

تطور سياسات وآليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائر رؤية تحليلية خلال الفترة (1990-2014)

أ.عماد بوقلاشي

جامعة الجزائر 3

أ.عادل مستوي

جامعة الجزائر 3

الملخص:

لقد اكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية بالغة في الاقتصاد والدراسات لدى الباحثين والمهتمين وحجز مكانة هامة لدى الهيئات والمسؤولين في الدول المتطورة والنامية، حيث عرف موضوع حماية المستهلك اهتماما متزايدا في الوقت الراهن لاسيما في ظل استفحال السوق السوداء وانتشار الآفات الاقتصادية كالغش التجاري والتقليد وغيرها.

والجزائر كغيرها من البلدان النامية تعرف توسعا كبيرا لسوقها السوداء وتعتمد في سد جانب كبير من حاجياتها الغذائية على منتجات مستوردة من الخارج، وهذا ما جعلها تكون عرضة لمختلف مظاهر التحايل والغش التجاري، لذا عملت على انتهاج جملة من السياسات والاستراتيجيات على غرار سنها لقوانين وإنشائها لهيئات عمومية (مدريات، مفتشيات...الخ) وخاصة (جمعيات، كفدراليات...الخ) سعيا لحماية المستهلك الجزائري من هذه الظاهرة.

وعليه، تم التطرق في هذا المقال العلمي إلى التعريف بحماية المستهلك، أبعاده، أسبابه وآليات حمايته... الخ، وكذا تشخيص سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر، وأخيرا دراسة وتحليل حصيلة ومؤشرات نشاط الهيئات المكلفة بحماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (2010-2014).

الكلمات المفتاحية: حماية المستهلك، آليات حماية المستهلك، الغش التجاري، التقليد، قمع الغش

Résumé :

La question de la protection des consommateurs revêt une grande importance en économie, auprès des chercheurs et les intéressés, elle a occupé une place importante auprès des institutions et responsables, aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

En effet, la protection des consommateurs connaît un intérêt croissant actuellement, à cause de l'exacerbation du marché noir et la propagation des fléaux économiques tels que: la fraude commerciale et la contrefaçon.

L'Algérie, comme les autres pays en développement, connaît une expansion significative de son marché noir, et la satisfaction en grande partie de ses besoins alimentaires se base essentiellement sur des produit importés d'autre-mer, ce ci l'expose aux diverses manifestations du trafic et de la fraude commerciale, en conséquence l'Algérie a adoptée des politiques et des stratégies à travers les lois et les institutions (inspections, ..) et à travers les associations pour protéger le consommateur algérien.

A travers cet article scientifique, nous abordons la question de définir la protection du consommateur, ses causes et mécanismes. A la fin de cette étude on résulte les analyses des indicateurs d'activité des organismes chargés de la protection des consommateurs en Algérie durant la période allant (2010-2014)

Mots clés: protection de consommateur, les mécanismes de protection de consommateur, la fraude commerciale, la contrefaçon, la répression des fraudes

لقد أصبح المستهلك الجزائري عرضة لمختلف مظاهر الخداع، الغش التجاري والتقليد، وهذا ليس لنقص الاهتمام بحماية المستهلك في الجزائر وإنما راجع إلى توجهها نحو اقتصاد حر تتحكم فيه آليات السوق والمنافسة واعتمادها في سد جانب كثير من الحاجات على الاستيراد بعيدا عن ضعف الرقابة وضبط السوق، هذا إضافة إلى استفحال ونمو السوق السوداء في الجزائر، حيث أن هذه النقاط جعلت المستهلك الجزائري عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ المنتج أو البائع أو المستورد في الجزائر إلى التغاضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه، حيث أن المستهلك يمثل الطرف الضعيف في السوق التجارية والسوق الاستهلاكية في الجزائر، لذا وجب حمايته لاسيما وأن الرغبة في الربح أكثر قد تدفع في غالب الأحيان بالمنتجين والبائعين إلى إتباع وسائل غير مشروعة اقتصاديا هذا من جهة.

من جهة أخرى، تجاوز تأثير الخداع والغش التجاري والتقليد على سلامة وأمن المستهلك الجزائري ليشكل هاجسا كبيرا على الاقتصاد الجزائري، وسعيها منها أدركت الجزائر خطورة هذه الظاهرة، فعملت على انتهاز مجموعة من السياسات والاستراتيجيات لحماية المستهلك على غرار اعتمادها عدة آليات (تشريعات) أهمها قانون 02/89 المؤرخ في 1989/02/07، واستحداث مجموعة من الهيئات أهمها المديرية العامة لمراقبة الاقتصاد وقمع الغش-وزارة التجارة-، وجمعيات وكفدراليات مختلفة-وزارة الداخلية-بالإضافة إلى المديرية العامة للحمارك-وزارة المالية-.

وعليه، أمكن صياغة إشكالية هذا البحث في السؤال الرئيس الموالي:

ما هو واقع سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (1990-2014)؟

ولقد أمكن تقسيم الإشكالية الرئيسة إلى الأسئلة الفرعية الموالية:

- ما مفهوم حماية المستهلك، وأسبابه وأبعاده؟
- ما هي أهم سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر المستقلة؟
- ما مدى فعالية وتطور حجم نشاط آليات حماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (2010-2014)؟

● منهجية الدراسة:

يتعلق هذا المقال العلمي بدراسة واقع اقتصادي من جانب تحليلي نوعا ما، فلا إحاطة بكامل جوانب هذا البحث أمكن استخدام المنهج الوصفي وكذا التحليلي الذي يستند إلى عرض البيانات والجداول وتحليلها ومن ثم الخروج بالنتائج، والذي يتلاءم مع طبيعة هذه الدراسة أو البحث إلى حد كبير وبذلك يتلاءم مع موضوع الدراسة.

● أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة وذلك لكونها:

- تتعلق بدراسة وتبسيط الضوء على عنصر حساس في الوقت الراهن وهو المستهلك - حماية المستهلك -.
- تشخيص أهم سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر لاسيما بعد صدور القانون الأساسي 89-02 لحماية المستهلك الجزائري سنة 1989.
- معرفة مدى تطور حجم نشاط آليات حماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (2010-2014)
- محاور الدراسة: للإجابة على الأسئلة السابقة تم بناء هذا المقال العلمي وفق ثلاث محاور أساسية تتمثل فيما يلي:
- أولا: حماية المستهلك، مفهومها، تطورها وأهميتها الاقتصادية.
- ثانيا: تطور سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر المستقلة.
- ثالثا: دراسة حالة تطور نشاط آليات حماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (2010-2014).

أولا: حماية المستهلك، مفهومها، تطورها وأهميتها الاقتصادية.

نستعرض في هذا العنصر الإطار العام والتاريخي لحماية المستهلك، لاسيما من خلال تشخيص تاريخ ظهور حماية المستهلك، تعريف حماية المستهلك، أسبابها، آلياتها وأهميتها وذلك كما يلي:

1 - تاريخ ظهور حماية المستهلك

تعتبر حماية المستهلك فكرة قديمة نوعا ما، ظهرت كنتيجة للممارسات الاقتصادية غير النزيهة (التطفيف في الكيل..) في القرون الوسطى، والتشريع الإسلامي كان سباقا لهذه الفكرة حيث لم يخلو منها فنجد في القرآن الكريم على سبيل المثال لا الحصر قول الله سبحانه وتعالى "وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا

عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ * أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ * لِيَوْمٍ عَظِيمٍ * يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ * " [سورة المطففين: الآيات 1 إلى 6]، كما لا تخلو السنة النبوية منها أيضاً على غرار ما روي عن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله -صلى الله عليه وسلم- مرّ على صُبْرَةٍ* طعام، فأدخل يده فيها فالتأصابعه بللاً، فقال: " ما هذا يا صاحب الطعام؟ "، قال: أصابته السماء* يا رسول الله، قال: " أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غشّ فليس مني " رواه مسلم. وفي رواية أخرى للحديث عند مسلم: " من غشنا فليس منا ".

