

دور الجمعيات كآلية لحماية المستهلك من الإشهار التجاري التضليلي
 الطالبة وفاء عز الدين باحثة دكتوراه
 جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
Zed.wafa@yahoo.fr

المخلص :

لا يخفى على أحد أن الإشهار التجاري يعتبر أهم وسائل تسويق المنتجات أو الخدمات، إذ يعتبر حلقة وصل بين المستهلك والمعلن ، فما يحتاج إليه المستهلك في المرحلة السابقة لإبرام العقد هو التنوير المعلوماتي أي الإمداد بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة ،مما يمثل حماية له ولكن ما أصبح يلاحظ أن العديد من الأعدوان الاقتصاديين يلجؤون إلى استعمال الخداع في الإشهار وهذا ما يشكل خطرا على أمن وسلامة المستهلك والذي يسمى بالإشهار التضليلي نتيجة لكل هذه الأضرار التي يسببها الإشهار التضليلي وضع المشرع حماية للمستهلك من هذه التجاوزات من خلال الاعتراف لجمعيات ومنظمات حماية المستهلك بالحق في إقامة دعوى جماعية للمطالبة بحقوقه من أجل إرساء آلية متينة لضبط السوق في هذا النوع من الاعتداءات.

Summary :

It is no secret that commercial advertising is the most important means of marketing products or services, as it is a link between the consumer and the advertiser, what the consumer needs in the stage prior to the conclusion of the contract is information enlightenment, the supply of all information related to the product or service, But what has become noticeable is that many economic agents resort to the use of deception in advertising, which constitutes a danger to the security and safety of the consumer, As a result of all the damage caused by the disinformation, the legislator has protected the consumer from these abuses by recognizing the associations and the consumer protection organizations with the right to initiate a collective action to claim their rights in order to establish a robust mechanism to control the market in this type of attack.

مقدمة :

تشهد الحياة الاقتصادية والاجتماعية في زمننا الحالي تسابقا كبيرا من اجل إرضاء رغبات المستهلك وذلك في مجال الخدمات والسلع سواء كانت على مستوى الأسواق الوطنية أو الدولية . فالمستهلك يحتاج للحماية أيا كان النظام المطبق من طرف الدولة سواء أكان اقتصادا موجهها ، أم كان اقتصاد السوق ، إلا أن الحاجة لتحقيق هذه الحماية تزداد في ظل الأخذ بنظام الاقتصاد الحر وتحرير التجارة وسيطرة المادة على حساب القيم والمبادئ في ظل المنافسات الشرسة التي لا يتوانى من خلالها البعض عن استخدام أي وسيلة للتأثير مباشرة على الحياة المعيشية للمستهلك ؛ فهذا الأخير ما هو إلا طرف ضعيف في علاقة تعاقدية تحكمها اختلافات في المراكز ، مما يجعله فريسة سهلة للتظليل والخداع في عصر تميزه التقنية المتطورة التي يستعملها العون الاقتصادي ذي المركز القوي لفرض وإعلاء إرادته عند التعاقد ومن هذه الوسائل "الإشهار التجاري" والذي أصبح جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية ، إذ أنه من أهم الأسباب التي جعلت العون الاقتصادي يلجأ إلى عملية الإشهار هو ذلك الكم الهائل من المنتجات التي غزت الأسواق ، وجعلت المستهلك في حيرة من أمره ومتى ما كان غياب النزاهة فنحن بصدد سلبيات تضلل وتحجب الحقيقة عن المستهلك وتؤثر على إرادته في الاختيار فتأتي إرادته مشوبة بعيوب الإرادة

ومن أجل هذا كله برزت فكرة ضرورة وضع ضوابط قانونية وآليات لحماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب والتضليلي ، ومنها الحماية عن طريق الجمعيات والتي أقرها المشرع في عديد القوانين

وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية :

-هل دور الجمعيات كآلية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي كافية لتحقيق سلامته؟ وإلى أي مدى وصلت هذه الحماية على اعتبار حداثة النصوص التشريعية في هذا المجال؟

تتم معالجة هذه الإشكالية من خلال المحاور التالية :

➤ المبحث الأول : المهام الوقائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي .

