

**RAPPORT DE SYNTHÈSE
DU SEMINAIRE EN CELEBRATION DE
LA JOURNEE MONDIALE DES DROITS
DU CONSOMMATEUR**

SOUS LE THEME :

**« LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS :
QUELLES ACTIONS DE PROXIMITE EN FAVEUR DU
CONSOMMATEUR ?**

LE 14 MARS 2008 RABAT – MAROC

SOMMAIRE

I/ Introduction générale	Page 3
II/ Première table ronde.....	Page 6
III/ Deuxième table ronde.....	Page 13
VI/ Annexes.....	Page
- Témoignage de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur – Kenitra : Les guichets conseils un espace d'accueil à l'écoute du consommateur -	Page 20
- Intervention de Mr. MOURAD HAMAYED EL MILI - L'information, la sensibilisation et l'éducation du consommateur : importance et enjeux	Page 36
- Intervention de Mr JEAN MICHEL WARNIER /CRJ- PAAA : Le jumelage institutionnel, des actions au profit des ADC.	Page 44
- Intervention de Monsieur Karim BRIBRI : les activités génératrices de revenus et son rôle dans l'appui du service de proximité des associations de protection des consommateurs	Page 54
- Intervention de Monsieur Mohammed FOUNTIR : Les avantages de l'obtention du statut de l'utilité publique	Page 59
VI/ Revue de presse.....	Page 71

INTRODUCTION GENERALE

La célébration de la journée mondiale des droits des consommateurs le 15 mars de chaque année par le Ministère chargé de l'Industrie et du Commerce, constitue un événement très attendu par toutes les parties concernées par les droits du consommateur : secteur public, opérateurs privés, société civile, universitaires, journalistes.

Pour l'année 2008, le choix du thème a porté sur « **associations de consommateurs : quelles actions de proximité en faveur du consommateur ?** ». En effet, ce choix s'est référé au rôle incontournable que jouent les associations de consommateurs dans la promotion du mouvement consumériste à travers leurs activités de proximité visant l'information et la sensibilisation du consommateur.

Aussi, l'opérationnalisation des guichets conseils constitue une grande évolution pour le travail des associations de consommateurs puisqu'ils concrétisent cette proximité et sont toujours à l'écoute des doléances des consommateurs.

Par ailleurs, une organisation saine et transparente ainsi qu'une gestion et gouvernance professionnelles semblent très commodes pour préserver la notoriété de ces organisations ainsi que pour atteindre les objectifs escomptés.

La première table ronde dont l'intitulé « **Quels services de proximité à assurer par les ADC pour répondre aux attentes des consommateurs** » a eu à traiter du rôle stratégique que les associations de consommateurs sont appelées à jouer, dans l'avenir, par le biais des guichets conseils pour la protection des consommateurs.

En effet, une unanimité s'est dégagée lors des présentations des intervenants évoqués lors de cette table ronde primant en priorité l'importance que revêt la création des guichets conseils par les associations de consommateurs dans les différentes régions du Royaume.

Ainsi, plusieurs actions ayant pour principal objectif d'encourager la création d'autres associations et partant, de guichets conseils au Maroc, ont été citées au cours de cette table ronde particulièrement la formation et l'information.

La défense des consommateurs est bel et bien une donnée importante de notre développement socioéconomique et pour l'assurer dans les meilleures conditions possibles, l'accent doit être impérativement mis sur la nécessité de former et d'informer les consommateurs afin d'en faire des partenaires.

Ainsi, il a été recommandé au cours de cette table ronde, ce qui suit :

- il est impératif que les différents départements ministériels et organismes doivent assister les associations dans leurs actions pour que les guichets conseils foisonnent à travers tout le territoire national et deviennent efficaces dans l'avenir;
- Des actions concrètes de sensibilisation doivent être organisées en vue de vulgariser le rôle du guichet conseil pour pouvoir inculquer cette nouvelle culture du consumérisme aux jeunes consommateurs et par la même occasion, consolider davantage des partenariats avec d'autres associations dans ce domaine ;
- Les associations de consommateurs sont appelées à élaborer des programmes communs de formation et d'information au niveau régional en coopération avec les pouvoirs publics, les entreprises, les organisations internationales et les

universités afin de créer des synergies pour la défense des intérêts des consommateurs ;

- Le rôle stratégique du mouvement consumériste marocain doit être axé principalement sur la formation et l'information du consommateur pour pouvoir le rendre apte à se défendre lui-même contre tout ce qui peut nuire à sa santé.

Sous le thème « وسائل وإمكانيات عمل جمعيات المستهلكين » la deuxième table ronde a permis de définir les domaines d'intervention des associations de consommateurs et de débattre les différentes possibilités de la réalisation des activités génératrices de revenus.

En effet, les activités génératrices de revenu passent d'abord par la bonne gouvernance, la transparence et l'équité dans la gestion entre la responsabilisation des membres des associations de consommateur.

Aussi, le représentant du Secrétariat général du Gouvernement a donné un exposé détaillé sur la situation du tissu associatif au Maroc, des statistiques sur leurs champs de travail, ainsi que la classification des associations de consommateurs dans ce tissu.

Aussi, Monsieur FOUNTIR a expliqué la procédure officielle ainsi que les pièces administratives requises de la part des autorités compétentes pour l'obtention du statut de l'utilité publique ainsi que les avantages judiciaires et financières offerts par ce statut.

Les recommandations formulées lors de cette deuxième table ronde ont porté sur:

- L'organisation interne des associations de protection du consommateur afin de pouvoir atteindre le stade du professionnalisme et de développer des activités génératrices de revenus;
- La transparence et la bonne gouvernance sont les clés de l'évolution des associations de consommateurs;
- Le statut de l'utilité publique est un engagement de taille qui nécessite des grands efforts de la part des associations désirant en bénéficier ;
- Le statut de l'utilité publique offre de grands avantages aux associations bénéficiaires.

TABLE RONDE 1

« Quels services de proximité à assurer par les ADC pour répondre aux attentes des consommateurs ? »

INTERVENANTS

- Les guichets conseils un espace d'accueil à l'écoute du consommateur - témoignage de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur - Kenitra
- L'information, la sensibilisation et l'éducation du consommateur : importance et enjeux - Mr. MOURAD HAMAYED EL MILI -
- Le jumelage institutionnel, des actions au profit des ADC, Mr JEAN MICHEL WARNIER /CRJ- PAAA -

ANIMATEUR

MONSIEUR DRISS ISSAOUI

Les guichets conseils, un espace d'accueil à l'écoute du consommateur.

Dans son mot introductif, Monsieur Driss ISSAOUI, animateur des travaux de cette manifestation, a mis en exergue l'importance de cet événement annuel qui commémore la journée mondiale des droits des consommateurs tout en soulignant la pertinence du thème choisi pour cette année à savoir les actions de proximité développées par le mouvement consumériste au profit des consommateurs.

Il a, également, noté la problématique de l'apport bénéfique réel de l'expérience de mise en place des guichets conseils par certaines associations de consommateurs et a invité celles des villes de Kenitra et d'Essaouira à présenter leurs expériences dans ce domaine.

Témoignage de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur de Kenitra – Monsieur KHERRATI –

Dans son intervention, Mr KHERRATI, Président de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur de Kenitra a souligné que cette association a mis en place un guichet conseil dans le cadre du projet de coopération AQPA entre le Département du Commerce et de l'Industrie et la coopération allemande.

Il a rappelé également que le guichet conseil est un moyen de contact direct entre le consommateur, l'administration et les entreprises et que la formation de certaines associations pour la mise en place des guichets conseil a été assurée par ce projet.

Selon l'intervenant, le guichet conseil constitue un espace à l'écoute du consommateur où une grande importance est donnée à la reconnaissance et au respect des droits des consommateurs.

Il a ajouté qu'avant la mise en place du guichet conseil de la ville de Kenitra, il y a eu une période d'essais durant le mois d'août à la plage de Mehdiya par la création d'un guichet conseil itinérant.

Actuellement, le guichet conseil dispose, selon l'intervenant, d'un ensemble de conseillers volontaires qui sont mis au service des consommateurs en vue de les informer et d'examiner leurs doléances.