كما ظهرت أولى ملامح حركة مفهوم حماية المستهلك في مرحلة الثورة الصناعية (عام 1900) حيث كان السبب الرئيس وراء ظهور هذه الحركة هو الارتفاع في أسعار السلع والخدمات خلال تلك الفترة، ولقد برز وتعرّز ظهور هذه الحركة أيضاً في منتصف عام 1930م عقب الأزمة الاقتصادية العالمية والتي كانت من نتائجها الضعف الكبير للمستهلكين في إشباع حاجاتهم من السلع والخدمات نتيجة ضعف قدرتهم الشرائية. ومع تطور الاقتصاد والمعاملات التجارية ظهرت حركة مفهوم حماية المستهلك بشكل واضح وقوي في بداية عام 1960م لاسيما في ظل التوجه المعادي للجمهور الأمريكي ضد الشركات الكبرى للمطالبة بالحماية ضد هذه الشركات وكان الفضل لهذه الحركة والمناداة بحقوق المستهلك إلى الكاتب والفنّادر وآخرون الذين نادوا بضرورة حماية المستهلكين من غش الشركات الأمريكية وجشعها، ورافق ذلك تطور كبير في مجال التعليم وتحسن في السلع والمواصفات. وعليه، تتفق غالبية الآراء على أن سنة 1962 كانت البداية الفعلية لنشأة الحركة الاستهلاكية التي توجت بالمبادئ التي أعلن عنها الرئيس الأمريكي جون كيندي حول حقوق المستهلك والتي عرفت "بقائمة حقوق المستهلك" والتي تشمل مايلي⁽¹⁾:

- حق سلامة السلعة للمستهلك؛
- حق المعرفة بخصائص السلعة ومواصفاتها؛
- حق المستهلك في اختيار السلع؛
- حق سماع شكوى المستهلك.

2 تعريف حماية المستهلك

لقد تطور مفهوم حماية المستهلك بتطور آلياتها وتطور الاقتصاد حيث يرى بعض الاقتصاديين أن حماية المستهلك تتمثل في " مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه. ويرى آخرون أن حماية المستهلك تعني الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلع أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية " (ii).

كما تعني حماية المستهلك " حقوقه و ضمان حصوله على تلك الحقوق قبل البائعين بكافة صورههم سواء كانوا تجار أو صناعا أو مقدمي خدمات " (iii)، وتعني حماية المستهلك أيضا أنها " مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل البائعين " (iv).

من جهة أخرى يقصد بحماية المستهلك " كفالة حق المستهلك في الحصول على منتج يلبي رغباته واحتياجاته في مقابل ما قدمه من ثمن، ووفقا لما اتفق عليه مع المورد أو ما هو متعارف عليه " (v).

استنادا لما سبق، يمكن تعريف حماية المستهلك على أنها مجموعة القواعد، السياسات والآليات التي تعتمدها الهيئات العمومية أو الدولة لهدف ضمان حقوق المستهلك وحمايته من مختلف أشكال ومظاهر الغش التجاري والتقليد وغيرها.

وفي هذا السياق، تتميز حماية المستهلك نظريا بعدة سمات وخصائص تتمثل فيما يلي (vi):

- العمومية والتي لا تفرق بين طوائف المستهلكين؛
- تشمل جميع تعاملات المستهلك ولا تفرق بين أي مرحلة؛
- تعدد مجالاتها وفي أي مكان؛
- تتنازع حماية المستهلك بالدوام دون الاختصار على وقت محدد أو ظرف معين.

3 أبعاد حماية المستهلك

تأخذ حماية المستهلك عدة أبعاد يمكن أن نميز أو نقسمها إلى بعدين أساسيين وهما حماية المستهلك من نفسه وحماية المستهلك من أطراف أخرى وذلك كما يلي (vii):

أ - حماية المستهلك من نفسه: نقصد بحماية المستهلك من نفسه حماية المستهلك من الأشياء الضارة التي يستعملها ويستهلكها مع علمه التام بذلك وعلمه التام بالأضرار الناجمة عن هذه الأشياء مثل التدخين، ... الخ، كما نقصد حماية المستهلك من نفسه من خلال جهله وعدم معرفته لبعض السلع والمنتجات وكيفية استعمالها وتناولها واستهلاكها، من جهة أخرى اقتناؤه بعض السلع الرخيصة السعر رغم علمه بعدم مطابقتها للمعايير.

ب - حمايته من أطراف أخرى: يوجد في السوق عدة أطراف اقتصادية يتعامل معها المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بقصد أو بغير قصد، لاسيما أن السوق تتعدد فيه مختلف أساليب الغش والتحايل وغيرها؛ كما قد تتعدد أساليب تضليل عن طريق إيهامه وإقناعه بأهمية السلع والخدمات المقدمة باستخدام عدة وسائل مثل الاتصال المضلل، أو الاتصال الشخصي، أو عدم تناسب الضمان الممنوح مع طبيعة استعمال المنتجات... الخ.

4 أسباب حماية المستهلك

هناك جملة من الأسباب جعلت معظم الدول والحكومات تهتم بحماية المستهلك من هذه نذكر ما يلي^(viii):

- زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمه ورفاهيته؛
- المعلومات المتوفرة في السوق حول السلع والخدمات وأسعارها وطريقة استعمالها... الخ غير كافية للمستهلك؛
- توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات أو الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الأسعار، أدى ذلك إلى إحباط وغضب المستهلك؛
- انخفاض دخل المستهلك (القدرة الشرائية) تطرح مشكل توجهه نحو السلع ذات الأسعار والجودة المنخفضة وهذا ما يجعله عرضة لكل أنواع الغش والمغالاة... وغيرها؛
- الأضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب استخدام بعض السلع والخدمات؛
- عدم دراية جل المستهلكين للجانب القانوني للنظام التسويقي ولنظام وحقوق المستهلك وحماية المستهلك.