-المطلب الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام .

-المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار

والجودة .

➤ المبحث الثاني : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي

-المطلب الأول : الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية .

-المطلب الثاني : الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد .

المبحث الأول: المهام الوقائية لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي:

تسعى العديد من التشريعات إلى تعزيز حق المستهلك في ضمان حقوقه من خلال الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك بالحق في إقامة دعوى جماعية للمطالبة بحقوقه، غير أن ذلك أثار بعض التساؤلات في بادئ الأمر حول أحقية هذه الجمعيات في رفع مثل هذه الدعوى

وقد طرح بعض الفقه أن الجمعية ليست كالنقابة تمثل أعضاء المهنة التي ينتمون إليها والتي لها صفة رفع الدعوى على المشاريع التجارية التي تمارس أعمال المنافسة غير المشروعة بهدف الحصول على تعويض ليس فقط من الأضرار المادية بل حتى المعنوية منها¹

وفي الجزائر اعترف المشرع لأول مرة بدور جمعيات حماية المستهلك بمقتضى القانون 02/89 الصادر في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بموجب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، أما فيما يتعلق بتنظيم هذه الجمعيات وطرق سيرها فقد نظمت بموجب القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات² والملغى بموجب القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات³ حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية

وقد مر دور هذه الجمعيات من مجرد إبداء الآراء والملاحظات إلى أدوات ضغط لوضع السياسة العامة لحماية المستهلك ، وقد كان الاعتراف بهذه الجمعيات بحق التقاضي للدفاع عن مصالح المستهلكين دور هام في هذه النقطة⁴

المطلب الأول : دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام

¹ - هامل الهواري ، دور الجمعيات في حماية المستهلكين ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، كلية الحقوق ، جامعة الجليلي

اليابس ، سيدي بلعباس ، عدد خاص ، أبريل ، 2005 ، ص 225

² - قانون 31/90 المؤرخ في 04/12/1990 ، جريدة رسمية عدد 53

³ - قانون 06/12 المؤرخ في 12/01/2012 ، جريدة رسمية عدد 02

⁴ - أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة -دراسة مقارنة ، المكتبة العصرية للنشر

والتوزيع ، مصر ، 2008 ، ص 504

تتمثل المهام الوقائية لجمعيات حماية المستهلك في الإجراءات المسبقة قبل التعرض
 لأمن وسلامة المستهلك من قبل الأعوان الاقتصاديين
 وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها :
 -توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي
 تفتقد للنظافة أو غير معنية بشكل قانوني
 -منع شراء السلع التي تحتوي على وسم أو مكان صنعها
 -منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية
 -منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة ، وأن العلامة الموضوع على متنها
 مزيفة⁵

وتسعى جمعيات حماية المستهلك في ذلك إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل
 التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى
 تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته ، كما أن أسلوب التحسيس لا
 يقتصر على المستهلك فحسب وإنما يجب ان يصل لأصحاب القرار مثال ذلك أن تقوم
 هذه الجمعيات بإخطار مجلس المنافسة على كل ما له صلة سواء بالمنافسة ، أو ما من
 شأنه ان يهدد صحة وأمن المستهلك ، حيث نصت المادة 02/35 من القانون 08-12
 المتعلق بالمنافسة⁶ انه : "... يمكن ان تستشير أيضا في المواضيع نفسها الجماعات
 المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا
 جمعيات المستهلكين " وبالتالي من نص المادة أعلاه يمكن لجمعيات حماية المستهلك
 العمل مع مجلس المنافسة من أجل تعزيز الدور الإيجابي للمنافسة ومنع كل ممارسة قد
 تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك ، كما تعمل هذه الجمعيات على اقتراح سن بعض القوانين
 في إطار حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة ، كما لهذه الجمعيات العمل
 بالتنسيق مع مختلف الأجهزة الأخرى سواء كانت إدارية أم قضائية من أجل ضمان
 الدفاع

كذلك لا يقتصر دور ومهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين و
 أصحاب القرار حول مخاطر الإستهلاك فقط ، بل يمتد دورها إلى المشاركة في إعداد

