

جمعيات حماية المستهلك

يعود أصل الحركة الجمعوية إلى القرن التاسع عشر، مع تأسيس أولى جمعيات حماية المستهلك في العالم في أوائل الثلاثينيات من القرن العشرين وتطورت الفكرة في الخمسينيات من القرن العشرين، مما أدى إلى إنشاء أول جمعية لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1928، وتمثل دورها في تنبيه السلطات العامة إلى الممارسات غير القانونية التي يقوم بها كبار المنتجين والتجار والتي تحيد عن القيم الاجتماعية والضوابط الأخلاقية.

وتعتبر فكرة جمعيات حماية المستهلك في الجزائر حديثة العهد، حيث يعود تاريخها إلى القانون رقم 87-15 المؤرخ 21 جولية 1987 المتعلق بالجمعيات، وفي وقت لاحق حاول المشرع الجزائري التأكيد على دور جمعيات حماية المستهلك من خلال إصدار القانون رقم 89-02 (الملغى) المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ووفقا للمادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تعرف جمعية حماية المستهلك بأنها: (كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله).

كما تعتبر جمعيات حماية المستهلك إحدى ركائز الرقابة، حيث أنها تقدم الدعم الفعال للسلطات العامة لمعالجة أوجه القصور التي تضر بصحة المستهلك، وتعتبر نوعا من الجمعيات غير الهادفة للربح، وتشارك في خصائصها وأهدافها العامة ومصادر تمويلها، وفي هذا الصدد تلعب دورا مهما للغاية في الدفاع عن مصالح المستهلك والوقاية.

أولا: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك

نظرا لما تتعرض إليه حقوق المستهلك من إعتداء والنيل من سلامتها، تلجأ جمعيات حماية المستهلك إلى وسائل ردعية بعد وقوع الضرر على المستهلك في إطار ما يسمى بالدور الدفاعي، حيث يصبح الدور الوقائي لها غير مجد وغير فعال، ونتيجة لذلك أصبح من الضروري جدا تفويض ممارسة الحق في الدفاع إلى جمعيات حماية المستهلك من أجل الدفاع عن حقوق المستهلكين، وذلك من خلال مايلي:

1. متابعة ومعالجة الشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين وإحالتها على المصالح المعنية بحماية المستهلك

تقوم جمعية حماية المستهلك بإبلاغ الشكاوى التي تتلقاها من المستهلكين إلى الهيئة المعنية بحماية المستهلك ذات الصلة وهي مصالح التجارة، التي تبشر التحقيق في هذه الشكاوى وتتحقق من صحتها وتعاقب من يتسبب في إلحاق الضرر بالمستهلك، كما تقوم جمعية حماية المستهلك أيضا بمتابعة هذه الشكاوى ومراجعة نتائجها وإبلاغ المستهلكين بها.

على سبيل المثال، تقوم جمعيات حماية المستهلك بإبلاغ مصالح المنافسة والأسعار عن حالات المبالغة في الأسعار أو عدم إعلانها، طبقاً لما جاء في المادة 44 فقرة 1 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، حيث 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 من القانون نفسه.

وعليه ينظر مجلس المنافسة في القضايا المتعلقة بالأسعار والمغالات في الأسعار التي تخطر بها المؤسسات والهيئات المذكورة في المادة 35 من الأمر رقم 03-03، ومن بين الهيئات المذكورة جمعيات حماية المستهلك، كما يمكن لها إخطار هيئات مراقبة الجودة ومكافحة الغش في حالات الغش في المنتجات، حيث يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك ويبيدي كل اقتراح في مجالات المنافسة، ويمكن أن تستشير أيضاً في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين.

2. التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الفردي للمستهلك

من المعترف به أن جمعيات حماية المستهلك لها الحق في تمثيل المستهلكين أمام القضاء عن طريق التأسيس كطرف مدني نيابة عن مستهلك واحد أو عدة مستهلكين تعرضوا لضرر فردي من مصدر مشترك تسببت فيه نفس المنظمة، وطبقاً للمادة 23 من القانون رقم 03-09 عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني.

ومع ذلك لا يمكن لجمعيات حماية المستهلك ممارسة هذا الحق إلا إذا تم استيفاء شروط معينة من ضمنها وجود مخالفة جزائية يتسبب فيها المتدخل، كالغش في مكونات المنتج أو بيع منتجات مقلدة، وقوع الضرر على مجموعة من المستهلكين المتضررين من نفس المخالفة من قبل نفس المتدخل، كما يجب أن يكون الضرر من نفس المنتج المغشوش أو من نفس المصدر.