هناك عدة آليات لحماية المستهلك من الغش التجاري تتمثل أهمها في الآليات التسويقية والتي تلعب دور في حماية المستهلك والتي تتمثل فيما يلي^(ix):

- تفعيل أساليب توعية المستهلك لاسيما من خلال الإرشاد والتوجيه بما يكفل حمايته، وصيانة حقوقه، وفي هذا الإطار يبرز الترويج كإحدى أقوى هذه الأساليب في تحقيق هدف نشر الوعي والثقافة... الخ؛
- إلزام المنتجين أو البائعين أي المسوقين بضرورة كتابة البيانات وصدقها التي تخص خصائص السلع المسوقة على غلافها الخارجي وبذلك يكون المستهلك على دراية كاملة بخصائص ومحتويات ومحالات وطرق صنع هذه السلعة، ومن ثمة تمكنه من اتخاذ قراره لاقتناء هذه السلع أو لا، مما يتيح توفير حماية للمستهلك؛
- تولي المراكز والهيئات المختصة عملية وضع المواصفات القياسية للمنتجات، لأن إصدار مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج أمر حيوي لحماية المستهلكين؛
- إقناع المنتجين بمدى أهمية تقديم البيانات الكاملة والدقيقة والصادقة عن منتجاتهم في حماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي، وكذلك حمايته من الأخطار؛
- إلزام المنتجين بضرورة توفير الضمان للمستهلك عن السلع والخدمات المقدمة له سواء كان هذا الضمان صريحا أو ضمنيا، مكتوبا أو شفويا؛
- تفعيل الرقابة الدقيقة من قبل الهيئات المختصة فيما يخص مخالفات الأسعار، مع تشديد العقوبات الرادعة حتى لا يتضرر المستهلك؛
- تحديد الأسعار بصفة واقعية بما يتناسب مع القدرة الشرائية للمستهلك، مع متابعة التغيير في الأسعار بما لا يضر بمصالح المستهلك؛
- توفير الشروط اللازمة لاسيما الصحية منها يخص المواد المعبئة والمغلفة؛
- الالتزام بإيصال المنتجات إلى المستهلك في المكان والزمان المناسبين، مع تحقيق العدالة في التوزيع.

ثانيا: تطور سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر المستقلة.

لقد أصبحت حماية المستهلك في الجزائر محل اهتمام وعناية، لاسيما من خلال الإستراتيجية والسياسة التي انتهجتها الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا والمتمثلة في القوانين والهيئات التي تقف وراء حماية المستهلك في الجزائر، وفيما يلي ظهور وتطور حركة حماية المستهلك في الجزائر وتطور سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا:

1 - ظهور وتطور سياسة حركة حماية المستهلك في الجزائر

يمكن إرجاع ظهور وتطور سياسة حركة حماية المستهلك في الجزائر إلى ظهور القانون الأساسي لحماية المستهلك 89-02 في الجزائر سنة 1989. وفي هذا الصدد، يمكن الوقوف عند مرحلتين أساسيتين وهما مرحلة ما قبل ظهور القانون الأساسي لحماية المستهلك 89-02، ومرحلة ما بعد هذا القانون وذلك كما يلي:

أ - مرحلة الاقتصاد الاشتراكي (قبل صدور قانون 89-02): تميزت الجزائر من فترة الستينات إلى

مطلع الثمانينات أي خلال التوجه الاشتراكي للاقتصاد الوطني بالغياب الكبير لحركة حماية المستهلك في الجزائر، حيث لم تعرف هذه المرحلة تأسيس ولا جمعية لحماية المستهلك، بالإضافة إلى ضعف القوانين التي تندد بحماية المستهلك، حيث كان آنذاك بعض التشريعات المدنية التي تندد بحماية المشتري، ومن أهم القوانين الصادرة خلال هذه المرحلة نذكر:

- الأمر 75-47: الأمر 75-47 الصادر 17 جوان 1975، والمتعلق بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، حيث يعتبر هذا الأمر أو القانون من بين التشريعات الأولى في الجزائر والتي تهدف إلى حماية المشتري (المستهلك)؛
- الأمر رقم 75-58: الأمر رقم 75-58 الوارد في القانون المدني الجزائري المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتعلق بالسكوت عن الغش والتدليس والعيوب الخفية والمتعلق أيضا بالضمان؛
- قانون 79-07: قانون 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 والمتضمن قانون الجمارك، والذي نص صراحة على حظر استيراد السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية والتي تخص جميع السلع والرموز المتعلقة بالعلامة والأغلفة الحاملة لعلامة السلع المقلدة، وهذا لحماية المستهلك من السلع المستوردة المقلدة. كما أن مشروع قانون المالية لسنة 2008 في مادته 42 تضمن ذلك

- **قرار الأمم المتحدة 39-248:** قرار الأمم المتحدة 39-248 الصادر بتاريخ 9 افريل 1985 المتعلق بضمان التزام كافة أقطار الوطن العربي بتحقيق حماية المستهلك، خصوصا في هذه الفترة والتي اعتمدت بها سياسات اقتصادية جديدة في معظم الأقطار العربية والتي أصبح معها وجود منظمات لحماية المستهلك ضرورة للحد من الآثار السلبية لتطبيق هذه السياسات على المستهلك العربي وتعظيم الايجابيات^(xi).

وعلى ضوء ما سبق، يمكن القول أنه في الجزائر قبل 1989 لم تولي اهتماما كبيرا لحماية المستهلك رغم صدور النصوص القانونية، لاسيما في ظل غياب أجهزة أو هيئات تدافع عن مصالح المستهلك، من جهة أخرى كل القوانين الصادرة في هذه الفترة تكتفي بذكر مصطلح المشتري خلفا للمستهلك، كما انه هناك غياب قانون خاص بحماية بالمستهلك. وهذا راجع إلى توجه الجزائر نحو الاقتصاد الاشتراكي وتدخل الحكومة الجزائرية في الاقتصاد الوطني بصفة مباشرة وتنظيمه وتنظيم السوق في الجزائر، غياب الهيئات والأجهزة التي تدعو لحماية المستهلك في الجزائر واكتفاء النصوص التشريعية الجزائرية ومختلف القوانين بمصطلح المشتري وغياب مصطلح المستهلك.

بأ - مرحلة التوجه نحو اقتصاد السوق وصدور قانون 89-02: في ظل توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق وبصدور قانون 89-02 الصادر في 07 فيفري 1989 والمتضمن للقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش، انتعشت حركة حماية المستهلك في الجزائر، إذ أولى هذا القانون حماية كبيرة للمستهلك ولقد تضمن هذا القانون ما يلي^(xii):

- الحق من المخاطر التي تمس صحته وأمنه ومصالحه المادية
- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية؛
- الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة وحقه في تجربة المنتج؛
- حق التمثيل والتقاضي في إطار جمعيات حماية المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك؛
- وجوب تدخل الأجهزة المتخصصة وذلك باتخاذ الإجراءات اللازمة لمراقبة جودة المنتجات والخدمات.

ولقد لعب هذا القانون الدور الأساسي في تطوير آليات وحركة حماية المستهلك من جهة، ومن جهة أخرى لقد زاد اهتمام الدولة الجزائرية بالمستهلك خاصة في ظل صدور بعض القوانين الأخرى والمتمثلة فيما يلي:

- **قانون 03-09:** القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش^(xiii)، حيث يهدف هذا القانون إلى تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش، ويتضمن تعريف المنتج والمستهلك، إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع، إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية... الخ
- **قانون رقم 31-90:** قانون رقم 31-90 الصادر بتاريخ 08 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، سيرها وتنظيمها، حيث يهدف هذا التشريع إلى إشراك المجتمع المدني في حماية المستهلك عن طريق الجمعيات؛
- إضافة إلى المرسوم التنفيذي 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، والرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 الذي يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، والرسوم التنفيذي رقم 90-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991 يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك... الخ؛
- **المرسوم التنفيذي رقم 13-378 :** المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013 والحدّد لشروط المتعلقة بإعلام المستهلك، حيث يحدّد هذا المرسوم تسميات المنتجات والسلع الاستهلاكية والخدمات، ومكوناتها وبطاقتها، وبياناتها وكميتها وتاريخ الصنع والصلاحيّة والانتهااء^(xiv).

