيث يكون هذا التزام من التاجر سواء كان منتجا أو بائع وهو شرط مقرر لصالح كل مشتري يريد خدمة سواء لإعادة البيع و للاستهلاك الشخصي و يكون بالاشياء التالية و التي وضعتها المادة 02 من الأمر 06-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات.²

ثانيا الاعلام بالبيانات و التعريفات :

على المهني أن يبلغ المشتري و اعلامه بالبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المراد أدائها هذا ما نصت عليه المادة 08 من القانون 04-02 السابق بقولها " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأنه طريقة كانت و حسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة و الصادقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة " .

وقد أكدت المادة 17 من القانون 09-03 المتعلقة بالمنافسة و قمع الغش " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للمستهلك بواسطة الوسم ووضع علامات أو أية وسلية أخرى مناسبة و كذلك لا بد أن يتم تحرير البيانات و المعلومات باللغة العربية و يمكن كذلك لغة أو لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلك بالفرنسية أو غيرها".

*مرسوم تنفيذي رقم 90-87 المؤرخ في 16 شعبان 1410 هـ الموافق لـ13 مارس 1990، يتعلق بطريقة تحديد قواعد اشهار الاسعار، ج ر عدد 11 سنة 1990.

*مرسوم تنفيذي رقم 90-88 المؤرخ في 16 شعبان 1410 هـ الموافق لـ13 مارس 1990، يتضمن تصنيف المنتجات والخدمات الخاضعة لنظام الاسعار المفتة، ج ر عدد 11 سنة 1990.

*مرسوم تنفيذي رقم 90-89 المؤرخ في 16 شعبان 1410 هـ الموافق لـ13 مارس 1990، يتعلق بضبط الحد الاقصى لهوامش الربح عند الانتاج والتوزيع، ج ر عدد 11 سنة 1990.

(1) القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 27/02/1989 ج ر عدد 6 سنة 1989 (ملغى).

(2) انظر المادة 02 من الامر 06-03 المتعلق بالعلامات، المؤرخ في 2003/07/19 ج ر عدد 44 سنة 2003.

و عليه اعتبر ها القانون أن الاعلام بالبيانات يكون عن طريق الوسم و العلامات أو وسيلة أخرى تناسب الشيء المعروض للبيع و يجب ان يحزر باللغة العربية لأنها أساسية¹ و يمكن إضافة لغة أو لغات أخرى حسب طبيعة المنتج.

و الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام بالبيانات و التعريفات التي توضح للمستهلك مميزات المنتج و الخدمات المقدمة هو الحماية من الغش و الخدمات الرديئة التي يمكن أن تحدث.

ثالثا الاعلام بشروط البيع :

أضاف المشرع الجزائري في المادة الثامنة² من القانون 04-02 على المنتج أو المهني التزام آخر وهو الاعلام بشروط البيع أي اعلام المستهلك بال ائمن و طريقة الدفع سواء بالحاضر أو بالدفع المؤجل و كيفية التسديد عند الاقتضاء .

الفرع الثاني: دور مديرية التجارة في الالتزام المهني بتقديم الفاتورة.

الزم المشرع الجزائري في المادة العاشرة من القانون 04-02 على المهني أو المنتج بتقديم فاتورة أو وثيقة قانونية أخرى اذا طلبها المستهلك حيث نصت الفقرة الأولى منه على " يجب أو يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة " و أضاف الفقرة الثانية " يلزم البائع بتسليمها و يلزم المشتري بطلبها منه و تسليم عند البيع أو عند أداء الخدمة " وقد عدلت المادة الثالثة من القانون 10-06³ المؤرخ في 15-08-2010 المعدل و المتمم للقانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أضافت عبارة "مصحوبة بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها " في الفقرة الأولى و تكمن أهمية هذه الوثيقة من عدة نواحي فهي من ناحية كثبت مسؤولية المهني عند اصابة المستهلك بصرر جراء استهلاكه هذا المنتج ومن ناحية أخرى وسيلة اعلام من حيث أنها

(3) القانون رقم 05/91 المؤرخ في 16/01/1991 المتضمن استعمال اللغة العربية ج ر عدد 03 المؤرخة في 16/01/1991.