⁵ - ملال نوال ، المذكرة السابقة ، ص ص 163،164

⁶ - قانون 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 ، يعدل ويتم الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جوان 2003 المتعلق

سياسة استهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الإستشارية ، كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين ، و هو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها ونشجيع الحوار والتشاور مع السلطات ، وعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لإعتماد أجهزة تقييم المطابقة وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات إلى جانب دور الجمعيات في التحسيس والإعلام فإنها تلعب دورا لا يقل أهمية ألا وهو :

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم
- العمل باسم المستهلك في العالم نيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيم بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تنقيف المستهلك أينما كان في العالم
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكلا لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهتم بحماية المستهلك
- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم المشتركة⁷

ويعد هذا الدور التوعوي التحسيسية مهم جدا ، إذ يكافئ إلى حد بعيد الإشهار التجاري الذي يقوم به المنتج ، وبإمكان الجمعية القيام بجمع ونشر المعلومات والتحليل والمقارنات المتعلقة بالسلع وكيفية استخدامها ، وكذا القيام بحملات التوعية وإرشاد المستهلكين ، وإصدار مجلات ومنشورات ومطبوعات لإعلام المستهلك عن خصائص السلع المطروحة في السوق⁸

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة

حسب المادة 02/21 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فإن هذه الجمعيات تلعب دورا هاما في متابعة الأسواق ، وذلك بمراقبة مدى إحترام إجراءات اشهار الأسعار ، وكذا مطابقة السلع للجودة ، ويشبه هذا الدور ذلك الذي تلعبه مصالح

⁷ - ملال نوال ، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة وهران ، سنة 2013 ، ص 165

⁸ - عبد المنعم موسى ابراهيم ، حماية المستهلك ، دراسة مقارنة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، سنة 2007 ، ص 348

مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار، إذ إعترف لها المشرع الجزائري بالمنفعة العامة بمجرد تأسيسها وفق التنظيم الساري المعمول به قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة وسلامة المستهلك

وبالتالي فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أم منتجين اجانب ، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا ، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك ومصالح المحترف ، فمن جهة تشجع المحترف على عرض منتجات صالحة وسليمة ذات نوعية جيدة وصحية تحقق نقلة نوعية في إنعاش الاقتصاد الوطني ، ومن جهة أخرى ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطرا على صحته أو يهدد حياته⁹

وعليه من الإيجابي لتفعيل دور الجمعيات التوسع في مهامها لمحاربة الغش ومراقبة الأسعار مثل مديرية المنافسة ، وذلك لأن الجمعيات أقرب للمستهلكين ، مع العمل على توسيع دائرة التشاور في هذا الصدد بين جمعيات حماية المستهلك وكذا مختلف القطاعات والأجهزة الأخرى قصد الوصول غلى حماية كاملة للمستهلك

المبحث الثاني : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك من الإشهار التضليلي

يقصد بالتدخل الدفاعي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك ذلك الإجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بجماعة المستهلكين ، أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين

المطلب الأول : الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية

حتى تتمكن هذه الجمعيات من ممارسة حقها في الدفاع أمام الهيئات القضائية فإنه من الضروري أن تكون معتمدة من قبل السلطات العامة إذ أن الأصل هو أن ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه ، فإنه استثناءا أناط القانون لهيئات معينة سلطة رفع الدعوى

⁹ - زويبر أرزقي ،حماية المستهلك في ضل المنافسة الحرة ، مذكرة ماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ،جامعة مولود معمري،تيزي وزو ، 211، ص210