ثانياً: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

وهذا هو الدور الرئيسي لجمعيات حماية المستهلك ويعكس الأنشطة والإجراءات التي تقوم بها هذه الجمعيات قبل أن تتعرض صحة وسلامة المستهلك للخطر، وبعبارة أخرى فإنها تمنع الضرر من خلال توعية المستهلك وإعلامه وإجراء البحوث والدراسات ذات الصلة بأنشطة المستهلكين، والمساهمة في إعداد سياسات المستهلكين، ويتجسد الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك من خلال مايلي:

1. تحسيس المستهلك وإعلامه

إذا كان للمستهلك الحق في الحصول على معلومات من المتدخل، فإن له الحق أيضا في الحصول على معلومات من جمعيات حماية المستهلك، وتتسم المعلومات التي تقدمها جمعيات حماية المستهلك بالتخصص، وتراقب ما إذا كانت المنتجات المقدمة تحمل الوسم والمواصفات القانونية.

كما تلفت انتباه المستهلك إلى ضرورة شراء المواد المنخفضة الثمن وجيدة الصنع بدلا من المواد باهظة الثمن، وتشجعهم على شراء المنتجات المحلية ذات الضمانات المضمونة بدلا من المنتجات المستوردة التي يصعب فيها تقديم مطالبات ضد المتدخلين الأجانب، والتشجيع على شراء المنتجات المنتجة محليا ذات المواصفات المضمونة وتوفير معلومات خاصة عن الضمانات، حيث أن معظم المستهلكين لا يعلمون بها.

ويمكن لجمعيات حماية المستهلك القيام بالإعلام والتحسيس عن طريق إعداد منشورات وتوزيعها على المستهلكين، أو في الصحف والمجلات، أو عن طريق الراديو والهاتف والإنترنت، ووفقا للمادة 19 من قانون رقم 31-90 المتعلق بالجمعيات (الملغى)، يجوز للجمعية نشر وتوزيع النشرات والمجلات والوثائق الإعلامية والكتيبات ذات الصلة بأهدافها في إطار التشريعات المعمول بها، ويجب أن يكون المنشور الرئيسي باللغة العربية، مع احترام التشريعات السارية المفعول.

2. إجراء الدراسات الاستقصائية والبحوث والتجارب على أنشطة الاستهلاك

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا هاما في تزويد المستهلكين بمجموعة من المعلومات عن المنتجات والخدمات وإعلامهم بما لهم من حقوقهم وما عليهم من التزامات، وتختلف المعلومات التي تقدمها جمعيات حماية المستهلك عن المعلومات التي يقدمها المتدخل، فالمعلومات التي يقدمها المتدخل تطلع المستهلكين على جميع البيانات المتعلقة بالمنتجات، بما في ذلك أوصاف المنتج والمكونات وتواريخ انتهاء الصلاحية والأسعار، أما بالنسبة للمعلومات التي تقدمها جمعيات حماية المستهلك إضافة إلى إطلاع المستهلك على المعرفة العلمية والقانونية التي تضمن حمايتهم وإعلامهم بحقوقهم تجاه المتدخل، تقوم هذه الجمعيات أيضا بإجراء تقييمات تهدف إلى تحديد وإعلام المستهلك بعيوب المنتجات.

3. الدعوة إلى مقاطعة المنتجات المعروضة للإستهلاك

تعتبر المقاطعة وسيلة لتوعية وتشجيع المستهلك حول مخاطر السلع والخدمات، ويمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تدعو إلى مقاطعة منتج معين إذا تم تحديد ضرره على صحة المستهلك أو سلامته أو مصدره أو ارتفاع سعره أو رداءة جودته، وبالتالي تعد المقاطعة وسيلة تهديدية تجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة

للمستهلكين، خاصة إذا تعلق الأمر بارتفاع الأسعار ورداءة الخدمات، أو لتعيب المنتجات وخطورتها على صحة المستهلك.

غير أنه وإن كان سلوك المقاطعة يحقق أهدافا إيجابية للمستهلك، إلا أنه يسبب أيضا أضرارا جسيمة للمتدخل بشكل خاص والاقتصاد الوطني بشكل عام، وذلك لأن انخفاض المشتريات يعني توقف الإنتاج مما يؤدي بدوره إلى ركود الاقتصاد.

ولم ينص المشرع الجزائري على هذا الإجراء لا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو قانون المنافسة، ولكنه ينص على تجريم الامتناع عن البيع، ومع ذلك كانت هناك حالات حثت فيها جمعيات حماية المستهلك على المقاطعة، على سبيل المثال إصدار تعليمة تدعو من خلالها المستهلكين على مقاطعة اللحوم المعروضة في الأسواق خلال شهر رمضان في سنة 1989، كذلك دعوة المواطنين إلى مقاطعة شراء فاكهة الموز في شهر أوت من سنة 2013 بسبب الارتفاع الكبير في أسعاره، وفي حقيقة الأمر يعتمد نجاح حملة المقاطعة على استجابة المستهلكين والتي لا يمكن تحقيقها إلا إذا كان المستهلك على درجة من الوعي والثقافة والتنظيم.

قائمة المراجع:

1. بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2014.
2. سليم سعداوي، حماية المستهلك (الجزائر نموذجاً)، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2009.
3. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2000.
4. فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003-2004.
5. ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.

بعض القوانين:

1. الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 43، متاح على الرابط الآتي:

www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2003/A2003043.pdf?znjo=43