Pour ce qui est du bilan de l'expérience vécue par le guichet durant une période d'environ trois mois (du 12 Décembre 2007 jusqu'au 3 Mars 2008), il a été souligné que les résultats par secteur d'activité s'établissent comme suit :

- la téléphonie représente 70% des requêtes ;
- les services 28% ;
- et la santé 7%.

Ainsi, sur les 84 jours ouvrables, le nombre de requêtes reçues et de contacts enregistrés est d'une moyenne de 6/jour. Cette situation se présente comme suit :

- 465 requêtes reçues et contacts enregistrés par l'association et le guichet conseil ;
- 403 contacts ont été traités ;
- 13 ont été résolus ;
- et 32 sont en cours de résolution.

Il a ajouté également que la résolution des problèmes reste faible, mais le traitement des dossiers est très important car ces derniers ne dépendent pas uniquement de l'association mais aussi des tiers. C'est pour cette raison que les différents départements ministériels et organismes doivent impérativement assister les associations dans leurs actions pour que les guichets conseils foisonnent à travers tout le territoire national.

Pour conclure, Mr KHERRATI a souligné que les associations de consommateurs doivent être soutenues par le gouvernement et les entreprises pour qu'elles deviennent plus efficaces dans l'avenir.

Témoignage de l'Association de Protection du Consommateur d'Essaouira – Monsieur LOUBANE –

Le guichet conseil de la ville d'Essaouira : bilan et perspectives.

Au début de son intervention, Monsieur LOUBANE, Président de l'Association de Protection du Consommateur d'Essaouira a mis l'accent sur l'importance du rôle joué par le consommateur dans le marché économique et c'est dans cette perspective que la province d'Essaouira a été l'une des villes choisies pour abriter un guichet conseil afin de répondre aux demandes des consommateurs.

La mise en place de ce guichet, selon l'intervenant, a été précédé par l'élaboration de dépliants contenant les coordonnées du siège du guichet ainsi que ses objectifs, d'un formulaire de réclamation et d'information et d'un répertoire contenant les adresses et coordonnées d'un certain nombre de services (ONEP, ONE, Jeunesse et Sport, etc.). De même, sept membres volontaires (des médecins, des vétérinaires, des enseignants, etc.) sont chargés de conseiller et d'accompagner les consommateurs en passant en revue tout le travail qui a été réalisé jusqu'à nos jours.

Ensuite, il a passé en revue le bilan de ce guichet qui a été dans l'ensemble satisfaisant ainsi que les moyens mis en oeuvre pour l'accomplissement de ses tâches. Les actions entreprises par le guichet se limitent essentiellement à fournir des conseils et des informations.

En guise de conclusion, Monsieur LOUBANE a souhaité que d'autres actions de sensibilisation au profit des consommateurs soient organisées en vue de vulgariser le rôle du guichet conseil pour pouvoir inculquer cette nouvelle culture du consumérisme aux jeunes consommateurs et a demandé de consolider davantage des partenariats avec d'autres associations dans ce domaine.

Il a également exprimé le souhait de voir d'autres guichets conseils installés au niveau de la région (notamment à Tamar, Talmet, Hanchan, etc.) et d'accompagner les autres associations pour installer leurs propres guichets et de s'enquérir de l'expérience d'autres associations nationales, voire internationales dans ce domaine.

L'information, la sensibilisation et l'éducation du consommateur : importance et enjeux - Mr. MOURAD HAMAYED EL MILI -

Monsieur MOURAD HAMAYED EL MILI, expert national, a précisé dans son intervention, que les bases d'une reconnaissance de certains droits des consommateurs ont été posées dès le début de l'année 1962 par les USA et ce n'est qu'à la fin XIXe siècle qu'apparaissent dans les grandes villes d'Europe occidentale des ligues d'acheteuses, de consommateurs et d'usagers.

Aux quatre droits fondamentaux qui constituaient la genèse du mouvement consumériste notamment les droits à la sécurité, à l'information, de choisir et d'être entendu, se sont ajoutés ceux relatifs à la satisfaction des besoins vitaux, de réparation, à l'éducation et enfin à un environnement sain.

Suivirent ensuite les réformes entamées aux USA et en Europe Occidentale dont l'objectif était d'en consolider les bases, en affirmant que la politique de la consommation est inséparable d'une politique économique et sociale d'ensemble et qu'elle est un volet essentiel de la politique de défense du pouvoir d'achat.

Pour le Maroc, l'intervenant a noté que le mouvement consumériste au Maroc est très jeune, la première association de consommateurs a été créée au début de l'année 1995 par Maître FEKKAK. Ce mouvement a connu depuis l'année 2000, un foisonnement notamment avec le lancement de plusieurs chantiers par le Département de l'Industrie et du Commerce en collaboration avec d'autres départements, avec des opérateurs privés, avec la coopération étrangère, notamment allemande, et bien évidemment et surtout, avec les associations.

Il a enchaîné en donnant une définition de l'associationnisme qui est, selon lui, une doctrine permettant aux citoyens de se regrouper pour se défendre contre, d'une part les exigences de l'Etat, et d'autre part, les diktats des fabricants et prestataires de services – fournisseurs de ce que nous consommons.

Il a ajouté aussi qu'en plus de son indépendance, l'association de consommateurs doit être démocratique et solidaire pour pouvoir favoriser la prise en charge des problèmes de consommation par les consommateurs eux-mêmes.

Il a précisé ensuite que les conditions de vie décente, une nutrition adaptée, la protection de santé, l'instruction, un travail correct et la protection contre les catastrophes ne constituent pas uniquement des objectifs du développement, ce sont maintenant des droits humains.

Ainsi, le développement est défini par l'intervenant comme étant un processus d'expansion des libertés humaines notamment la liberté politique, les ressources économiques et les services sociaux.

D'un autre côté, il a insisté sur le fait que la justice sociale oblige à respecter d'une part le droit où le marché n'est pas l'anarchie et d'autre part, l'éthique car le marché n'est pas naturellement doté des régulateurs éthiques dont il aurait besoin.

De même qu'il a souligné l'importance que revêtent les médias et les associations de consommateurs qui, selon, lui sont des contre-pouvoirs démocratiques par excellence et dont les principales missions sont pour les premiers, l'information et pour les seconds, la formation pour permettre au consommateur de se défendre, soit par le biais des associations chargées de sa défense.

De même, la formation des consommateurs comprend un ensemble d'activités, de moyens, d'outils pédagogiques destinés à fournir aux consommateurs les connaissances et les compétences indispensables en vue d'adopter une attitude critique et rationnel à l'égard du produit ou du service commercialisé.

Dans le même ordre d'idées, il met l'accent sur l'intérêt que représentent pour l'entreprise la maîtrise des sources d'information des consommateurs, le renforcement de l'usage du produit et enfin le développement des relations durables avec les consommateurs.

Pour conclure, Monsieur EL MILI a souligné que la défense des consommateurs est bien une donnée importante de notre développement socioéconomique. Pour l'assurer dans les meilleures conditions, il a mis l'accent sur la nécessité de former les consommateurs afin d'en faire des partenaires. Ce rôle des associations de consommateurs devrait élaborer des programmes communs de formation et d'information au niveau régional en coopération avec les pouvoirs publics, les entreprises, les organisations internationales et les universités afin de créer des synergies pour la défense des intérêts des consommateurs.

Le jumelage institutionnel, des actions au profit des ADC

- Mr Jean Michel VARNIER /CRJ- PAAA -

Monsieur Jean Michel VARNIER, Conseiller Résident du projet de jumelage avec l'Union Européenne, a mis en exergue la particularité du jumelage « CONSO-DCI », en précisant que ce n'est pas du tout un jumelage ordinaire, voire habituel, il transfère beaucoup de choses vers le consommateur et les associations des consommateurs.

Il a ajouté que ce projet de jumelage vise particulièrement le renforcement des structures institutionnelles intervenant dans le domaine de la protection, l'information, la sensibilisation et l'éducation du consommateur et le rapprochement de la législation marocaine avec l'acquis communautaire en matière de protection du consommateur et ce, dans l'objectif d'assurer une meilleure intégration du Maroc au marché intérieur des biens et services européens.

