

الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك

الأستاذة سي يوسف زاهية حورية (كجار)¹

مقدمة

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 دورها 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 أن المستهلك وحده لا يستطيع حماية حقوقه لوحده بل يحتاج إلى جهاز يعده بالنصح ويعرض عليه كل انشغالاته. ولذلك ظهرت فكرة الجمعيات وتأكدت لمساندة هذا المستهلك لكونه طرفا ضعيفا في مواجهة المهنيين. فمهمة هذه الجمعيات، هي وقاية المستهلك من أضرار المنتجات ومخاطر الخدمات التي تزداد يوميا، وكذا تمثيله والدفاع عنه قضائيا للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق به تجاريا أي كما يطلق عليها البعض الحماية التجارية والأضرار الجسدية (الحماية الصحية)².

وسأقتصر في هذا البحث على دراسة الدور الوقائي أي الرقابة التي تمارسها الجمعيات كآلية وقائية أي القضاء على الخطر الذي يهدد المستهلكين. لذا يثار التساؤل التالي : فيما تتمثل هذه الرقابة كآلية وقائية ؟

وللإجابة على هذا التساؤل، قسمت هذا البحث إلى قسمين : أولا تحديد المفاهيم الخاصة بكل من الرقابة، جمعيات حماية المستهلك و المستهلك المقصود بالحماية ثانيا مجالات الرقابة التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك.

¹ -أستاذة بكلية العلوم القانونية والإدارية جامعة مولود معمري تيزي وزو
² - لكن للجمعيات الحق في رفع الدعاوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة والأسعار، كما يمكنها أن تتأسس كطرف مدعيا أمام المحاكم الجزائية حتى ولو لم يلحق بالمستهلكين أي ضرر. أنظر في هذا الصدد : د/علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000، ص62.

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، لكنها في نفس الوقت سببت كثيراً من المآسي لعدم إخضاع المنتوجات للفحص والتفتيش. ومن هنا ظهرت إرادة قوية 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 المستهدفة¹.

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 مسبقاً².

والجدير بالذكر، أنه لا يمكن تصور وجود سوق تسوده المنافسة التامة بدون رقابة، لأن هذا حتماً 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. فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة من قبل المنتجين.

وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك، صرح الرئيس الأمريكي السابق جون كينيدي في البيت الأبيض وأمام الكونجرس الأمريكي عن

¹ - د/محمد البراق، مريزق عدنان، الدكتورة 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، و14 أفريل 2008، ص 40.

² - فريد عبد الفتاح زين الدين، تخطيط ومراقبة الإنتاج، محل إدارة الجودة، دار الكتاب المصرية، 2000، ص 490.

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 يوما عالميا لحقوق المستهلك¹. ومن ثم امتد هذا التيار إلى مختلف الدول الغربية، كفرنسا، إذ ظهرت فيها عدة جمعيات متعددة الأدوار ومن أهمها، الإتحاد الفيدرالي للمستهلكين(UFC). وبعد ذلك قام المشرع الجزائري بإصدار قانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى) 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).

وتعرف جمعية حماية المستهلك ،حسب المادة 21من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)². (بأنها كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله). وأضع المشرع الجزائري تأسيس جمعيات حماية المستهلك إلى أحكام القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات³. وذلك لعدم وجود أحكام خاصة بها-، فهذا القانون يعترف بمبدأ حرية تشكيل جمعيات التي لا تخضع لإجراء الاعتماد، وإنما تشكيلها يتم بمراعاة إجراء شكلي فقط، وهو التصريح المسبق⁴. إلا أن جمعيات حماية المستهلك يشترط اعتمادها. 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.

1 - . NEIRYNK (J),HILGERS(W), Le consommateur piège, édition ouvrier ,paris 1973, P47 .

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

3 - جريدة رسمية، عدد 53، الصادرة في 5 ديسمبر 1990.

4 - AHLOULA(M), MEKAMCHA (G), La protection du consommateur en droit Revue IDARA, volume n°6, n°1, 1996 ,p54. ⁴ algérien

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 مصطلحا قانونيا. لم يشر المشرع الجزائري إلى لفظ المستهلك إلا في قانون رقم 02-89 المؤرخ في 7 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بقانون 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش. وجاء تعريف للمستهلك في المادة 3 من هذا الأخير 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 التجارية¹. 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).