2 أهداف سياسات حماية المستهلك في الجزائر

تهدف سياسات حماية المستهلك في الجزائر إلى^(xv):

- تقليل الخطر الغذائي من خلال احترام قواعد النظافة والسلامة والنظافة الصحية ومطابقة المواد والخدمات المعروضة للاستهلاك؛
- التحكم في مطابقة المواد الصناعية للمحافظة على امن وسلامة المستهلك؛

- تعزيز إعلام المستهلك والتعريفات من خلال الوسم وإشهار الأسعار والتعريفات للمواد والخدمات المعروضة للاستهلاك؛
- احترام الأسعار والتعريفات المقننة؛
- تطهير التجارة الخارجية من خلال تحديد عناوين نشاط المتدخلين وإقصاء المستوردين الغشاشين.

ومن اجل بلوغ هذه الأهداف في مجال مراقبة المطابقة وقمع الغش للمواد الغذائية الواسعة الاستهلاك أخضعت المنتجات الغذائية ذات الاستهلاك الواسع إلى عمليات المراقبة دائمة مع التركيز على المواد ذات مؤشر خطر عال.

3 - الهيئات المكلفة بحماية المستهلك في الجزائر ومهامها

بعد صدور قانون 89-02 المتضمن للقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش، انتعشت حركة وآليات حماية المستهلك في الجزائر، لاسيما من خلال إنشاء جهاز حماية المستهلك في الجزائر، هذا الأخير يتكون من عدة هيئات تتمثل في الجمعيات، أجهزة الرقابة ومختلف الأجهزة الإدارية وذلك كما يلي: ^(xvi)

أ - **جمعيات حماية المستهلك:** لقد عرفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش

جمعية حماية المستهلكين بأنها: كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله، وتتمثل مهام جمعية حماية المستهلك في الجزائر كما يلي:

- إعلام المستهلك وتحسيسه حول المنتجات القديمة والجديدة بإعلام دقيق وصريح غير كاذب؛
 - جمع مختلف المعلومات عن السوق ومختلف المنتجات ومدى مطابقتها للمعايير؛
 - القيام بعملية الدعاية والإشهار ومراقبة الأسعار.
- وعموما تضطلع جمعيات حماية المستهلك بدور جاد في حماية المستهلك في الجزائر، حيث تقوم بدورين أساسيين يتمثلان فيما يلي ^(xvii):

- **التحسيس والإعلام:** لقد كانت وسائل الإعلام التقليدية (التلفزة والإذاعة) تقوم بدور الإعلام والتحسيس، وبظهور جمعيات حماية المستهلك تفعل دورها في هذا المجال، وذلك نظرا

لاحتكاكها مباشرة بالمستهلك والدراية التامة والكافية بانشغالهم. كما تقوم جمعية حماية المستهلك وتساهم في وضع السياسة العامة للمستهلك، وتشارك في هذا الإطار كعضو استشاري عن طريق تمثيلها، وأيضا تقدم النصائح والإرشادات للمستهلكين؛

- **الدفاع عن مصالح المستهلك وحقوقه:** إن الغرض والهدف المنوط بهذه الجمعيات هو الدفاع عن مصالح المستهلك وحمايته من كافة المساوئ وليس تحقيق الربح، ففي هذا المجال تقوم جمعيات حماية المستهلك برفع الدعاوي أمام السلطات المخول لها قمع الغش التجاري، كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في الحصول على حقوق حماية المستهلك.

من جهة أخرى تقوم جمعيات المستهلك بحماية المستهلك عند حدوث التجاوزات التجارية والتي تضر بمصلحة المستهلك، وذلك لتمثيله والدفاع عنه والدفاع عن مصالحه وحقوقه.

بأ- **أجهزة الرقابة على حماية المستهلك الأولية:** تحوي ماييلي:

- **المجلس الوطني لحماية المستهلكين:** أنشاء هذا المجلس بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272، والذي يهدف إلى إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك في الجزائر، ووضع البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش وإعلام المستهلكين. بالإضافة إلى إعداد المسائل المقررة لصالح جمعيات حماية المستهلكين وتنفيذها؛
- **مخابر تحليل النوعية:** أنشأت هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، وذلك لمساعدة الإدارات والهيئات فيما يخص ممارسة الرقابة الهادفة إلى حماية المستهلك، وذلك لضمان تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

ج- **الأجهزة الإدارية ورقابتها:** تشمل كل من:

- **وزارة التجارة - المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش - :** لقد أنشأت هذه الهيئة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-454، لوضع الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة الميدانية في ميدان الجودة وقمع الغش، وتوجيهها بالإضافة إلى تقييم نشاطات مخابر التجارب وتحليل النوعية؛

- **المعهد الجزائري لمراقبة النوعية والرزم** : أنشأ هذا المعهد بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، حيث يعمل هذا المعهد على حماية صحة المستهلك بالسهر على احترام النصوص التي تنظم مجال نوعية المنتجات الموضوعة للاستهلاك، وتحسين نوعية السلع والخدمات؛
- **فرق البلديات** : تعتبر فرق المراقبة التابعة للبلديات من أهم فرق الرقابة على الجودة وقمع الغش لاسيما ن خلال الدوريات التي تقوم بها حول مراقبة الغش التجاري شروط البيع، ومدة الصلاحية... وغيرها؛
- **الجمارك** : تعتبر فرق المراقبة التابعة للجمارك من بين أهم فرق الرقابة على الجودة وقمع الغش والتقليد لاسيما من خلال حواجز المراقبة التي تقوم بها في مراقبة المطابقة للوظائف والتقليد والغش وغيرها.

ثالثا: دراسة حالة تطور نشاط آليات حماية المستهلك في الجزائر

خلال الفترة (2010-2014).

بعد وإصدار قانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك في الجزائر وإنشاء بعض الهيئات المكلفة بحماية المستهلك تطور نشاط وآليات حماية المستهلك في الجزائر لاسيما خلال فترة الألفين طيت، وفيما يلي يمكن تشخيص صور وأشكال ومظاهر الغش التجاري في الجزائر، مختلف السلع والمنتجات المغشوشة والمقلدة الرئيسية التي تغزو وتدخل السوق الجزائرية ومنشأها، وأخيرا دراسة وتحليل حصيلة تطور نشاط حماية المستهلك وقمع الغش والمراقبة خلال الفترة (2010-2014) وذلك كما يلي:

1 - صور التقليد والغش التجاري في السوق الجزائرية:

يعتبر التقليد والغش التجاري أهم عنصرين يعاني منهم المستهلك الجزائري وذلك لسبب استفحال السوق السوداء في الجزائر، ولقد احتلت الجزائر مرتبة غير مشرفة وهي المرتبة الثامنة عالميا في مجال السلع والبضائع المقلدة، حيث بلغ معدلا 84% لعام 2008 من مختلف السلع والبضائع المقلدة والاستنساخ دون رخصة من أصحابها وتأخذ الأشكال التالية^(xviii):

أ - **التقليد**: والذي يعتبر من أكثر صور في الجزائر انتشارا ويأخذ الأشكال التالية:

■ التقليد الشفوي: مثل (abibas, adidas). (panasonic ,panasoianic)؛

■ التقليد الشكلي: قد يأخذ إشعار أو رسماً مشابهاً للشعار الأصلي؛

■ التقليد في ترابط الأفكار: تقليد العلامة التجارية المعروفة.