En mettant en relief la place du consommateur dans l'économie de marché, il a insisté sur le fait que la règle du jeu pour un bon fonctionnement du marché réside généralement dans la recherche de l'intérêt général tant pour le consommateur que pour le producteur.

Il a continué en précisant que c'est grâce à la boîte à outils dont dispose l'Etat qu'une économie libérale peut fonctionner normalement. En effet, il faut selon lui, la réunion de trois conditions essentielles dont sont chargées les administrations en général à savoir la transparence, l'atomicité et enfin la fluidité en y associant également une autre condition qui a trait aux exigences de la qualité et la sécurité du produit.

En outre, il s'est demandé si le consommateur peut être décideur avec cet ensemble de règles. Malheureusement, les réflexes commerciaux les plus répandus chez lui sont souvent dissimulés, difficiles à repérer et font que les producteurs sont appelés à se concerter, à s'allier, à se partager le marché et d'en limiter quelques fois l'accès à d'autres intervenants.

De même, il a noté que l'évolution générale de l'économie mondiale et nationale vers davantage de concentration de pouvoirs, voire d'inégalités et peut être aussi de déséquilibres de puissance. Et dans ce contexte, un consommateur qui est très isolé, voire faible, peut être facilement une cible publicitaire.

L'intervenant a ajouté également que cet état de choses ne fait pas un consommateur très fort et que l'essentiel du champ de litige entre consommateurs et producteurs échappe à la réglementation et est souvent laissé au civil, donc au rapport de force des contrats d'adhésion.

D'un autre côté, Monsieur VARNIER a précisé que l'existence des associations de consommateurs s'avère une nécessité non seulement sociale mais économique, afin de venir en aide aux citoyens/consommateurs. Pour lui, c'est la cinquième condition pour le bon fonctionnement d'une économie libérale.

Ainsi, les associations de consommateurs sont appelées à assister et à informer le consommateur isolé, lui permettre de négocier avec les professionnels et par conséquent, tenter de rééquilibrer les relations des deux parties sur le marché. Le rôle de ces organisations vise également à garantir les conditions de fonctionnement du marché étant continuellement à son écoute et ainsi, compléter la veille concurrentielle de l'Etat.

Il a précisé également que la nécessité de s'associer n'est pas du tout un réflexe car le consommateur pense association seulement lorsqu'il est en litige. Donc, l'existence d'une association semble liée à la proportion des litiges qui opposent le consommateur à un producteur ou professionnel.

Nonobstant la gratuité des informations et des conseils fournis aux consommateurs en litige, une association peut insister, en contrepartie, sur leur adhésion en son sein pour qu'elle puisse exister en tant qu'entité et œuvrer efficacement pour la défense de ses membres.

De même que l'appui à ces associations est, d'après l'intervenant, une nécessité pour le marché en ajoutant que sa mise en œuvre semble néanmoins difficile avec un budget réparti au regard de la vie associative.

En plus, il a insisté sur la particularité que revêt ce jumelage en précisant que ce temps d'expertise est transféré uniquement vers les Associations de Consommateurs et c'est justement là où réside la difficulté majeure car les associations déjà existantes ne sont pas très nombreuses et qu'actuellement, peu d'entre elles sont dotées de guichet conseil. Il a ajouté qu'il faudrait œuvrer davantage pour atteindre l'objectif assigné à cette coopération en permettant à ces entités de croître et surtout d'être dotées des guichets conseils.

Au terme de son intervention, il a passé en revue les différentes composantes régissant ce jumelage, particulièrement la mise en place d'une base de données juridiques sur la consommation, la refonte du site web de la Direction du Commerce Intérieur, la réalisation des guides et dépliants, des supports d'éducation à la consommation, les spots audio visuels, l'initiation aux essais comparatifs et à la normalisation et enfin, la préparation des lettres modèles.

TABLE RONDE 2

وسائل وإمكانيات عمل جمعيات المستهلكين

- الأنشطة المدرة للدخل ودورها في دعم عمل القرب الذي تقوم به جمعيات المستهلكين
السيد كريم برييري - خبير وطني-

- صفة المنفعة العامة : المرتكزات الأساسية للحصول عليها والامتيازات التي تخولها لجمعيات
المستهلكين

السيد عبد الإله فونتير : مدير الشؤون العامة ومكلف بمديرية الجمعيات والمهن المقننة بالأمانة
العامة للحكومة : الجمعيات بالمغرب و الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة
العامة -الأمانة العامة للحكومة -

مداخلة السيد عبد الكريم بربري، خبير وطني : الأنشطة المدرة للدخل ودورها في دعم عمل القرب لجمعيات حماية المستهلك

في بداية تدخله أكد السيد بربري أن جمعيات حماية المستهلك تقوم بعمل تطوعي جبار لا يرمي إلى تحقيق أهداف شخصية، سيما في ظروف عرفت تقلص التطوعية، مما يتطلب منها تطوير مجهوداتها وإمكانياتها من أجل الارتقاء بعملها، ويشكل جانب المهزنية محورا أساسيا يستدعي تخصص الجمعيات في مجال حماية المستهلك من أجل تموقع أفضل على الساحة الاقتصادية ولعب الدور الاستراتيجي المنوط بها.

كما أشار المتدخل إلى جانب الاحترافية والذي يعتبر أساسيا من أجل القيام بالأنشطة المدرة للدخل، حيث يدخل ذلك أيضا في تنمية سياسة القرب من المستهلك. ويعتبر خلق شبائك المستهلك من طرف الجمعيات أحد أهم تجليات هذه السياسة والتي تستوجب عملا ومثابرة متواصلين.

والاحترافية نوعان: الصنف الأول والذي يقتصر على الجانب التنظيمي والتنسيقي للمتطوعين بينما يبقى للعمل الميداني الفعلي الحيز الأكبر، أما النوع الثاني فهو مقاولاتي محض حيث يصبح تسخير الجمعية قرينا بتسيير مقولة ذات مجلس إدارة متطوع يقوم بالتخطيط والتنسيق والانجاز وكذا تقييم المنجزات من طرف المجلس الإداري للجمعية.

وقد أكد الخبير أن الجمعية كي تصبح محترفة، يجب أن تتوفر بالأساس على بنية مؤسساتية قوية كالهياكل التنظيمية المقرونة بالحكمة الجيدة، الشفافية والمحاسبة وكذا تسيير جماعي يمكن من ضمان مشاركة الأعضاء في إنجاز أهداف الجمعية.

وعندما تبلغ الجمعية مرحلة المؤسسة القوية، لابد من تفعيل الأنشطة المدرة للدخل حيث يستوجب ذلك تفعيل الموارد البشرية والتقنية والمؤسساتية. فللموارد البشرية تستدعي تدخل الخبراء الأكفاء في مجال حماية المستهلك، والجانب التقني يتطلب مراعاة عدة نقاط منها الإعلام والتوجيه والبيداغوجية.

أما بالنسبة للموارد المالية، هناك طريقتان: الأولى جلب الدعم المالي من الشركاء كالجماعات المحلية، الشراكة الدولية، الإدارات، وكالات التنمية... إلخ، الطريقة الثانية تهم التمويل الذاتي وتضم شقين: واجب الانخراط والتمويل عبر الأنشطة المدرة للدخل.

وبخصوص التمويل عبر الأنشطة المدرة للدخل فقد عرفها المتدخل كأنشطة اقتصادية يتوخى منها ضمان مدخول مالي حيث أن هناك جمعيات تنموية لها تجارب واسعة في هذا المجال.

بالنسبة لجمعيات المستهلك، أضاف السيد بربري أن هذه الأنشطة لها خصوصيات تكتسي مراعاة الجانب التشريعي وميثاق الأخلاقيات والذي ينص على التعامل مع القطاع الخاص في حدود مرسومة سلفا وضمن استراتيجية متكاملة تهدف إلى تطوير حقوق المستهلك كما يجب أن تمارس الأنشطة المدرة للدخل ضمن قوانين الجمعية، وذلك ليس بهدف جلب المال فقط وإنما لتحقيق أهداف الجمعية في مجال حماية المستهلك.