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. ومن خلال التعاريف السابقة، نجد أن معظم التشريعات أخذت بالمفهوم الضيق لمصطلح المستهلك. ولعل التبرير الذي قدمه الفقه المناصر للمفهوم الضيق يتمثل في أن التوسع يبقى غير متفق مع الحكمة التي من أجلها تم وضع قوانين خاصة لحماية المستهلك².

ثانيا: مجالات الرقابة التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك

تقوم هذه الجمعيات بوقاية المستهلك من الأضرار التجارية وكذا الأضرار الجسدية والمادية أي حمايتهم من الأضرار قبل وقوعها، إلى جانب الدور الدفاعي الذي تقوم به بعد وقوع الضرر. فهذا الدور الأخير يخرج من نطاق هذا البحث، إذ

1 - جريدة رسمية، عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

2 - د/ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية 2000، ص 18.

نقتصر فقط على الجانب الوقائي أي ما يسمى بالحماية القبلية. فيتجسد هذا الدور في عدة وسائل وهي كالآتي:

1-تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم.

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

ويكون الإعلام أو التوعية عن طريق إعداد نشرات وتوزيعها على المستهلكين أو الصحف والمجلات أو عن طريق الإذاعة والتليفون الانترنت. وقد نصت المادة 19 من قانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات سالف الذكر، على ما يلي: (يمكن الجمعية 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).

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 وفي أماكن تفتقر إلى حد أدنى من شروط النظافة.

ونظرا للدور الفعال الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في مجال التوعية و التحسيس خاصة في ضوء المنافسة، جاءت المادة من 10 قانون 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة¹. كما يلي: (يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك).

¹ - جريدة رسمية، عدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008.

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 المنتحين للأسعار المفروضة من قبل الدولة بالنسبة لبعض المنتجات ذات الطابع الإستراتيجي، كالحليب والخبز. فأية مخالفة في هذا الشأن، عليها إخبار السلطات المعنية كمجلس المنافسة.

كما تراقب الأعوان وتلزمهم بإعلان الأسعار حتى يتمكن المستهلك من تحديد اختياراته من السلع بناء على السعر عنه. فكل مخالفة لذلك، تستوجب عقوبة¹.

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 مماثلة².

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

يتم الفحص الظاهري للتأكد من أن المنتج محمي بغلاف مناسب للمقاييس المعتمدة قانونا، وعليه الوسم أي ذكرت كل البيانات الجوهرية على الغلاف الذي يحتويه كتسمية المنتج ومكوناته، تاريخ الصنع وغيرها من البيانات. وفي بعض الحالات، قد يكون المنتج مطابقا للمواصفات القانونية ظاهريا، لكن هناك شك في مدى صلاحيته للإستهلاك . لذلك تقوم بتحليل المنتج في المخبر للتأكد من صلاحيته، وتقوم ونشر نتائج الخبرة على حسابها، في مجلات معروفة حتى يتمكن جمهور المستهلكين من الإطلاع عليه.³

¹ - وهذا ما نصت عليه المادة 31 من قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما يلي: (يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخالفة لأحكام المواد 4 و6 و7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف 5000 دج إلى مائة ألف دينار 100000 دج.

² - أخذ من مرجع بوتوشنت عبد النور، دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 12، سنة 2008، ص 16

³ - D). FILALI ,(A). BOUCENDA , Concurrence et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, REVUE IDARA , N° 1, 1988 ,pp 63-78 .

3- الدعوة إلى المقاطعة أي الإمتناع عن الشراء

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 الشراء¹.

تعتبر المقاطعة وسيلة تهديديه تجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين، خاصة إذا تعلق الأمر بارتفاع الأسعار ورداءة الخدمات. 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.

وفي ظل غياب النص 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 إضرارا بالمهنيين، فإن ثبت هذا التعسف، قامت مسؤولية الجمعيات². أما 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 البيع³.

¹ - 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.

² - لموشية سامية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ملتقى وطني بالوادي حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، سالف الذكر، ص 287 .

³ - 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.3000000 د ج كل مخالفة لذلك.

ورغم ذلك هناك حالات قامت فيها الجمعيات بحث المستهلكين على المقاطعة وذلك في شهر رمضان 1989 بإصدار تعليمة تأمر من خلالها حث المستهلكين بمقاطعة اللحوم والمنتجات المطروحة في السوق.¹ ولذا كان على المشرع الجزائري أن يقوم بسن نص قانوني يعترف للجمعيات القيام بهذا الإجراء صراحة وتنظيمه.