بـ القرصنة: ظهرت القرصنة في ظل العولمة التجارية وتأخذ عدة أشكال:

■ قرصنة الاسطوانات : وهي عبارة عن استنساخ الأفلام والفيديوهات والبرمجيات في صور رقمية؛

■ قرصنة الفيديو كاسيت: وهي طبع وتوزيع الفيديوهات في شكل أقراص سمعية بصرية؛

■ قرصنة الانترنت: هي تحميل مواد غير معتمدة عبر شبكة الانترنت بطرق غير قانونية عن طريق المواقع الالكترونية، ولقد سجلت الجزائر خلال سنة 2009 أكثر من 336 ألف شكوى من طرف مستخدمي شبكات الانترنت تعرضوا إلى القرصنة والهجمات الالكترونية؛

■ سرقة الإشارة: يتم ذلك بسرقة إشارات أو تشفيرها وبثها أما في شكل قنوات مرئية أو في شكل تسجيلات.

2 - أنواع السلع المقلدة التي تدخل السوق الجزائرية ومنشأها

يزداد تدفق وتنوع السلع المقلدة التي تدخل وتستهلك في السوق الجزائرية يوماً بعد يوماً، وهذا راجع لاستفحال السوق السوداء في الجزائر من جهة، وضعف المنتج الوطني وغزو المنتجات الأجنبية السوق الجزائرية من جهة أخرى، وفيما يلي مختلف أنواع السلع والمنتجات المقلدة التي تدخل السوق الجزائرية، ومنشأها كما يلي:

أ - أنواع السلع المقلدة التي تدخل السوق الجزائرية: تتمثل السلع والمنتجات المقلدة التي

تدخل السوق الجزائرية في منتجات القطاع الغيار، ومواد التجميل، والسجائر، والمنتجات

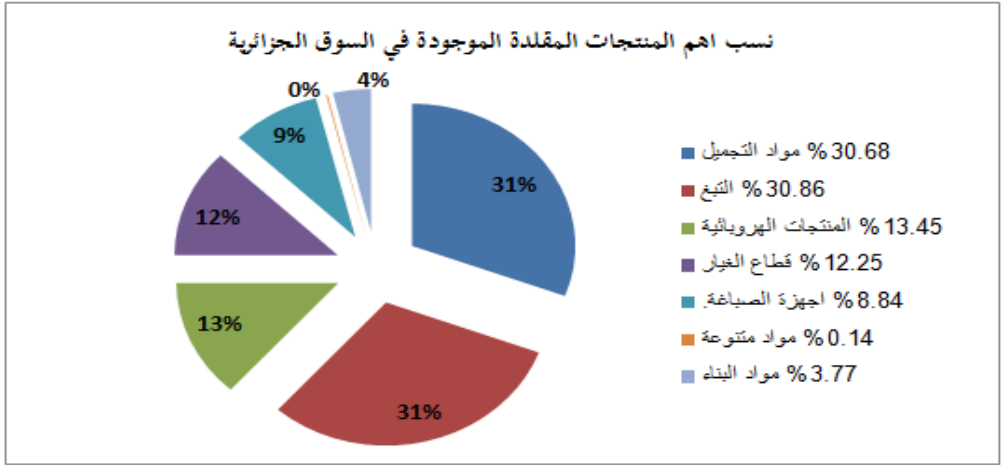
الغذائية والمنتجات الالكترونية والخردوات والملابس والأحذية والمنتجات

الكهرومنزلية... الخ^(xix)، حيث تتمثل نسب السلع المقلدة في السوق الجزائرية كما يبينه

الشكل الموالي:

الشكل البياني رقم -1-

نسب أهم المنتجات المقلدة الموجودة في السوق الجزائرية



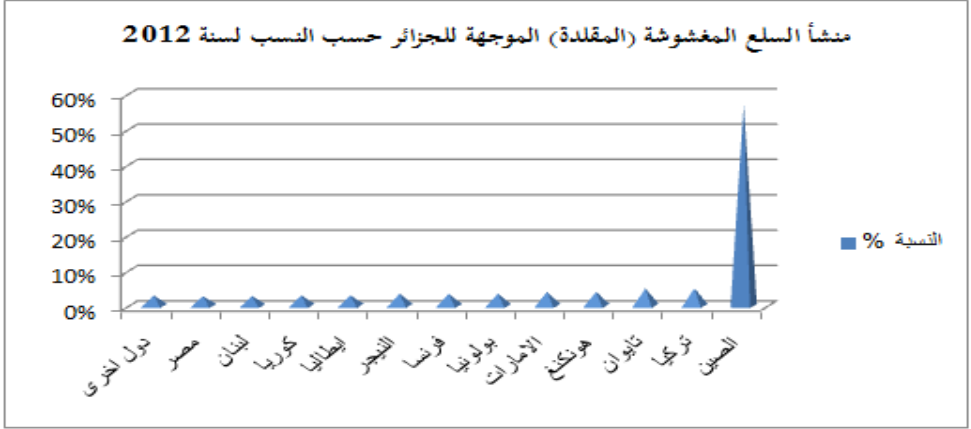
المصدر: لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة- دراسة حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، ص: 150.

يتبين من الشكل البياني أعلاه أن حجم المنتجات لمقلدة فيما يخص التبغ ومواد التجميل تمثلان على التوالي 30.86% و 30.68%، وهذا راجع إلى كون هذا النوع من المنتجات لا ينتج في الجزائر بكميات كافية لتغطية السوق الجزائرية من جهة وارتفاع نسبة استعمالها من جهة أخرى، بينما تمثل قطاع الغيار وأجهزة الصباغة 12.25% و 8.84% على التوالي، والمنتجات الأخرى تمثل نسبة أقل.

بأ منشأ ومصدر السلع المغشوشة (المقلدة) الموجهة نحو الجزائر: لقد أصبحت السوق الجزائرية سلة مهملات لمنتجات البلدان الأجنبية، لاسيما في ظل استفحال السوق السوداء وزيادة اعتماد الجزائر في سد حاجياتها على الاستيراد، والشكل البياني الموالي يبين مصدر ومنشأ السلع المغشوشة (المقلدة) الموجهة إلى الجزائر لسنة 2012 وذلك كما يلي:

الشكل رقم -2-

مصدر السلع المغشوشة (المقلدة) الموجهة للجزائر حسب النسب لسنة 2012.



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الوثائق الداخلية للمديرية العامة للجمارك لسنة 2012.

يبين الشكل البياني أعلاه أن الصين أكبر دولة مصدرة للسلع المقلدة للسوق الجزائرية حيث تمثل نسبة 57% من إجمالي حجم السلع المقلدة الموجهة للجزائر، كما تمثل المنتجات التركية المقلدة المصدرة والموجهة نحو الجزائر نسبة 5%، ومنتجات بلد تايوان تمثل نسبة 5%، بينما تمثل المنتجات المقلدة لهونج-كونج الموجهة نحو الجزائر نسبة 4% من حجم السلع المقلدة والمغشوشة الموجهة إلى الجزائر سنة 2012،.... بينما تمثل السلع المغشوشة لباقي الدول الأخرى نسبة 3% من حجم السلع المقلدة الموجهة نحو الجزائر.