كما يجب أن تستغل الأرباح المحققة خلال هذه الأنشطة في تمويل مشاريع أخرى وضمن مرتب للمداومين داخل أنشطة معينة كشبائك المستهلك مثلا.

وقد أدرج الخبير بعض الأنشطة المدرة للدخل مثل:

- إسداء خدمات بالمقابل بشرط أن لا تكتسي الصبغة التجارية (كاختبار منتج لدى شبائك المستهلك)؛

- بيع الدراسات الخاصة بالجمعية: دلائل، ملصقات، يوميات؛

- عرض خبرتها في مجال تخصصها بمقابل كالتكوين.

ومن أجل ذلك لابد من توفير الكفاءة والخبرة في تفسير هذه الأنشطة وكذا الوسائل البشرية والمالية والتقنية الضرورية لذلك.

ومراحل تحقيق الأنشطة المدرة للدخل تمر عبر عدة نقاط ذكر منها الخبير ما يلي:

- تحديد الطلب؛
- بلورة منتج جديد مبنى على الحاجة وليس على الخبرة فقط مع احترام عنصر الندرة؛
- وضع برنامج عمل؛
- تحديد الوسائل المادية والبشرية والتقنية الملائمة؛
- تحديد ميزانية الانطلاق؛
- البحث عن تمويل الرأسمال الأساسي؛
- تحديد الثمن؛
- تحديد طرق البيع؛
- الإشعاع.

وتحديات الجمعية لتحقيق هذه الأهداف كثيرة أهمها:

- 1 - إيجاد ممولين قادرين على الدعم الأساسي للجمعيات دون المساس باستقلاليتها وحيادها؛
- 2 - الاستدامة المالية للنشاط والجمعية؛
- 3 - إيجاد أنشطة مدرة للدخل دون الدخول في حقل تطبيق قانون الضريبة على الدخل.

مداخلة السيد عبد الإله فونتير : مدير الشؤون العامة ومكلف بم ديرية الجمعيات والمهن المقننة بالأمانة العامة للحكومة : الجمعيات بالمغرب و الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

في مستهل تدخله، أكد السيد الفونتير على أن جمعيات حماية المستهلك هي جمعيات حقوقية حيث تصنف ضمن الجمعيات التي تدافع عن حقوق الإنسان، كما تعمل هذه الجمعيات على تأسيس ثقافة الدفاع عن المستهلكين من خلال الأنشطة المتعددة التي تقوم بها مع مختلف الفاعلين. وتتميز هذه الجمعيات بصيغة خاصة تتجلى في كونها تدافع عن كل شرائح المجتمع حيث لا تفرق بين القطاعات والانتماءات الجغرافية والطبقات الاجتماعية.

وأشار المتدخل إلى أن جمعيات حماية المستهلك تعتبر شريكا استراتيجيا في تطوير الإنتاج وضمان الجودة من خلال دورها في مجال التوعية والتحسيس والدفع بثقافة الاستهلاكية في المغرب. وقد صنفها من الناحية القانونية إلى ثلاث أنواع: الجمعيات المصرح بها بطريقة عادية والتي تخضع لظهير 1958 المنظم للجمعيات، وتلك التي تتوفر على صفة المنفعة العامة في إطار مرسوم 2005 خصوصا المواد 9 إلى 13 منه والجمعيات التي تخضع لتشريع خاص كالجمعيات التضامنية والرياضية، جمعيات القروض الصغرى، التعاونيات، جمعيات آباء التلاميذ... الخ. على مستوى النسيج الجهوي والوطني، فالمغرب يتوفر على 38500 جمعية والتي تعمل في مجالات مختلفة كالتممية والأعمال الاجتماعية، حقوق الإنسان وهذه الفئة تضم جمعيات حماية المستهلك نظرا لكونها الجمعيات الوحيدة التي تدافع عن الحقوق الاقتصادية للمواطنين، وبذلك يعتبر دورها استراتيجيا، سيما إذا اتسم عملها بالاحترافية والمهنية وكذا الاستقلالية نظرا لحساسية المجال الذي تعمل فيه.

بالنسبة للجمعيات التي تستفيد من صيغة المنفعة العامة، يتوفر المغرب على 165 جمعية منذ سنة 1958 والتي عرفت تطورا بنسبة 70 % بين سنة 1994 و 2007 من مجموع حصيلة الجمعيات المسجلة ومن بينها 159 جمعية مغربية و 6 جمعيات أجنبية.

صفة المنفعة العامة، حسب المتدخل، يتم إصدارها عبر مرسوم السيد الوزير الأول وهي بمثابة امتياز يمنح للجمعية بناء على معايير وشروط كما تشكل دعما معنويا لها، وتستفيد هذه الجمعيات بموجب هذا المرسوم في المجال المالي من الخصومات على الضرائب وكذا الإعفاءات الضريبية سواء تعلق الأمر بالضريبة على الدخل، الضريبة على القيمة المضافة، الضريبة على التسجيل، الضريبة على النطافة، الضريبة على الأرباح العقارية... كما تستفيد أيضا الجهات التي تقدم إعانات مالية لهذه الجمعيات سواء مالية أو عينية على الصعيد الوطني أو الدولي من هذه الامتيازات.

ومن ناحية الامتيازات القانونية، فإن قانون الأسعار والمنافسة أعطى الحق لهذه الجمعيات لتنصيب نفسها كطرف مدني في الدعاوى المتعلقة بقضايا حماية المستهلك وأن تستفيد من التعويضات المالية المترتبة عن هذه القضايا.

بخصوص المرجعية القانونية التي تمنح بها الدولة صفة المنفعة العامة، أكد المتدخل على أن الجمعية يجب أن تستجيب للجمعية لمقتضيات ظهير 1958 الخاص بتنظيم حق تأسيس الجمعيات، كما وقع تغييره وتتميمه ومرسوم تطبيقه وكذا المنشور الصادر عن الأمانة العامة للحكومة بتاريخ 2 غشت 2005 والمتعلق بشروط الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة الجمعيات.

كما تخضع هذه الجمعيات أيضا للمدونة العامة للضرائب (المادة 5) من قانون المالية رقم 38-07 للسنة المالية 2008، وكذا قرار نائب الوزير الأول ووزير الاقتصاد والمالية بتاريخ 31 يناير 1951

المحدد لشروط التنظيم المالي والمحاسبي للجمعيات المدعومة بصفة دورية من لدن الجماعات العمومية والذي يهدف إلى مراقبة المداخيل المالية لهذه الجمعيات .
أيضا تخضع هذه الجمعيات إلى مراقبة المجلس الأعلى والمحاكم المالية طبقا للقانون رقم 62-99 المتعلق بمدونة المحاكم المالية (13 يونيو 2002) (المواد 86، 118، 154، 155) ونصوص أخرى مختلفة منها قانون حماية المستهلك الذي سيصدر في الشهور المقبلة .
فيما يتعلق بشروط منح صفة المنفعة العامة، فقد صنفها السيد الفونتينر إلى أربع شروط:

- شروط متعلقة بالأهداف؛
- شروط متعلقة بالجوانب التنظيمية؛
- شروط مالية ومحاسبية؛
- الخضوع لالتزامات قانونية.

فبالنسبة للشروط المتعلقة بالأهداف، فالجمعيات التي تسعى للحصول على هذه الصفة يجب أن تشغل في ميادين تكتسي صبغة المصلحة العامة بالأساس بغض النظر عما إذا كانت تشغل على المستوى المحلي، الجهوي أو الوطني مما يفرض التدقيق في النظام الأساسي للجمعيات للتمتع في أهدافها العملية.

على مستوى الشروط التنظيمية يجب أن يستجيب تأسيسها للمادة 5 من ظهير 1958، كما يجب أن يسمح الهيكل التنظيمي للجمعية من توزيع من اصرب المسؤولية بين جميع أعضائها حتى يتسنى للجمعية ممارسة تدبير ديمقراطي محض .

على مستوى التسيير، يجب على الجمعية احترام المساطر الإدارية والمالية المنصوص عليها في النصوص التنظيمية وذلك من خلال احترام انعقاد الجمعيات العامة، كما أن اتخاذ القرارات والتسيير يجب أن يتم بطرق شفافة وديموقراطية.