حماية لمصلحة جماعية أو مشتركة معينة ، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية¹⁰ بالرجوع إلى أحكام القانون المتعلق بالمنافسة ، فقد أعطى المشرع دور جد فعال لجمعيات حماية المستهلك وذلك نظرا لما تقوم به من حملات التوعية والدفاع عن مصالح المستهلكين خاصة في ظل المنافسة الحرة ، فقد ادخل ضمن التشكيلة الجديدة لمجلس المنافسة ممثلين عن هذه الجمعيات ، حيث تنص المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة للمادة 24 من الأمر رقم 03-03 على أنه يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين ، أما عن الدور الذي يلعبه هاذين الممثلين لجمعيات حماية المستهلك ، فلا يستبعد من تقديم آراء وإبداء اقتراحات حول كل ما له علاقة بالاستهلاك أو المساهمة في عمليات التحقيقات التي يجريها المجلس في حال إخطاره بوجود ممارسة غير نزيهة تهدد أمن وسلامة المستهلكين وعليه فإذا كان اعتراف قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين قصد إصلاح الضرر الذي يمكن أن يصيب المستهلك ، فإنه اعتراف صريح للقانون بالتدخل في مختلف الدعاوى من قبل هذه الجمعيات ، سواء التأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائري أم رفع دعوى مدنية أمام القضاء المدني ، وبالتالي تختلف الدعاوى التي ترفعها هذه الجمعيات ونذكر منها :

الفرع الأول : الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني¹¹ وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين ، ولكن لا بد من شروط في ذلك :

1- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي : فحتى يتسنى لجمعيات حماية المستهلك الإدعاء مدنيا أمام القضاء الجزائري ، ينبغي أن يكون التصرف الذي قام به المحترف جريمة معاقب عليها جزائيا ، أي وقوع الجريمة سواء كانت جنائية أم جنحة طبقا لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية¹²

¹⁰ - ملال نوال ، مذكرة سابقة ، ص 168

¹¹ - تنص المادة 23 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه : "عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك ، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني "

¹² - أمر رقم 66-155 ، المؤرخ في 08 جوان ، 1966 ، يتعلق بقانون الإجراءات الجزائية ، المعدل والمتمم ، جريدة رسمية

2- لا بد للمدعى المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدى كتابة الضبط للمحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية وذلك حسب المادة 75 من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم

3- لا بد من أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الإدعاء مختصا إقليميا، وإلا أن يأمر بإحالة المدعى المدني إلى الجهة القضائية المختصة وذلك حسب مضمون المادة 77 من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية

حيث تنص المادة 23 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه : "عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني "

الفرع الثاني: الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك

لجمعيات حماية المستهلك المعتمدة الحق في الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك أو ما يسمى بالتدخل الإنضمامي في الخصومة ، حيث تنص المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه : " يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا أو وحبويا ، لا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة و المصلحة "

أما المادة 1/198 تنص على : "يكون التدخل فرعيا عندما يدعم إدعاءات أحد الخصوم في الدعوى "

وبالتالي يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الراجع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد إدعاءاته أو إضافة طلبات إضافية إلى الطلبات الأخرى

الفرع الثالث : الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين

استنادا لنص المادة 23 أعلاه من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين وذلك متى توفرت الشروط التالية :

-لا بد من ان يكون المستهلكون المتضررون أشخاصا طبيعيا أو معنوية لحقها ضرر سببه نفس المحترف ،مما يفترض معرفة هذا المحترف مسبقا

-أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي ،ويمكن أن نعطي مثال في هذا الصدد ،مايقوم به بعض المحترفين في مجال التأمين ، إذ يقوم بإضافة بنود تعسفية في عقد التأمين ، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على تنفيذه أو يزيد من قيمة الأعباء التي يتحملها دون أن تكون له حرية مناقشة ذلك أو إمكانية اللجوء إلى محترف آخر يتعاقد معه دون تلك الشروط ، فهنا يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتدخل إلى جانب مختلف الطرق الأخرى أمام الهيئات القضائية للدفاع عن المصالح الفردية ،لحماية المستهلكين وذلك بطلب حذف الشروط التعسفية في العقود الموجهة للمستهلكين¹³ إلى جانب هذه الشروط هناك من يشترط تقديم وكالة ،أي أن يقدم إثتين على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك لتمثيلهم أمام الجهات القضائية ،فتقوم الجمعية بتمثيل المستهلكين بموجب وكالة مكتوبة ،أما المستهلكين الذين لم يقدمو وكالة فيبقى حقهم قائم في رفع دعواهم بصفة فردية¹⁴