(1) انظر المادة 8 من القانون رقم 02/04 المشار اليه سابقا.

(2) القانون 10-06 المؤرخ في 15/08/2010 المعدل والمتمم للقانون 04-02 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 46 المؤرخ في 18/08/2010.

تقدم معلومات مهمة للمنتج المقتني¹ و بالرغم من هذا لم يعرفها المشرع في هذا القانون بل اعتبرها شرط الزامي لتقديمها للمستهلك و عدم تتصل البائع من تقديمها و هذا جعل التعاملات التجارية بين المنتج و المستهلك واضحة و كضمان لتقديم هذا المنتج أو العدل عنه .

الفرع الثالث: دور مديرية التجارة في منع البيع.

قد نص المشرع في القانون 04-02 و من قبله القوانين الأخرى المتعلقة بهذا الشأن التي تؤكد على رفض أي تاجر لبيع أي منتج معروض في محل تجاري أو أداء أي خدمة دون مبرر شرعي و قد نصت المادة 15 من القانون 04-02 على أنه " تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع يمنع رفض البيع سلعة أو تأدية خدمة دون مبرر شرعي اذا كانت السلعة معروضة للبيع و كانت خدمة متوفرة "

و الهدف من هذا النص هو تحقيق الوفرة للمنتوجات و السلع و عرضها للجمهور و عدم احتكارها و التمييز في بيعها من طرف التجار حتى لا ترفع أسعارها و تؤثر سلبا على المستهلك لان الأصل في كل الأشياء المعروضة في المحل التجاري للبيع إلا ما استثنى بإعلام أن هذه القطعة مخصصة للعرض فقط و سوف يوفر المهني منها قطع أخرى للمبيعات أو تالفة لا يمكن اقتنائها حتى لا تعود بالضرر على المستهلك و سوف تسحب من المحل في وقت لاحق.

و يعتبر رفض بيع المنتج الموجه للاستهلاك هو عمل سلبي يصدر من قبل المهني ووجود سلع لديه كما هو معمول به عند بعض التجار التي تتمسك بمدأ حرية التجارة و الصناعة المكرس في المادة 37 من دستور 1996² و التي تنص على " حرية التجارة و الصناعة مضمونة و تمارس في اطار القانون ."

(3) زعبي عمار ,مرجع سابق ,ص111.

(1) دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1996 الصادر بالمرسوم الرئاسي رقم 432/96 المؤرخ في 1996/12/7 ج ر عدد 76 مؤرخ في 1996/12/8.

و لذلك حدد المشرع لرفض منع البيع شروط في الفقرة الثالثة من المادة 15 من القانون 02-04 وهي:¹

- 1- أن يتم الرفض بصفة فعلية,
- 2- أن لا يكون الا امتناع الشرع يقصد به انعدام السبب القانوني الذي يببر امتناع البائع للبضاعة.
- 3- تأثير رفض البيع على مصلحة المستهلك مثل ندرة الحليب في شهر رمضان أو أيام الفطر هنا يباع هذا المنتو جالا عن طريق الحاباة أو التمييز و قد يحصل من الهني رفض البيع رغم توفر السلعة لديه.
- 4- منع رفض البيع بمكافأة حتى يعتبر البيع بالمكافأة ممارسة غير شرعية معاقبة عليه لابذ من توافر شروط هي:

(1) أن يوجه البيع أو يقدم للمستهلك

(2) أن تكون المكافأة مختلفة عن محل البيع الرئيسي

(3) أن يكون تقديم المكافأة مجانا

الفرع الرابع: دور مديرية التجارة في منع البيع التمييزي.

يقصد بالبيع التمييزي أو اعادة البيع بالسعر الأدنى هو الأضرار بالأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من أجل تنظيم التعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين و قد أشارت المادة 18 من القانون 02-04 حيث نصت على ما يلي " بمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس أي نفوذ على أس عون اقتصادي آخر أو يحصل منه على أسعار أو أجال دفع أو شروط بيع أو كفيات بيع أو علة شراء تمييزي لا يببره مقابل حقيني يتلائم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النهزية و الشريفة " .