بالنسبة للشروط المالية، على هذه الجمعيات أن تكون قادرة على إعطاء بيانات مالية دورية خاصة بنشاطاتها بناء على طلب الإدارات المختصة من أجل مراقبة وضعيتها المالية، كما يجب أن تتوفر الجمعية على الوسائل البشرية والمالية للقيام بمهامها وذلك طبقا للأهداف المرسومة من طرف الجمعية.

بالنسبة لالتزاماتها القانونية يجب على الجمعية:

○ تقديم جميع البيانات المتعلقة بنشاطها، مشاريع اتفاقيات، برامج العمل ... كما يجب للجمعيات ذات صفة المنفعة العامة أن تعد تقريرا سنويا يتضمن أوجه استعمال الموارد التي حصلت عليها خلال السنة الماضية ورفعها إلى الأمين العام للحكومة ، ويجب أن

- يكون هذا التقرير مصادقا عليه لدى خبير محاسب مقيد في جدول هيئة الخبراء المحاسبية يشهد بصحة الحسابات التي يتضمنها.
- لا يجوز لأية جمعية ذات المنفعة العامة أن تقبل هبة منقول أو عقار إذا كانت تلك الهبة يحتفظ فيها اللواح بمنفعته؛
 - تسجل جميع القيم المنقولة في سندات في إسم الجمعية؛
 - كل عقار تشمله هبة بين الأحياء أو وصية وهو غير لازم لسير الجمعية يقع تفويته ضمن الصيغة والآجال المنصوص عليهما في وثيقة الإذن الذي يمنحه الوزير الأول؛
 - لا يجوز تفويت أو تحويل أو تعويض القيم المسجلة بقيم أخرى أو بعقارات إلا بعد إذن يصدره الوزير الأول.

كما تخضع هذه الجمعيات لمراقبة الإدارة وذلك من أجل التأكد من أن طبيعة أنشطة الجمعية وأهدافها وطريقة تدبيرها تحترم المشاريع والتنظيم الجاري بهما العمل.

بالنسبة للائحة الوثائق المطلوبة للحصول على صفة المرفعة العامة، فهي كالتالي :

- 1- الوصل النهائي لإيداع ملف تأسيس الجمعية؛
- 2- النظام الأساسي والنظام الداخلي للجمعية، يكونان محينين؛
- 3- قائمة الأعضاء المسؤولين عن إدارة الجمعية مع الإشارة إلى جنسيتهم ومهنتهم ومحل إقامتهم وعناوينهم، وعند الاقتضاء، نسخة من وصل آخر تجديد لمكتب الجمعية، وبيان عناوين فروعها؛
- 4- تقرير عن أنشطة الجمعية يبين إنجازاتها منذ إحداثها وبرنامج عملها التوقعي للسنوات الثلاثة القادمة؛
- 5- القوائم التركيبية لذمة الجمعية ووضعيتها المالية ونتائجها، وكذا قيمة الممتلكات المنقولة وغير المنقولة التي تملكها الجمعية، وتلك التي تعترزم امتلاكها مستقبلا؛
- 6- نسخة من محضر مداولات الجهاز المختص في الجمعية الذي يأذن بتقديم طلب الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة الجمعية المعنية، مصحوبا بقائمة الأعضاء الحاضرين.

ANNEXES

Les guichets conseils un espace d'accueil à l'écoute du consommateur

**Témoignage de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du
Consommateur - Kenitra**

شباك المستهلك Guichet Conseils



AMPOC-2008

Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur



Organisme non gouvernemental au service du consommateur de l'administration et de l'entreprise

Guichet Conseils شباك المستهلك

Moyen de contact direct avec le consommateur et le tiers

وسيلة لمباشرة المستهلك و الغير

شباك المستهلك

Historique



Il fut un temps, où la préfecture de Casablanca mettait à la disposition du public un service pour gérer les requêtes du consommateur. Ce service, mis en place à son siège administratif, a été accompagné d'une large couverture médiatique dont le but est l'information des casablancais sur l'utilité de ce guichet unique dont la mission principale est la réception des requêtes et leur traitement dans l'immédiat. L'idée en elle-même était très séduisante car l'administration devrait respecter l'anonymat et mettait en plus au public un téléphone vert pour le même objectif. Malheureusement les résultats escomptés n'ont pas été atteints et on n'entend plus parler de ce service.



En analysant, les principales causes de l'échec de cette expérience casablancaise, et en s'inspirant sur les expériences de certains pays européens comme la Belgique, certaines associations de protection du consommateur dont l'AMPOC, ont mis en place des guichets Conseils au service du consommateur. Cette infrastructure sert d'outil aux associations et les dégage en même temps l'une lourde besogne qui nécessite une organisation particulière.

GC

شباك المستهلك

- Formation
- Cadre de partenariat avec:
 - Le Projet AQPA (GTZ)
 - Le MCI (DCI)

Les cadres de l'AMPOC, responsables du Guichet Conseils, ont subi une formation en matière de gestion du Guichet. Cette formation a été assurée par des experts européens et marocains engagés dans le cadre du partenariat entre le projet AQPA (coopération allemande GTZ) et le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Mise à niveau de l'Economie (Commerce intérieur).

شباك المستهلك

Mise à l'essai

AMPOC: Mise en essai
Les stands ou guichets mobiles

الشباك المتنقل

Préparation des fiches conseil en arabe et français
Envoi de lettres pour les différents départements ministériels
pour information et désignation de personne- contact
Préparation du règlement intérieur du GC
Formation en communication et de tenu des fiches et des
registres assurant la traçabilité des visites, demandes de
renseignements et des requêtes des consommateurs
(engagement volontaire)
Préparation du dépliant sur le guichet (3000 exp.)
Emissions radiophoniques d'initiation: Aswat: 4



شبكة المستهلك
Guichet Conseils
Objectifs du Guichet
أهداف شبكة المستهلك

- **خلق فضاء الاستماع** **Créer un espace d'écoute du consommateur**
- **تقديم الإرشادات والنصائح الضرورية في مجال الاستهلاك بالمعنى العام** **Présenter les conseils et les informations nécessaires en matière de consommation au sens large du terme**
- **توجيه المستهلك ومساعدته مع الغير** **Orienter le consommateur vers les instances concernées et l'assister dans sa démarche**
- **اللجوء إلى جميع الوسائل القانونية لحل مشكل المستهلك (conciliation, médiation, etc..)** **Intervenir par tous les moyens pour solutionner les litiges**
- **التعرف عن الثغرات واقتراح التوصيات لتحسين الوضع الاستهلاكي** **Identifier les faits et les problèmes et proposer des recommandations pour l'amélioration des conditions actuelles**
- **الاعتراف بحقوق المستهلك و احترامها** **La reconnaissance et le respect de droits des consommateurs**
- **إطلاع المستهلك على جميع الوثائق الخاصة بالاستهلاك** **Mettre à la disponibilité du consommateur des documents : la liste des documents**
- **الوساطة و الصلح بين المستهلك و الغير** **Assurer la médiation et la réconciliation entre le consommateur et le tiers**

شبكة المستهلك
Guichet Conseils
أهداف شبكة المستهلك
Objectifs du Guichet
le dépliant est un moyen d'information du consommateur sur l'existence du Guichet Conseils

Large diffusion du dépliant!