3 تطور نشاط هيئات حماية المستهلك في الجزائر من الخداع والغش التجاري والتقليد

يمكن تحليل تطور حصيلة نشاط حماية المستهلك في الجزائر كما يلي:

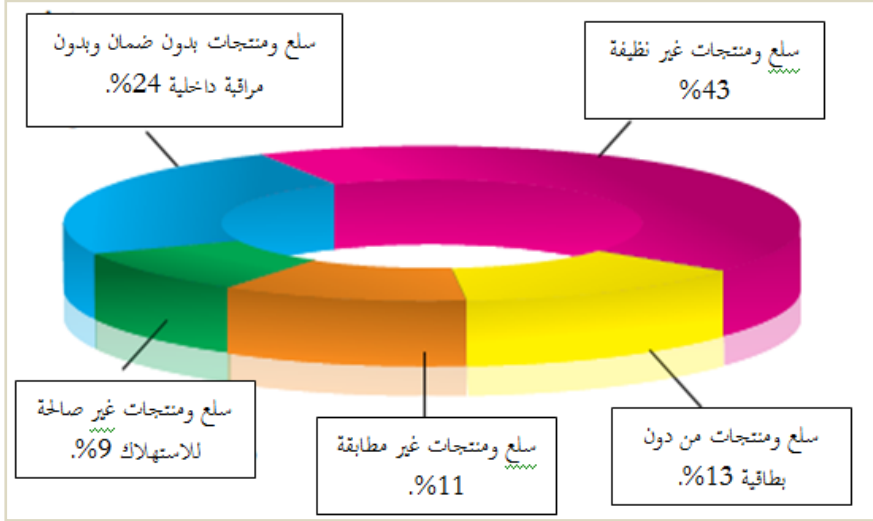
أ - في مجال المطابقة للمعايير وقمع الغش لسنة 2011: تعرف السلع والمنتجات المسوقة في

السوق الجزائرية تجاوزا كبيرا في عدم مطابقتها لمعايير حماية المستهلك، وفي ما يلي نسب السلع والمنتجات في السوق الجزائرية المغير مطابقة للمعايير في السوق المحلية، وتطور حجم السلع المستوردة الغير المطابقة للمعايير وذلك كما يلي:

- نسب السلع والمنتجات في السوق الجزائرية المغير مطابقة للمعايير في السوق المحلية: الشكل البياني الموالي يبين نسب السلع والمنتجات في السوق الجزائرية المغير مطابقة للمعايير، ونسبة السلع المسوقة والغير صالحة للاستهلاك بالنسبة للمستهلك... الخ، وذلك كما يلي:

الشكل البياني رقم -3-

نسب المخالفات التجارية للسلع غير المطابقة للمعايير في السوق الجزائرية لسنة 2011.



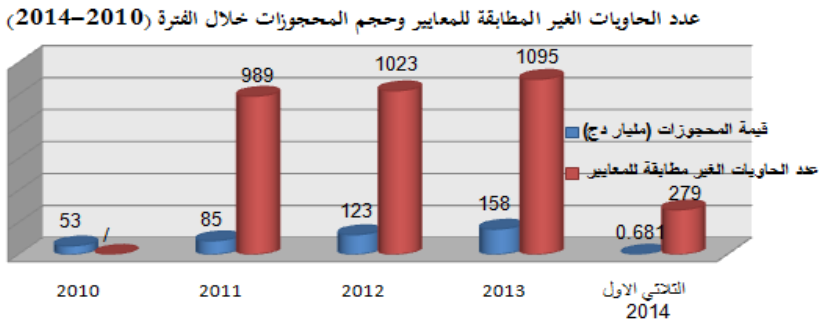
المصدر: حصيلة أنشطة إحصائيات، نشرية وزارة التجارة، طبعة السادسة الأولى، 2011، ص: 26.

يتبين من الشكل أعلاه أن حجم المخالفات فيما يخص السلع غير المطابقة للمعايير تمثل 11% من حجم المخالفات المرتكبة في السوق الجزائرية، بينما تمثل السلع الغير صالحة للاستهلاك بالنسبة للمستهلك 9%، وتمثل عدم إصاق بطاقات المنتجات على السلع والمنتجات نسبة 13%، بينما يمثل عدم الضمان وعناصر أخرى 24%، وسلع ومنتجات بدون بطاقة ب 13%، وأخيرا تمثل السلع والمنتجات غير النظيفة 43%.

- في مجال المطابقة للمعايير بالنسبة المستوردة: لقد تطور عدد الحاويات الغير مطابقة للمعايير والمحجوزة في السوق الجزائرية وقيمة المحجوزات حسب إحصائيات نشره الجمارك الجزائرية خلال الفترة (2010-2014) كما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم -4-

تطور عدد الحاويات المحجوزة وقيمة المحجوزات خلال الفترة (2010-2014)



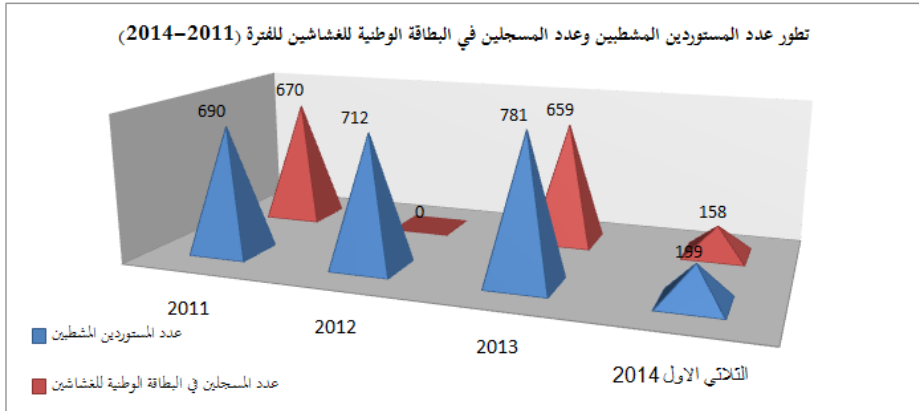
المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقا من الملحق رقم -1-

يتبين من الشكل البياني أعلاه أن هناك ارتفاع في عدد الحاويات المحجوزة والموجهة للجزائر وغير المطابقة للمعايير القانونية وقيمة المحجوزات خلال الفترة (2010-2014) حيث أن عدد الحاويات المحجوزة ارتفع من 989 حاوية سنة 2010 إلى 1023 حاوية سنة 2012 إلى 1095 حاوية سنة 2013، إلى 279 حاوية خلال الثلاثي الأول من سنة 2014، بينما قيمة المحجوزات ارتفعت من 53 مليار دج سنة 2010 إلى 85 مليار دج سنة 2011 إلى 123 مليار دج سنة 2012 إلى 158 مليار دج سنة 2013، و 0.681 مليار دج خلال الثلاثي الأول من سنة 2014. وهذا ما يعكس دور الهيئات الرقابية في الجزائر في حماية الاقتصاد والمستهلك.

ج- في مجال مكافحة الغش: لقد تطور عدد المسجلين في البطاقة الوطنية للغشاشين والمشطبين في الجزائر خلال الفترة (2011-2014) كما يلي:

الشكل البياني رقم -5-

تطور عدد المستوردين المشطوبين والمسجلين في البطاقة الوطنية للغشاشين خلال الفترة (2011-2014).



المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقا من الملحق رقم -1-.