(2)كيموش نوال 32.

من خلال هذه المادة تدخل المشرع لتنظيم سوق العمل التجاري من كل ابتزاز يضر بالمتعاملين الاقتصاديين فقد يتحمل أن تكون له فائدة للمستهلك وهي تكون أنية و التي منها توفير السلع بكثرة في سوق مما يؤدي الى انخفاض أسعارها و هنا تدخل سياسة العرض و الطلب.

وقد حذرت المادة 19 من القانون 04-02 من اعادة البيع بالسعر الأدنى¹ حيث منعت السلع من سعر تكلفتها الحقيقي وهذا للأضرار بجماعة الأعوان الاقتصاديين المتواجدون في السوق و الذين لهم نفس السلع المباعة و المطلوبة لدى المستهلك .

غير ان هذه المادة في فقراتها الأخيرة استتشت بعض من السلع على سبيل الحصر و المحددة في هذه المادة و المتمثلة في:

-السلع السهلة التلف و المهدة بالفساد السريع.

-السلع التي يبث بصفة ارادية أو حنيمة بسبب تغير نشاطه أو انهاء أو حكم قضائي.

-السلع الموسمية و كذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا.

-السلع التي تم التموين منها أو يكون منها من جديد بسعر أقل و في هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لاعادة البيع يساوي سعر اعادة التموين الجديد.

-المنتجات التي يكون فيها سعر اعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط الا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة.

(1) المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 22 جمادى الاولى عام 1427هـ الموافق ل 18 يونيو 2006 يحدد شروط وكيفية ممارسة البيع ج ر عدد 41 سنة 2006.

المبحث الثاني: جمعيات حماية المستهلك.

ان الجرائم الماسة بالمستهلك استوجبت تكاثف الجهود على المستوى الداخلي لكل دولة لذا نجد المشرع الجزائري أولى الحركة الجمعوية أهمية كبيرة نظرا لما تقدمه من مساعدات لجمهور المستهلكين في سبيل الحصول على حقوقهم في اطار القوانين السارية كما يتعين ان تشكل هذه الجمعيات على نحو يجعلها قادرة علة تقديم الرأي و المشورة في اطار نظام اقتصاد السوق.

سنتناول في مبحثنا هذا مطلبين حيث سنتحد عن الاطار القانوني لجمعية حماية المستهلك (مطلب الاول) ثم دور الجمعيات حماية المستهلك (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: الاطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك.

سنتناول في مطلبنا هذا التعريف الجمعية حماية المستهلك (فرع الأول) ثم ظهور جمعيات حماية المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلك.

تعريف جمعية حماية المستهلك على أنها " هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه و توجيه و تمثيله.¹

و عرفت كذلك على أنها" تعتبر جمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة " للملاحظ على هذا التعريف الذي اوردته المشرع في الجمعيات انه جاء عاما يصلح لاي جمعية سواء كانت لحماية المستهلك أو لغيره.

(1) المادة 1/21 من ق 03-09 الصادر في 2009/02/25.

اما التعريف الذي قدمه المشرع في قانون حماية المستهلك يظهر انه يميل الى الحديث عن اهدافها من اعلام و تحسيس و توجيه و تمثل عموم المستهلك و الدفاع عنهم لتحقيق مصالحهم المختلفة.

لذا كان من الاجدر ان يفصل المشرع بين تعريف الجمعية وبين تعازا اهدافها لذلك يفضل أن يكون التعريف مؤجرا و معيرا عن حقيقته الواقع دون الافراط في الحديث عن الاهداف فنبتعد بالتالي عن المقصود

الفرع الثاني: ظهور جمعيات حماية المستهلك

يعود انتشارها في البلدان الصناعية لاكثر من عشرين (20) سنة¹ غير أنها لم تظهر في الدول النامية الا حديثا.