شبكة المستهلك
الإستماع للمستهلك : من الإلتصال المباشر عبر الشبكة
توجيه الخاطئ الأمر لتصحيحه
بمعرفة لا خاطئة - الفيدباك
A l'intention du consommateur : Conseils direct ou hébergé
du guichet conseils des Aqels rue Lalla Aïcha
et Mamma - Jour 4 - 1^{er} étage - Kénitra
الهاتف العام: 037 37 43 73
الفاكس : 037 37 43 44
البريد الإلكتروني: amproc@amproc.net
Site Web : www.amproc.net
E-mail : liber@amproc.net
org.amproc@gmail.com

الجمعية المغربية لحماية المستهلك
ASSOCIATION MAROCAINE
DE PROTECTION D'ORIENTATION
DU CONSOMMATEUR
شبكة المستهلك
GUICHET - CONSEIL
AMPOC
الجمعية المغربية لحماية المستهلك
Les consommateurs sont guidés sur les lieux du guichet
et par courrier électronique
(Conseils, réclamations et orientations)
Cinq jours sur sept :
du Lundi au Vendredi de 17h à 19 h
حصص إثنين إلى يوم الجمعة
من الساعة الخامسة مساءً حتى التوقف إلى السبت
من الساعة الثانية عشر
liber@amproc.net - org.amproc@gmail.com
Site Web : www.amproc.net

شبكة المستهلك
الإستماع للمستهلك : من الإلتصال المباشر عبر الشبكة
تقديم الإرشادات والنصائح الضرورية في مجال الاستهلاك بالمعنى العام
توجيه المستهلك ومساعدته مع الغير
اللجوء إلى جميع الوسائل القانونية لحل مشكل المستهلك (conciliation, médiation, etc..)
التعرف عن الثغرات واقتراح التوصيات لتحسين الوضع الاستهلاكي
الاعتراف بحقوق المستهلك و احترامها
إطلاع المستهلك على جميع الوثائق الخاصة بالاستهلاك
الوساطة و الصلح بين المستهلك و الغير

Présentation du Guichet Conseils
La consommation comme acte quotidien, touche toute la société avec ses différentes composantes socio-économiques. Et pour pallier au non respect des droits du consommateur, il a été créé ce guichet conseil qui, à notre sens, constitue l'organe de travail de l'AMPOC mis à la disposition du consommateur.
Les objectifs escomptés sont :

- Créer un espace d'écoute du consommateur
- Présenter les conseils et les informations nécessaires en matière de consommation au sens large du terme
- Orienter le consommateur vers les instances concernées et l'assister dans sa démarche
- Intervenir par tous les moyens pour solutionner les litiges (conciliation, médiation, etc.)
- Identifier les faits et les problèmes et proposer des recommandations pour l'amélioration des conditions actuelles
- La reconnaissance et le respect des droits aux consommateurs
- Mettre à la disponibilité du consommateur des documents :
 - à consulter
 - à photocopier
 - à discuter
- Assurer la médiation et la réconciliation entre le consommateur et le tiers



- **Moyens du GC**

Moyens humains :

Le GC dispose d'une équipe de sept personnes engagées à assurer la permanence 5 jours sur 7 et deux heures par jour de 17h à 19h. Avec cette équipe, l'AMPOC met à leur disposition tout un staff de personnes ressources, des personnes contact et une banque de documents.

- **Personne ressource :**

Ces sont les spécialistes des différents domaines de la consommation et membres de l'AMPOC, capables d'assister directement les responsables du guichet à prendre la décision adéquate au moment opportun.

Personne contact :

Pour la mise en place du Guichet, l'AMPOC a sollicité des différents départements ministériels et organismes privés la désignation d'une personne contact. Cette dernière sera contactée directement par le responsable du guichet à tout moment pour l'informer sur la nature de la requête enregistrée au niveau du guichet et lui demander les mesures adéquates à prendre pour la solutionner.

Profil

Personne contact

Présentation des objectifs du Guichet Conseils CC

Le CC est un outil de l'AMPOC. Il a pour mission l'assistance du consommateur par les moyens suivants:

- l'information
- l'orientation
- la sensibilisation
- le conseil
- la médiation
- la réconciliation

- le recourt en justice comme ultime étape

De même, au niveau du CC, il sera mis à la disposition du consommateur et du tiers (sociétés, administrations, avocats, commerçants, étudiants, enseignants, etc.):

- la consultation des documents de l'AMPOC
- la vidéothèque
- un espace de discussion

Personne contact

La « personne contact » est une personne physique d'une institution donnée (société, administrations, autres). Elle sera désignée par le responsable de l'institution afin qu'elle puisse être capable de le représenter dans les pourparlers avec l'AMPOC.

Cette personne sera informée par l'AMPOC dans tous les cas de requête mettant en cause la dite institution. De même, l'AMPOC s'engage à informer l'institution partenaire de lui fournir toutes les informations utiles à la résolution des défaillances ou torts. Ainsi, les solutions seront rapidement prises et n'engageront en rien la personne désignée en cas d'intervention infructueuse.

Moyens

Le contact entre la « personne contact » est l'AMPOC sera assuré par :

- le téléphone
- le courrier électronique
- courrier postal
- le fax
- le contact direct
- et tout autre moyen jugé utile par l'institution



Guichet Conseils **شباك المستهلك** Fonctionnement

Plusieurs départements ont répondu favorablement à l'initiative de l'AMPOC:

- Ministère de la Santé,
- Barid Al Maghrib,
- Ministère de l'Industrie, du Commerce et la Mise à niveau de l'Economie;
- Ministère Agriculture, du Développement rural et des Pêches Maritimes
- * Protection des végétaux , du contrôle technique et de la Répression des fraudes
- Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale
- Ministère de l'Equipements et du Transport;
- Office National de l'Electricité;
- Ordre de médecins,
- Secrétariat de la Jeunesse;
- Ministère Environnement,
- ORMVA de Ouarzazate
- ORMVA de Sous Massa

Guichet Conseils **شباك المستهلك** Fonctionnement

- Documents :
L'AMPOC dispose de documents sous forme de fiches synthétiques d'usage courant qu'elle mette la disposition des enseignants, chercheurs, étudiants, professionnels et tiers.
- Moyens matériels
Le guichet conseil dispose de tous les moyens de l'AMPOC (bureau, téléphones, fax, etc.).



- **Contact**

Les consommateurs peuvent joindre le Guichet-conseils par tous les moyens de communications possibles :

-AMPOC- Kénitra

* Fax : **037371544**

*Téléphone : **037374371**

*Email : ong.ampoc@gmail.com

*Site Web : www.ampoc.net

*Poste et contact direct : **4, rue Amira Lalla Aicha- 1^{er} étage**



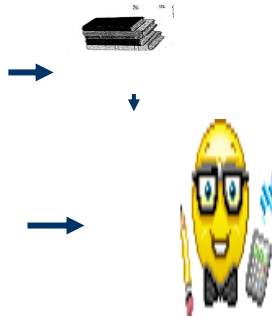
معالجة موضوع الاتصال

Traitement de l'objet du contact

→ Demande d'une
information/conseil/curiosité



Information
orale



Requête sur une denrée périssable



→ Accompagnement du
consommateur à
l'hôpital

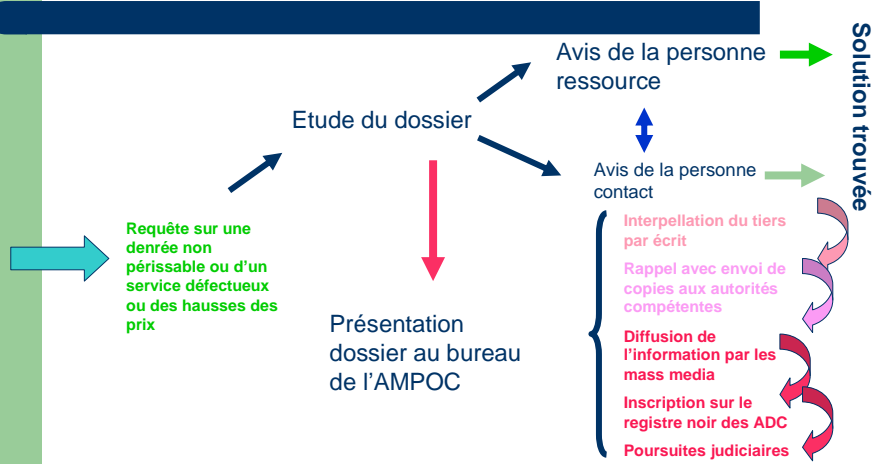
Information des
autorités locales



↳ Saisie par téléphone
des services de
contrôle concernés

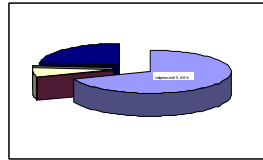


شبكة المستهلك
Guichet Conseils
Fonctionnement



Repartition des requêtes par secteur d'activité

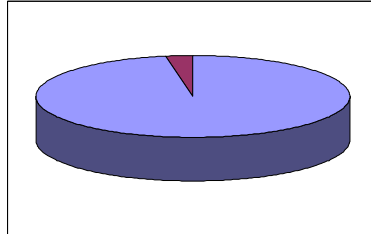
Secteur	Nombre	%
téléphonie	324	69,68
santé	33	7,09
Service	108	23,22
Totale	465	100