إن الطريق القضائي الذي تتخذه جمعيات حماية المستهلك لا يضمن دائما حماية المصالح الجماعية للمستهلكين ، وهذا لبطئ الإجراءات ،وقد لا تملك الجمعية السيولة المالية الكافية لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بالمستهلك ، وحتى إن تقدمت إلى القضاء فغنه في الغالب لا تجني فائدة واسعة نتيجة صدور أحكام بتعويضات رمزية ، الأمر الذي يدفع بالمشرع إلى الاعتراف لها بحقها في الحصول على المساعدة القضائية طبقا لنص المادة 22 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش¹⁵

المطلب الثاني : الدعوة إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد

قصد تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك من اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى غالبا ما تكون إلى جانب الدعاوى القضائية التي تمارسها ، حيث نجد بعض الجمعيات في دول أخرى تلجا إلى هذه الوسائل بعد فشل الدعاوى التي تعرفها وهذه الوسائل تكمن في كل من الدعوة إلى مقاطعة السلع المغشوشة والمقلدة ،وكذلك الدعوة إلى الامتناع عن اقتناء المنتج بفرض دعاية مضادة عليه في مواجهة المحترفين الذين يتبين منهم عدم احترام المقاييس المعتمدة وكذا وجود مخاطر متمثلة في نوعية المنتجات المعروضة للاستهلاك

¹³ - زوبير أرزقي ،مرجع سابق ، ص 215

¹⁴ - هامل هواري ، مرجع سابق ، ص 15

¹⁵ - قندوزي خديجة ،حماية المستهلك من الإشهارات التجارية ، مذكرة ماجستير ، قانون الأعمال ، بن عكنون ، الجزائر ،

سنة 2006 ، ص 163

الفرع الأول : الدعوة إلى المقاطعة

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على 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 وضعها كأسلوب تهديدي ، فالخشية منها كافية لردع وجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين ، أما القانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة ، ولكن هناك من يقارنها بالإضراب عن العمل وبوجه عام لا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء ، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع. والمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع ترى فيها خطورة تهدد صحتهم لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها أو لعد جودتها¹⁶

فحق الانتقاد معترف به للجمعيات ، وهذا ما جعلها في بعض الأحيان تطلب من المستهلكين المقاطعة وتوجيه أصابع الاتهام لمنتج ما ، وهذا لسبب الضرر الناتج عنه أو لغلائه ، فالمقاطعة تعد كسلاح فتاك على المعنيين لكي يحترموا الحقوق الشرعية للمستهلكين ، غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة من شأنه ترتيب مسؤوليتها إذا أساءت أو أخطأت في استعمال هذه الآراء ، لذا لا بد عليها من الحيطة أثناء أداء هذا الدور ووجوب أن تكون هادفة في هذا الإطار ، الأمر الذي يجعل بعض رجال القانون يشترطون للقيام بالمقاطعة أن :

-يتخذ إجراء المقاطعة كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي من شأنها حماية المستهلك

-أن يكون أمر المقاطعة بسبب مبرر ومؤسس

وأغلب الجمعيات الموجودة فب الجزائر تكاد لا تعرف أو يسمع لها صوت ، إذ انها لا تزيد المستهلك حماية ، ولا تدفع عنه بلية ، الأمر الذي قد يكون منعدم في إطار ممارسة أسلوب المقاطعة ، عكس الجمعيات المكلفة بحماية المستهلك في الدول الأوروبية ، نظرا

¹⁶ -يوسف الجليلي، الاتصال بشأن مخاطر المنتجات والخدمات الاستهلاكية ، مجلة القانون الاقتصادي والبيئة ، كلية

الحقوق ، جامعة وهران ، 2009 ، ص115

وأبضا :

-زويبير أرزقي ، مذكرة سابقة ، ص 217

لتمتعها بقدر كبير من الكفالة والخبرة في هذا المجال ، خاصة عندما تستنتج هذه الجمعيات أن الإشهار الذي يقوم به المحترف قصد ترغيب المستهلك في الشراء لا يتطابق مضمونها مع السلعة أو الخدمة التي يسعى إلى تسويقها ، وذلك نظرا لتأثيرها السلبي على حرية المستهلك في الاختيار ، أو أنها تمس بشروط المنافسة النزيهة ، الأمر الذي قد يضر بالتجار وبالتالي الإضرار بالسوق¹⁷