ففي الجزائر ظهورها حديث نسبيا و قليلة الانتشار مهمتها الأساسية حماية المستهلكين يمكن ان تكون وطنية بمعنى يمتد نشاطها لمجمل الوطن مثل الجمعية الوطنية لحماية المستهلكين) المنشأة في الجزائر عام 1988 و كذلك جمعية المصلحة و الدفاع عن المستهلك (Aapc) المنشأة عام 1989 LDEC.

حيث يمكن ان تكون الجمعيات جهوية أو محلية منحصرة في مجال جغرافي محدد ومن الطبيعي أن تكون أكثر من حيث العدد مثل الجمعيات المشكلة في الجزائر وهران بجاية . أما على المستوى ولاية بسكرة فتوجد جمعيتين لحماية المستهلك هما جمعية اليقظة لحماية -المستهلك و جمعية أمان لحماية المستهلك.

حيث دعت جمعية أمان لحماية المستهلك لمقاطعة السردين عام 2015 بسبب الارتفاع الجنوني و غير المسبوق لاسعارها ذلك لاعتبار السردين جزأ لا يتجزأ من الدورة الغذائية للجزائريين و ليس مجرد مادة كاملية.

1)يرجع تاسيس جمعيات المستهلك الى الحركات الامريكية وهذا تنديدا بغلاء المعيشة وطالبت بتحسين النوعية.

أما عن تشكيلتها فقد نص عليها القانون رقم 06-12 على أن تؤسس الجمعيات بحرية فأن الجمعيات حماية المستهلكين لم تعد تخضع لاجراء الاعتماد بحيث تشكل بمجرد تصريح عادي.

و الجدير بالذكر أن التصريح الانشاء يودع من طرف الأعضاء المؤسسين اما لدى الوالي اذا كان الأمر يتعلق بالمجال الاقليمي و اما لدى وزير الداخلية وذلك بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

و لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 02-89 و املغى بموجب القانون رقم 02-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث انشائها و تنظيمها و يسرها فقد نظمه المشرع بموجب القانون 31-90 المتعلق بالجمعيات حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة و كذا تمتعها بالشخصية و الأهلية المدنية بمجد تأسيسها.¹

المطلب الثاني: دور الجمعيات حماية المستهلك.

سنتناول في مطلبنا هذا الدور الوفائي لجمعيات حماية المستهلك (فرع اول) ثم سنتطرق الى الدور العلاجي لها في حماية المستهلك (الفرع الثاني) .

الفرع الاول الدور الوفائي لجمعيات حماية المستهلك

حيث يتمثل دورها هنا في الاجراء الذي تباشره قبل المساس بصحة و امن المستهلك و حمايته من الأضرار التي قد تلحق به من طرف المهنيين الأمر الذي يتطلب متابعة مستمرة من طرف هذه الجمعيات قصد تحسيس اعلام و مراقبة الجودة و الأسعار.

أولاً: دور الجمعيات في تحسيس و اعلام المستهلك.

هو دور أساسي للجمعيات تعليم المستهلكين و تنبهم الى قواعد النظافة و تعريفهم بحقوقهم و الدفاع عنهم و التصرف بأكثر يقظة و اكثر شدة تجاه الاعوان الاقتصاديين و كلما كانت قريبة من الميدان و من السكان المحليين كلما كانت فعالة و صوتها مسموع يمكن للجمعيات

1)م 16 من ق رقم 31-90 المتعلق بالجمعيات.

اقامة معارض و قوافل و اقامة جناح في السوق و الدلاء بحوارات صحفية و المشاركة في البرامج اذاعية او المقالات أو الجرائد..الخ.

تسعى حماية المستهلك الى تحسيس المواطنين عامة و المستهلكين خاصة ومن أجل ذلك تلجأ الى استعمال وسائل الاعلام المختلفة مثل التلفزيون الاعلام الاشهار و تنظيم المحاضرات و تلعيق الملصقات و المطبوعات و الوثائق حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته كما أن اسلوب التحسيس لا يقتصر فقط على المستهلك فحسب وانما يجب أن يصل الأصحاب القرار ومنال ذلك مجلس المنافسة حيث نصت المادة 2/35 من القانون 08/12 المتعلق بالمنافسة " أنه يمكن أن نستشيريه في المواضيع نفسها الجماعات المحلية و الهيئات الاقتصادية و المادية و المؤسسات و الجمعيات المهنية و النقابية وكذا جمعيات المستهلكين "

ثانياً: دور جمعيات حماية المستهلك في المراقبة الأسعار.