Telephonie

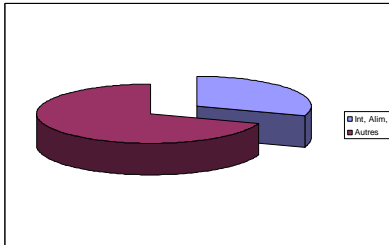
69,68%

Activité	Nombre	%
antenne	315	97,22
service	9	2,77
Total	324	99,99



La santé

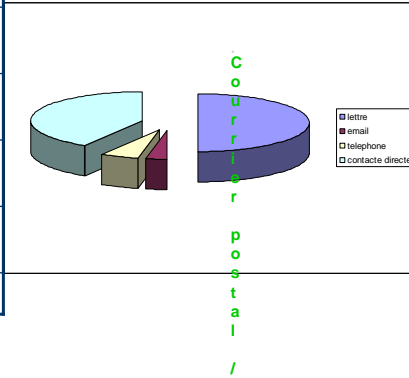
70,9%



santé	Nombre	%
Intoxications alimentaires	10	30,30
Autres	23	69,69
Total	33	99,99

Moyens de contact

Moyens	Nombre	%
Lettre	232	49,89
Email	15	3,22
Téléphone	25	5,37
Contacte direct	193	41,50
total	465	99,98



Bilan

Nombre moyen de requêtes/jour: 465/84 = 5,54

		totale	%	%
téléphone	service	9	1,94	69,68
	antenne	315	67,74	
santé	intoxication	10	2,15	7,09
	autres	23	4,95	
service	banque credit	4	0,86	23,22
	credit	5	1,08	
	dégraissage	1	0,22	
	Eau électricité	3	0,65	
	Assurance	1	0,22	
	Administration	35	7,53	
	Urbanisme	33	7,10	
	Info	5	1,08	
	Publicité	3	0,65	
Nuisance	18	3,87		
totale		465	100,00	100,00



		totale	%	%	Traités	Résolus	Autres	TT
téléphone	service	9	1,94	69,68	9	2	1 en cours	
	antenne	315	67,74		315		1 Stopés	
santé	intoxication	10	2,15	7,09	7		6 assistés	
	autres	23	4,95					
service	banque credit	4	0,86	23,22	3	1		
	credit	5	1,08		2			
	dégraissage	1	0,22		1			
	Eau électricité	3	0,65		3	0		
	Assurance	1	0,22		1		En cours	
	Administration	35	7,53		24	7		
	Urbanisme	33	7,10		13	3	3 en cours	
	Info	5	1,08		5			
	Publicité	3	0,65		3		3 en cours	
	Nuisance	18	3,87		17		En cours	
totale		465	100,00	100,00	403	13	32	45



Résolus/traités : 3,22%
 Résolus/ enregistrés: 2,79%
 Résolus et en cours
 de résolution/ enregistrés: 9,67 %

Conclusions

Malgré la faiblesse des moyens dont dispose l'AMPOC, les contacts des consommateurs avec cette nouvelle structure de fonctionnement sont en nette croissance. Aussi, d'une première lecture, on peut avancer que:

- Les services sont de plus en plus réprimandés
- La téléphonie constitue la principale cause des requêtes
- Le principal moyen de communication reste la requête écrite
- Le coût du traitement d'une requête est à calculer.
- Les Adc doivent être soutenues de la part du Gouvernement et des entreprises pour qu'elles deviennent plus efficaces.

MERCI DE VOTRE ATTENTION

L'information, la sensibilisation et l'éducation du consommateur : importance et enjeux

- Mr. MOURAD HAMAYED EL MILI -

La formation du consommateur : importance et enjeux

Mourad HAMAYED-ELMILI

Mesdames, Messieurs, Monsieur le modérateur,

Pour essayer de me contenter du temps imparti, je vais balayer d'une brosse large l'environnement de la question posée. Ainsi, si vous le voulez bien, je dirai quelques mots tour à tour de :

- L'historique de la défense des consommateurs
- De L'associationnisme
- Du développement humain
- De L'économie sociale
- De La formation des consommateurs

L'historique de la défense des consommateurs

C'est à la fin du XIXe siècle qu'apparaissent dans les grandes villes d'Europe occidentale des ligues d'acheteuses, de consommateurs et d'usagers usant et abusant de cette devise singeant celle de l'austère René Descartes :

Je dépense, donc je suis.

Le 15 mars 1962, il y a 46 ans jour pour jour, le Président des Etats-Unis d'Amérique, John Kennedy, adressait au Congrès Américain un "message" sur la protection des intérêts des consommateurs. Il y posait les bases d'une reconnaissance officielle de certains droits de ces consommateurs :

1. le droit à la sécurité,
2. le droit à l'information,
3. le droit de choisir et
4. le droit d'être entendu.

Beaucoup considèrent ce document de politique interne des USA comme l'acte fondateur de **la défense des consommateurs** de l'ère moderne.

A ces 4 droits fondamentaux, se sont ajoutés par la suite

5. le droit à la satisfaction des besoins vitaux,
6. le droit de réparation,

7. le droit à l'éducation et
8. le droit à un environnement sain.

Une décennie plus tard, toujours aux Etats-Unis, l'avocat Ralph Nader fait voter des réformes au Congrès en s'appuyant sur les médias et l'opinion publique, et les mouvements associatifs se transforment en **groupes de pression**.

Les années 80 sont celles de la consolidation de ces bases et Jacques Delors, alors ministre français de l'économie, d'affirmer :

La politique de la consommation est inséparable d'une politique économique et sociale d'ensemble ; elle est un volet essentiel de la politique de défense du pouvoir d'achat.

Depuis, partout et aussi dans les instances internationales, la défense du consommateur ne cesse de progresser et leur présence dans les réunions de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) prouve la **reconnaissance de leur rôle** économique.

Enfin, il ne faut pas douter que le commerce électronique n'en est qu'à ses débuts et qu'il se développera d'autant plus que les consommateurs bénéficieront d'une protection au moins analogue à celle qu'ils ont dans le commerce traditionnel. Nous avons là donc le juste **rétablissement** des consommateurs dans leurs droits naturels et évidents : rien n'est plus possible en matière de commerce sans leur approbation.

Dans les années 85-95, au Maroc, Maître Fekkak essaie de donner naissance à une structure de défense des consommateurs "**L'Association Marocaine des Consommateurs**" à grands renforts médiatiques, hélas restés vains, puisque l'avocat casablancais jette l'éponge pour de mystérieuses raisons. Il a le temps de publier un « *Guide du Consommateur* » en 1994, devenu hélas, rapidement obsolète, puisque les principaux textes réglementaires pertinents sont postérieurs à cette date.

Toujours au Maroc, dans les années 2000, pendant que les associations régionales ou locales de défense des consommateurs font florès avec des bonheurs différents, l'Administration se saisit de la problématique : la **Direction du Commerce Intérieur** - DCI – notre hôte de ce jour, met en place en son sein une « cellule consommation » chargée d'assurer le suivi et l'évaluation des activités. Elle lance plusieurs chantiers dans ce domaine en collaboration avec d'autres Départements, avec des opérateurs privés, avec la coopération étrangère – notamment allemande- et bien évidemment et surtout, avec les Associations.

L'associationnisme

Qu'est-ce que l'associationnisme ?

C'est cette doctrine qui permet aux citoyens de se regrouper pour se défendre contre, d'une part les exigences de l'Etat, et d'autre part les diktats des fabricants et prestataires de services - fournisseurs de ce que nous consommons. Elle permet de **briser l'isolement** de l'individu.