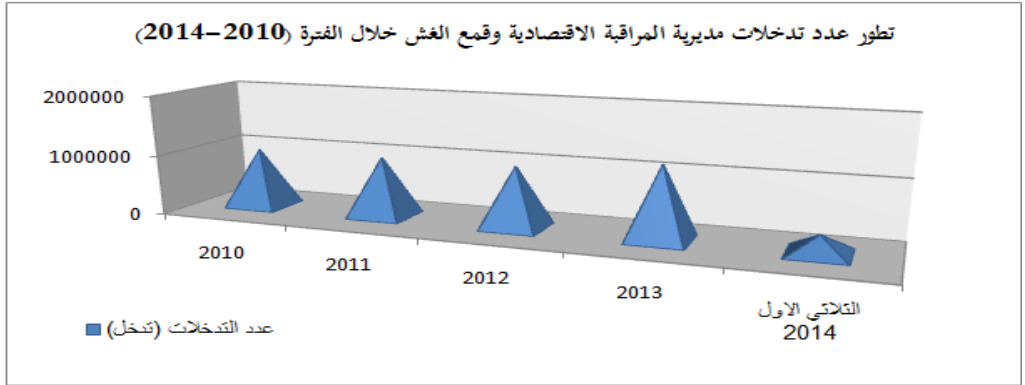
يبين الشكل أعلاه انه هناك ارتفاع في عدد المشطوبين من قائمة المستوردين وانخفاض في عدد المسجلين في البطاقة الوطنية للغشاشين خلال الفترة (2010-2014) وذلك كما يلي ارتفاع في عدد المشطوبين من 690 سنة 2011 إلى 712 سنة 2012 إلى 781 سنة 2013 إلى 199 خلال الثلاثي الأول من سنة 2014، بينما هناك انخفاض في عدد المسجلين في البطاقة الوطنية للغشاشين من 670 سنة 2011 إلى 689 سنة 2013 إلى 158 خلال الثلاثي الأول من سنة 2014.

إن تطور هذه الأرقام يعكس من جهة تطور حجم ظاهرة الغش التجاري في الجزائر ومن جهة أخرى دور الجمارك الجزائرية في كبح هذه الظاهرة.

د- في مجال التدخلات والدوريات اليومية حول مراقبة الاقتصاد وقمع الغش: لقد بينت الإحصائيات أن حجم تدخلات المديرية العامة لمراقبة الاقتصاد وقمع الغش تزايدت خلال الفترة (2010-2014) وذلك كما يبينه الشكل الموالي:

الشكل البياني رقم -6-

حجم تدخلات مديرية المراقبة الاقتصادية وقمع الغش خلال الفترة (2010-2014)



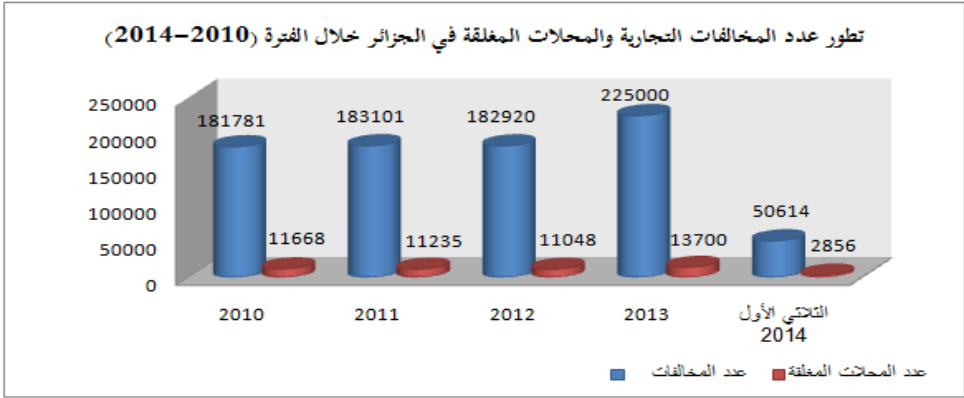
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الملحق رقم -1- .

يتبين من الشكل البياني أعلاه انه هناك ارتفاع في حجم تدخلات المديرية المراقبة الاقتصادية وقمع الغش خلال الفترة (2010-2014) وذلك من 990 ألف تدخل سنة 2010 إلى 998 ألف تدخل سنة 2011... إلى 1.2 مليون تدخل سنة 2013 إلى 299 ألف تدخل خلال الثلاثي الأول من سنة 2014 وهذا يعكس دور هذه الهيئة في مراقبة الغش.

هـ- في مجال المخالفات التجارية وإغلاق المحلات: لقد تطور حجم المخالفات التجارية وعدد المحلات المغلقة في الجزائر خلال الفترة (2010-2014) كما يبينه الشكل التالي:

الشكل البياني رقم -7-

تطور حجم المخالفات التجارية وعدد المحلات المغلقة في الجزائر خلال الفترة (2010-2014)



المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً من الملحق رقم -1-

يتبين من الشكل البياني السابق أنه هناك ارتفاع في عدد المحلات التجارية المغلقة وارتفاع وانخفاض في عدد المخالفات التجارية في الجزائر خلال الفترة (2010-2014)، حيث أن عدد المحلات المغلقة ارتفع من 11668 سنة 2010 إلى 11235 سنة 2011... إلى 13700 سنة 2013 إلى 2856 خلال الثلاثي الأول من سنة 2014، بينما هناك ارتفاع في عدد المخالفات التجارية وذلك من 181 ألف سنة 2010 إلى 183 ألف سنة 2011 إلى 225 ألف سنة 2013 إلى 50 ألف خلال الثلاثي الأول من سنة 2014.

إن هذا الارتفاع والانخفاض حول حصيلة نشاط مديرية المراقبة الاقتصادية وقمع الغش يعكس ارتفاع مستوى الغش التجاري لدى التجار والمنتجين في الاقتصاد الجزائري من جهة، ويعكس كثافة نشاط هذه المديرية في حماية المستهلك من جهة أخرى. كما أن أبرز المخالفات التي سجلت في مجال مراقبة الممارسات التجارية حسب تصريح المدير العام للمراقبة الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة عبد الحميد بوكحنون (سبتمبر 2010 وإلى غاية نهاية مارس 2014)، أما في مجال مراقبة النوعية وقمع الغش شكل كل من انعدام النظافة والنظافة الصحية (42%) والخداع في تركيبات المنتجات وعدم مطابقة الوسم (30%) وعدم إجراء الرقابة الذاتية، حيازة وعرض للبيع مواد غير صالحة للاستهلاك، إضافة إلى غياب شهادة الضمان ومعارضة مهام الرقابة قرابة 22% من المخالفات... وأخرى 6%^(xx).

تطرقنا في هذا المقال العلمي إلى مختلف المفاهيم حول حماية المستهلك أسبابها وأهميتها الاقتصادية، ومختلف سياسات وآليات حماية المستهلك في الجزائر لاسيما **قانون 89-02** المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش، حيث يعتبر القانون الأساسي الذي أعطى دفعا لحماية المستهلك في الجزائر، ورخص بإنشاء وهيئات قائمة على مراقبة وشرعية المنتجات والسلع المقدمة للمستهلك (المديريات العامة الجمارك، المديرية العامة لمراقبة الاقتصاد وقمع الغش والجمعيات المدنية)، وأخيرا تطرقنا إلى تحليل حصيلة نشاط حماية المستهلك في الجزائر خلال الفترة (2010-2014)، ولقد أسفرت هذه الدراسة عن النتائج والملاحظات التالية:

- ارتفاع بعض المؤشرات فيما يخص المخالفات التجارية المضرة بالمستهلك الجزائري لاسيما منها عدم مطابقة السلع للمعايير القانونية، نقص النظافة للمنتجات والسلع الموجهة للمستهلك الجزائري، وعدم صلاحيتها للاستهلاك، من جهة أخرى ارتفاع مؤشرات الغش التجاري والتقليد في الجزائر حيث أن الحاويات الغير مطابقة للمعايير والموجهة للجزائر حيث وصل حجمها 1095 حاوية سنة 2013 و 279 حاوية خلال الثلاثي الأول من سنة 2014؛
- تعتبر المنتجات والسلع الصينية من أبرز السلع والمنتجات المغشوشة الموجهة إلى الجزائر في الفترة الأخيرة (سنة 2012)؛
- ارتفاع وتزايد مستمر في حجم أي قيمة المحجوزات المالية من السلع والمنتجات إلى 153 مليار دج سنة 2013.