ان جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار و لا هي تضلل السلطة التي تحول لها ذلك و لكن لا نغالي اذا قلنا لها القدرة على التأشير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر من خلال تشكيل رأي عام ضابط على محتوى السلع و الخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.

و يتمثل دورها هنا في مراقبة الاسعار و اشعارها و كذا مطابقة السلع بالجودة و يشبه دور الجمعية هنا الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة و قمع الغش و الأسعار اذا اعترف لها المشرع بالمنفعة العامة أو العمومية وفقاً للشروط و الكيفيات التنظيمية المعمول بها قانونياً.

وعليه فإن هذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع و الخدمات على المستهلكين سواء من قبل منتجين وطنيين أو أجنبان فتقوم هذه الجمعيات بمساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة و يتقاسم المسؤولية في المراقبة الأسواق و تطهيرها و ضبطها كتسقيق لأسعار و سحب المنتوجات التي لا تتطابق مع المواصفات و المقاييس المحررة قانوناً انصافاً لحماية المستهلك مادياً و صحياً و أمناً.

و بالرغم من المخالفات التي تعانيها جمعيات حماية المستهلك حيث تقوم باختيار السلطات المختصة الا أن القانون لم يمنحها أية سلطة رقابية و لم يخول لها القيام باجراءات كالتى منحت لأعوان مصالح مراقبة و ضباط أعوان الشرطة القضائية كالبحث عن المخالفات تفحص المستندات التجارية و الجالس حرية الدخول الى المحلات التجارية و اماكن الانتاج و التخزين و للقيام بتحقيقات و تحرير محاضر.

الفرع الثاني: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك.

يقصد بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك تطبيق قوانين ردعية تدافع عن حقوق المستهلك في حالة اصابته بالضرر. فهو الاجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية

أولاً: التمثيل امام الهيئات الاستشارية.

لجمعيات دور أساسي في تمثيل المستهلكين امام الجهات العمومية فهي صوت المستهلكين الذين لا يملكون الوسائل للتعبير بصفة مباشرة فهي تمثلهم امام هذه الهيئة التي تملك فيها دوراً فعالاً في الدفاع عن مصالح المستهلكين بالاضافة الى ممثلين مهنيين و ممثلين السلطات العمومية.

1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين و الذي يبدي آرائه و يقترح اجراءات قصد تنمية و ترقية سياسة حماية المستهلكين.

2- لجنة البنود التعسفية و مقرها الوزارة المكلفة بالتجارة تكلف هذه الاستشارية لايسحاب بالبحث عن البنود التعسفية في العقود الاذعان و صياغة اقتراحات ترفع الى الوزير.¹

ثانياً: التمثيل أمام المحاكم.

يمكن لجمعية حماية المستهلك أن يأسس كطرف مدني باسم المستهلك ألحق به ضرر تسبب فيه المتدخل فتختلف الدعاوى التي ترفعها هذه الجمعية فنذكر منها:

(1) الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك.

(1)وزارة التجارة ,مرجع سابق ,ص25.

تعد الفكرة المصالح الجماعية المشتركة غير واضحة كفاية فقد أثارت صعوبة في تحديدها لأنها تقع على الحدود بين المصالح الفردية و التي يتولى حمايتها الفرد المتضرر و بين المصالح الجماعية على انها "المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد تجمعهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضا معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك أو غيرها وهي ليست مجموع المصالح الفردية لهؤلاء الأفراد" وتعرف كذلك بأنها " مجموعة الحقوق و الامتيازات الجولة للمستهلك بموجب قوانين و كتتنظيمات خاصة".

حيث يمكن أن تأسس جمعيا حماية المستهلك كطرف مدني طبقا لقانون 09-03 المادة 23 و تطالب بحقوق لصالح المستهلكين و لكن بشروط:

1- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي حتى يتسنى لهذه الجمعيات الداء مدنيا أمام القضاء الجزائري.