الفرع الثاني: الإشهار المضاد

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر إجراءات أخرى ، وذلك بأن تتخذ أسلوب آخر للتثديد بالممارسات الغير النزيهة التي يقوم بها المحترفون على حساب امن وسلامة المستهلك ، وبالتالي لمنع الأضرار بالمستهلك فقد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المحترفين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك ، إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة أو الخدمة ، فمن جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الإشهارات المضادة أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك ، وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة أو الخدمة الموضوعة للتداول لا على المحترف ، إذ كلما ثبت مخالفة المحترفين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور ، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع أو الخدمات وهذه الإجراءات حتى وإن لم يتعرض لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة ، ولا في قانون حماية المستهلك فإنه تعتبر جد ضرورية¹⁸

الخاتمة :

إن موضوع الإشهار التجاري من المواضيع الحيوية والأنشطة في مختلف الدول ومنها الجزائر ، حيث يعتبر من وسائل تنشيط الثروة وعرض الإنتاج على جمهور المستهلكين عبر سلسلة تبدأ من المنتج أو الموزع إلى المستهلك ومن خلال دراستنا هذه نرى أن الإشهار الكاذب والمضلل جريمة ذات طبيعة خاصة لا بد إن يضع لها المشرع الجزائري نصوص قانونية تعاقب على مخالفتها، وهي أكيد

¹⁷ - قندوزي خديجة ، مرجع سابق ، ص 210

¹⁸ - بن خالد فاتح ، مذكرة سابقة ، ص 210

ليست نصوص القانون المدني والجنائي، وإن كان قد نستعين بها إذا توافرت الشروط القانونية اللازمة لذلك

وما يلاحظ أيضا أنه في غياب قانون ينظم العملية الإشهارية في الجزائر ، جعل السوق الوطنية تسودها الفوضى واللامبالاة ، مما جعل المعلنين ومصممي الإشهار يعتمدون في رسائلهم الإشهارية على العديد من الطرق الاحتياالية ، فهنا نجد أن المعلن في مركز أقوى لأنه عالم بمميزات سلعته أو خدمته ، على غرار المستهلك الذي يتأثر بالإشهار ، وبالتالي يقتني المنتج الذي يفاجئ في النهاية انه لا يستجيب لرغباته المشروعة ، مما يدفعه إلى اللجوء للقضاء في حالة ما إذا أدى المنتج لخطر يهدد صحته وأمنه الغذائي فمن خلال دراستنا لهذا الموضوع يمكن أن نقدم بعض الاقتراحات في هذا المجال منها:

1- ضرورة ان يتدخل المشرع لسن قانون ينظم النشاط الإشهاري في الجزائر مراعيًا في ذلك ومستفيدًا من كل النقائص التي شابته المحاولات السابقة في هذا الإطار ، بحيث يكون سندًا قانونيًا يرجع إليه المستهلك في حالة تعرضه لتضليل أو خداع من قبل العون الاقتصادي

2- تحديد الشروط الواجب توافرها في الرسالة الإشهارية ، حتى لا تمس أو تخالف النظام العام و الآداب ، مع العلم أن المشرع الجزائري قد تبنى المبادئ العامة التي وردت في الإشهار ولكن رغم كل ذلك فهذا لا يكفي لمواجهة التجاوزات

3- السماح لجمعيات حماية المستهلك بالتأسس كطرف مدني أمام الجهات القضائية لصالح المستهلك ، مع العمل على فتح مجالات للتوعية عن طريق المحاضرات والملتقيات مع تعزيز التعاون مع مجلس حماية المستهلكين في كل الأمور التي ترجع لصالح المستهلك

4- كما نقتح في هذا المجال تدعيم دور الجمعيات بالتوسيع في مهامها إلى محاربة الغش ومراقبة الأسعار ،مثل مديرية المنافسة وذلك لأن الجمعيات أقرب للمستهلكين ،كذلك العمل على توسيع دائرة التشاور في هذا الصدد بين جمعيات حماية المستهلك وكذا مختلف القطاعات والأجهزة الأخرى قصد الوصول إلى حماية كاملة للمستهلك