من جهة أخرى، وفي مجال تدخلات الجهاز القائم على حماية المستهلك سجل هذا الجهاز ارتفاع متزايد في نشاطه، أي تزايد في عدد تدخلات المديرية العامة لمراقبة الاقتصاد وقمع الغش حيث وصل حجم هذه التدخلات إلى 1.2 مليون تدخل سنة 2013 و 299 ألف خلال الثلاثي الأول من سنة 2014، والتي أسفرت عن كشف 225 ألف مخالفة سنة 2013 و حوالي 50 ألف مخالفة خلال الثلاثي الأول من سنة 2014، وأسفرت عن غلق 13700 محل تجاري سنة 2013 و 2860 خلال الثلاثي الأول من سنة 2014. وهذا ما يبرز زيادة الاهتمام بالمراقبة وقمع الغش في السوق الجزائرية.

وفي ضوء هذه النتائج والملاحظات والأرقام والمؤشرات حول حجم نشاط آليات حماية المستهلك في الجزائر يمكن تقديم بعض الاقتراحات التالية:

- زيادة فتح المجال للجمعيات والمنظمات في الجزائر وتكثيف نشاطها وعملها لاسيما من خلال مساعدتها على نشر النشريات والكتب... إلخ لزيادة فعالية حماية المستهلك؛
- وضع قوانين ردعية ضد المخالفين للقوانين التجارة لاسيما من خلال التنفيذ الصارم للقوانين الردعية تجاه الغشاشين في مجال التجاري والمضرين بالمستهلك الجزائري؛
- تشجيع استهلاك المنتجات والسلع الوطنية وتفضيلها عن الأجنبية؛
- زيادة نشاط وتفعيل الهيئات العمومية المكلفة بحماية المستهلك في الجزائر لاسيما المراقبات الميدانية وعن بعد؛
- وضع حد للمنتجات المستوردة لاسيما الصينية المقلدة والغير مطابقة والمعايير، لاسيما من خلال سن قوانين صارمة ضد المستوردين؛
- العمل على تبني سياسات واستراتيجيات متوسطة وطويلة الأجل لمواجهة التحديات الراهنة والمستقبلية للمنافسة وكل مظاهر السوق السوداء (الغش التجاري... إلخ)؛
- العمل على توعية المؤسسات والمنتجين المحليين بأضرار هذه المظاهر على المستهلك والاقتصاد.

* المقصود بالصُّرَّة هي الكومة المجموعة بلاكيل ولا وزن.

* المقصود بالسما هو المطر.

(i) سامر المصطفى، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلك، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد: 29، العدد الثاني، 2013، ص: 102. بتصرف.

(ii) مفيد أبوزنط، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني، المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة: نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية، 16-17 أكتوبر 2012، فلسطين، ص: 12.

(iii) مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك (حالة مصر)، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد: 4، ص: 191.

(iv) مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص: 192.

(v) الهيثم عمر سليم، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية المؤدية إلى الإذعان دراسة مقارنة، كلية الحقوق - جامعة البحرين، مجلة الحقوق، المجلد: 10 العدد: 2، 2013، ص: 180.

(vi) الهيثم عمر سليم، مرجع سبق ذكره، ص: 181.

(vii) الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر، جامعة الجزائر3، ص: 6. بتصرف.

(viii) مفيد أبوزنط، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني، المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة: نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية، 16-17 أكتوبر 2012، فلسطين، ص: 14-15.

(ix) زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص: 459-464.

(x) ولد عم رطيب، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته - دراسة مقارنة -، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -، 2010، ص: 22-23.

(xi) حلوي عنان نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت - دراسة مقارنة -، مذكرة ماجستير في القانون، مدرسة الدكتوراه للقانون الأساسي والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2013، ص: 82.

(xii) زوبرير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في القانون، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، كلية العلوم السياسية، 2011، ص: 26 ← 28 بتصرف.

(xiii) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد: 15، 11 ربيع الأول 1430 هـ الموافق ل 8 مارس 2009، ص: 12 ← 23 بتصرف.

(xiv) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد: 58، الصادرة بتاريخ 14 محرم عام 1435 هـ الموافق ل 18 نوفمبر 2013، ص: 12. بتصرف.

(xv) نشرية وزارة التجارة، حصيلة أنشطة إحصائيات، طبعة السداسي الأول، 2011، ص: 25.

(xvi) شعباني نوال، التزام المتدخل بضممان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2012، ص 100، ص ص: 103-109.

(xvii) كيوش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الجزائر- بن يوسف بن خدة-، كلية الحقوق، 2011، ص ص: 114-115. بتصرف.

(xviii) عمار طهرت، بلقاسم محمد، انعكاسات اتفاقية تريبس 'trips'، على حماية المستهلك في الوطن العربي، وقصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد -الجزائر نموذجاً-، ص: 22. مقال علمي على الموقع: <http://www.conference.qfis.edu.qa/app/media/352>. (تاريخ الاطلاع: 18-05-2015).

(xix) عمار طهرت، بلقاسم محمد، مرجع نفسه، ص: 30.

(xx) انظر الموقع: <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/202936.html> (تاريخ الاطلاع: 05-05-2015).

الملحق رقم -1-

حصيلة المراقبة وقمع الغش لمديريتي الجمارك والمراقبة وقمع الغش خلال الفترة (2010-2014)

السنة	2010	2011	2012	2013	الثلاثي الأول 2014
عدد المخالفات في قطاع التجارة	181781	183101	182920	225000	50614
عدد المخالفات المغلقة	11668	11235	11048	13700	2856
قيمة المحجوزات (مليار دج)	53	85	123	158	681 مليون دج
عدد الحاويات الداخلة إلى الجزائر بعدم مطابقتها مع المعايير	/	989	1023	1095	279
عدد التدخلات لمديرية قمع الغش (تدخل)	990565	998253	10 ⁶ . 1,008	10 ⁶ . 1,2	299573
عدد المشتبطين (مستورد)	/	690	712	781	199
عدد المسجلين في البطاقة الوطنية للغشاشين (مسجل)	/	670	/	659	158

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- عبد الحميد بوكحنون، تصريح المدير العام للرقابة الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة لجريدة الشروق، على الخط: <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/194121.html> تاريخ الاطلاع: 12/05/2015.
- نشرة وزارة التجارة الجزائرية، تقرير حول ملخص حصيلة نشاط الرقابة الاقتصادية وقمع الغش خلال سنة 2010، المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، فيفري 2011، الثلاثي الأول لسنة 2014.