2- لا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة القاضي التحقيق لدى كتابة الضبط للمحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضاة المادة 75 من الامر 66-175 معدل و متمم.

3- ان يختار مواطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقا لنص المادة 76 من قانون الاجراءات الجزائية وهو ما أكدته المحكمة العليا في قرار الصادر عنها تقضي فيه بوجوب أن يختار المدعي المدني مواطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق المرفوع امامه الادعاء.

4- لا بد أن يكون القاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء مختصا اقليميا و الا أن يأمر باحالة المدعي المدني الى الجهة القضائية المختصة.¹

(2) الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين.

(1) زويير ارزني ,مرجع سابق ,ص 213-214.

بالرجوع الى نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش نجد انها تنص على هذا الحق في حال تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لاضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك و عليه فان رفع دعوى من طرف الجمعية يلزم توفر شرطين هما ان تكون الأضرار التي لحقت باستهلاك سببها نفس المتدخل.

أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي و يمكن أن نعطي مثالا في هذا الصدد ما يقوم به بعض المحترفين في مجال التأمين اذا تقوم باضافة بنود تعسفية في عقد التأمين الامر الذي يجعل المستهلك غير قادر على تنفيذه.

فهنا يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتدخل الى جانب الطرف الاخر أمام مختلف الهيئات القضائية للدفاع عن المصالح الفردية و الجماعية للمستهلك و ذلك بطلب حذف الشروط التعسفية في العقود الموجهة للمستهلكين.

ثالثا: الدعوى الى المقاطعة.

يتمثل أسلوب المقاطعة في العملية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم عن الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة وما يلاحظ أن القضاء تردد في تحديد موقفه بخصوص أسلوب المقاطعة لما لها من عواقب وخيمة فيرى بأنه يكفي تضررها بأسلوب تهديدي فالخشية منها كافية لردع التجار.¹

وهنا فرق بين أسلوب المقاطعة و أسلوب الدعاية المضادة فهذه الأخيرة تعني مجرد تزويد المستهلك بمعلومات حقيقية و عن خطورة السلعة أو الخدمة المقدمة له أما الامتناع عن الشراء أو الدعوى للمقاطعة فيذهب أبعد من ذلك حين يتضامن جمهور المستهلكين على مقاطعة السلع و الخدمات و ان كانت كلاهما بسبب خسائر جسيمة للمحترف.

ومن الأمثلة على ذلك ما قامت به جمعية بسكرة على التداوي بالاعشاب ذلك لما سببه هذا العلاج من اضرار على المستهلكين و كذلك ما قامت احدى جمعيات المستهلك في الجزائر

1) زويير ارزني، مرجع سابق، ص 217.

قبل شهر رمضان لسنة 2012 على اثر غلاء المعشية بدعوتها الجمهور المستهلكين بمقاطعة اللحوم نوعيتها البيضاء و الحمراء.

ولا شك ان مقاطعة المستهلك المنتج معين لا يترتب ضده أي مسؤولية و اكن اذا قامت الجمعية باصدار تعليمة المقاطعة من شأنها الاضرار بالمهنيين و امام عدم المنح المشرع الجزائري لهذا الاجراء فالاصل هو مشروعية مع الاخذ بعين الاعتبار الشروطه وهي:

- ان يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استفادة كل الصرق التي تخمي المستهلك.

- أن يؤسس أمر المقاطعة.

خلاصة الفصل الثاني :

إن الإجراءات المتخذة في إطار الحماية الجماعية للمستهلك سواء التي تتخذها المديرية الولائية للتجارة أو التي تتخذها جمعيات حماية المستهلك ,كلها غرضها النهائي تحقيق توازن في العلاقة بين المستهلك والمنتج ,وكفالة وضمان حماية أفضل له .

ويضل دور الهيئات الإدارية مهما لا غنى عنه لتكملة النقص والوقوف ضد الانتهاكات الدائمة التي يتعرض لها المستهلك في حقوقه المختلفة .