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

4- الدعوة إلى الإمتناع 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 ضعف². إذ قد تطلب الجمعيات من المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن المنتجات والخدمات إلى حين تلبية مطالبهم. مثلا الامتناع الجماعي عن دفع الديون المستحقة لشركة إنتاج المياه أو مصلحة الكهرباء إلا إذا قامت هذه بتخفيض الديون³

5- مكافحة الإشهار الكاذب أو وقفه

يعتبر الإعلان التجاري وسيلة لتعريف المستهلك بخواص منتجاتهم وخدماتهم ومظهرا مهما من مظاهر المنافسة المشروعة، ويجب أن يكون صادقا ونزيها. إلا أن المنتجين قد يلجئون إلى الكذب لجذب المستهلكين لتحقيق أرباح طائلة ولو على حسابهم. وهذا هو الإشهار الكاذب⁴.

ولذلك تقوم الجمعيات لوقاية المستهلكين من الإشهار الكاذب عن طريق الإشهار المضاد أي توجيه انتقاد إلى المنتجات والخدمات التي هي محل الترويج والمدح. لكن بشرط أن يكون هذا الانتقاد موضوعيا وعليها التأكد من صحة المعلومات التي تنشرها في المجالات وعدم استعمال الانتقاد بصورة تعسفية، وإلا استوجب مساءلة هذه الجمعيات⁵.

¹ KAHLOULA (M) , MEKAMCHA , op-cit , p58-

² -4 محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر 2008، ص 685

³ -بختة دندان، دور جمعيات في حماية المستهلك، ... مرجع سابق، ص6.

⁴ يعرف الإعلان الكاذب، بأنه الإعلان الذي يخرج عن الحدود المألوفة، وهو وسيلة تضليل المستهلك، كأن ينكر في رسالة إعلامية بتوافر مميزات معينة في المنتج، لكن في الحقيقة غير متوفرة فيه.

⁵ -5. DIDIER Ferrier, La protection des consommateurs, DALLOZ 1996, p 69.

أما وقف الإشهار الكاذب¹، 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 والدعاية المضادة هما سلاحان لمكافحة جريمة الإشهار الكاذب. فالحبس والغرامة فهما عقوبتان غير فعالتان، لأن أحكام الحبس غالبا ما تصدر مع وقف التنفيذ وكذا الغرامات، فهي عقوبات غير فعالة بالمقارنة مع الأرباح التي يجنيها المهني².

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 المعلن إلى ضرر محقق بالمشتري³.

خاتمة

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا هاما في بناء مجتمع تتلاحم فيه قواه واقتصاد وطني مزدهر من خلال توعية وتغذية مواطنيه بروح استهلاكية مفيدة، تمكنهم من محاربة المخالفات والتجاوزات التي يرتكبها المنتجين بصفة خاصة والمهنيين بصفة عامة. ففي ظل العولمة وحرية تبادل السلع والخدمات، وتشجيع المنافسة أدى إلى تراكم كثير من السلع التي غزت أسواقنا وخاصة المنتوجات الصينية التي تفتقر في غالب الأحيان إلى المواصفات. وأضحى المستهلك هو الضحية، ولذا على الجمعيات أن تبذل كل الجهود لمراقبتها.

لكن نلاحظ أن الدور الذي تلعبه جمعيات في الميدان العملي قليل جد بالرغم من الصلاحيات المخولة لها قانونا. وهذا يرجع إما إلى نقص الوعي لدى الفرد الجزائري وعدم درايته بدور هذه الجمعية وعدم الاتصال بها والانخراط فيها. ولذلك أقترح التوصيات التالية:

¹- فقد منح المشرع الفرنسي في المادة 3 من القانون الصادر في 27 ديسمبر 1973 المتعلق بالدعاية الكاذبة، للجمعيات بحق الإدعاء بالحق المدني أمام المحكمة الجنائية التي تنظر في دعوى الدعاية الكاذبة. أنظر في هذا الصدد: د/ ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية 2007، ص 107.

²- 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.

³- د/ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية ببيروت 2007، ص 197

-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 جو من الاطمئنان، لأن هناك حالات يتعرض فيها أفرادها لاعتداءات وإهانات من قبل المنتجين، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالدخول إلى مقر الإنتاج. وهذا كله يؤثر على ظهور هذه الجمعيات في الميدان.

-إشراك الجمعيات في جميع هيئات الحكومية ذات السلطة في إصدار القرارات وليس فقط في الهيئات الاستشارية، كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين¹.

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



¹- 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....).