L'Etat a tendance à vouloir prendre en charge tout ce qui relève de la vie en société. Mais le jeu démocratique ne lui permet nullement de soustraire son action à l'évaluation, à la critique et au contrôle.

La correction de l'action de l'Etat se fera donc, dans une démocratie mature, par ce que Tocqueville appelait admirablement le fait : "**d'instruire la démocratie** " ... et cette instruction de la démocratie est à prendre au sens premier et juridique ou même judiciaire du mot : instruire, c'est mettre en état d'être jugée, faire la critique systématique.

Les fournisseurs de biens et services, dans une économie libérale, seront quant à eux, soumis à la critique et à l'évaluation, par la Loi, bien sûr, mais surtout par les Associations de Défense des Consommateurs. Ces fournisseurs s'exposeront à ce qu'on appelle les *class-actions*, qui sont les recours entrepris pour le compte de personnes ayant subi des préjudices individuels semblables.

L'**association** de défense des consommateurs doit donc être indépendante, démocratique et solidaire pour remplir son rôle principal qui est de favoriser la prise en charge des problèmes de consommation par les consommateurs eux-mêmes.

Avant de poursuivre et dans le but bien compris d'apporter une réponse pratique à la question posée, nous devons préciser certains préalables et procéder à certaines définitions. Rapidement :

L'Indice de Développement Humain,

L'IDH ou Indice de Développement Humain est une formule mathématique élaborée en 1990 par la Banque Mondiale. Il s'agit d'un indice composite qui incorpore des indicateurs relatifs à trois critères jugés essentiels dans la vie de l'être humain, à savoir :

- la santé et la longévité,
- l'éducation, et
- le niveau de vie.

Le premier est évalué sur la base de l'espérance de vie à la naissance, le second est relatif au taux et au degré d'alphabétisation des adultes tandis que le troisième - **le niveau de vie** - se calcule à partir du **PIB** ou Produit Intérieur Brut.

L'IDH est constamment amélioré, affiné, peaufiné mais l'évaluation du développement au travers de **toutes les potentialités** de l'être humain est encore loin de constituer une réalité. Beaucoup d'autres indices devraient y être encore inclus, comme celui de la santé sociale, celui de l'insécurité sociale et celui de la protection de l'environnement. Tous ces efforts sont déployés pour mettre du baume au cœur des mal classés au PNUD ... et étayer la charmante déclaration de **Robert Kennedy** qui vaut son pesant d'or et dont voici la conclusion :

... Le PNB ... mesure tout, sauf ce qui fait que la vie vaut la peine d'être vécue.

En écho, un journal belge affirmait en 2005 sur 5 colonnes à la "une" :

Le PIB est mort, vive le progrès !

Nous pourrions dire que des conditions de vie décentes, une nutrition adaptée, la santé et l'instruction, un travail correct et la protection contre les catastrophes ne constituent pas seulement des objectifs du développement, ce sont maintenant des droits humains.

Rappel de certains éléments de sociologie économique

Au sens large du terme, **le développement** est un processus d'expansion des libertés humaines et parmi elles :

- la liberté politique,
- les ressources économiques et
- les services sociaux.

Par ailleurs, la justice sociale oblige à respecter le **Droit** et l'**Ethique**.

- Un Etat de droit est un Etat où le marché n'est pas l'anarchie et la possibilité pour chacun de faire n'importe quoi.
- Une éthique forte est nécessaire, car si le libéralisme économique n'est pas un péché et ne conduit pas systématiquement au mal, il ne conduit pas non plus ... eu ... spontanément au bien. Le marché n'est pas naturellement doté des régulateurs éthiques dont il aurait besoin. Ce déficit d'autocritique est heureusement comblé, principalement par les contre-pouvoirs démocratiques par excellence que sont :

- Les **médias** et
- Les **associations de consommateurs**.

Ces deux complices vertueux ont pour principales missions :

- Les premiers **l'information**, et les seconds
- La **formation**

L'école du consommateur

Toutes les considérations évoquées ci-dessus convergent vers la même évidence : la nécessité d'assurer la **formation du consommateur** pour le mettre en mesure de se défendre sur le plus grand nombre de plans possibles, soit par ses propres moyens, soit par le biais des associations chargées de sa défense.

Une **typologie de la formation** nécessaire reste à élaborer mais on devine par avance qu'elle sera à plusieurs niveaux pour répondre aussi bien aux besoins des enfants au cours de leur scolarité, qu'aux adultes instruits et aux adultes illettrés ou carrément analphabètes.

Les **contenus pédagogiques** quant à eux devront être pensés par des professionnels du développement social et des spécialistes de l'éducation auxquels se joindraient, pourquoi pas, des professionnels de la communication. Or, si le problème est relativement simple concernant les enfants, il l'est beaucoup moins pour les adultes car il s'agira davantage d'information que de formation. Eux n'ont pas le temps ou les moyens d'accéder à une formation ou à une information classique.

Mais qui va soutenir cet élan et ces bonnes résolutions ? Les associations ? La coopération internationale ? L'Etat ? Aucune de ces parties ne dispose des moyens nécessaires et suffisants.

Sans rien renier de l'incivisme de trop nombreuses entreprises, on peut tout de même reconnaître à l'économie libérale un mérite, c'est celui de l'imagination, de la créativité et de l'efficacité. Dans les pays économiquement avancés, les entreprises, sommées de traiter systématiquement toutes les doléances des consommateurs sous peine de graves sanctions, ont réussi l'exploit de tourner la contrainte en opportunité.

Écoutons leur raisonnement :

« C'est le consommateur qui détermine la valeur d'un produit en l'utilisant et non un fabricant en le produisant ou le distribuant. Le consommateur doit donc apprendre à utiliser un produit, l'entretenir et l'adapter à ses besoins, sa situation d'usage et ses comportements d'utilisation »

Le fabricant doit alors assurer au consommateur un niveau de connaissances et de compétences suffisant pour l'utilisation du produit et cela va du simple "mode d'emploi" dans un emballage, à la formation longue lorsqu'il s'agit d'un matériel à usage compliqué.

La formation des consommateurs comprend un ensemble d'activités, de moyens, d'outils pédagogiques destinés :

- A fournir aux consommateurs les **connaissances et compétences** indispensables à l'adoption ou à l'utilisation du produit ou du service,

- o A favoriser, à travers la démarche mise en place, une **attitude favorable** des consommateurs à l'égard du produit ou du service

Quel est l'intérêt de cet investissement pour l'entreprise ?

1. Maîtriser les sources d'éducation des consommateurs
2. Renforcer l'usage du produit
3. Développer des relations durables avec les consommateurs

Chacun sait ce que ces trois actions peuvent représenter pour une entreprise qui les maîtriserait. C'est assurément le meilleur des marketings.

L'important est donc de savoir que l'entreprise peut être, sous réserve de l'observance d'une éthique stricte, un acteur - y compris financier, de la formation des consommateurs.

Je puis même vous informer que cette formule est en train de faire son apparition au Maroc : Un grand distributeur GS finance la formation de ... ses fournisseurs et de ses clients pour leur permettre d'offrir des produits et services de qualité aux consommateurs. Et dans l'exemple que je cite, la Direction du Commerce Intérieur a adopté une attitude pragmatique tout à fait louable en exprimant son désir de participer au projet.

Conclusion

Savez-vous qu'en Belgique il existe des écoles de consommateurs ? La défense des consommateurs est bien une donnée importante de notre développement socioéconomique. Pour l'assurer dans les meilleures conditions, il faut former les consommateurs pour en faire des partenaires et non des censeurs. Alors de grâce, essayons en la matière d'éviter de dresser les différents acteurs les uns contre les autres et efforçons-nous plutôt de conglomérer les apports dans l'intérêt bien compris de tous.

Je terminerai en citant l'alinéa 20 du compte rendu d'une réunion d'experts de la CNUCED en octobre 2001 relative aux intérêts des consommateurs, à la compétitivité, à la concurrence et au développement :

20. Les associations de consommateurs devraient élaborer des programmes communs de formation et d'information au niveau régional en coopération avec les pouvoirs publics, les entreprises, les organisations internationales, les universités et des organisations de la

société civile, afin de créer des synergies pour la défense des intérêts des consommateurs.

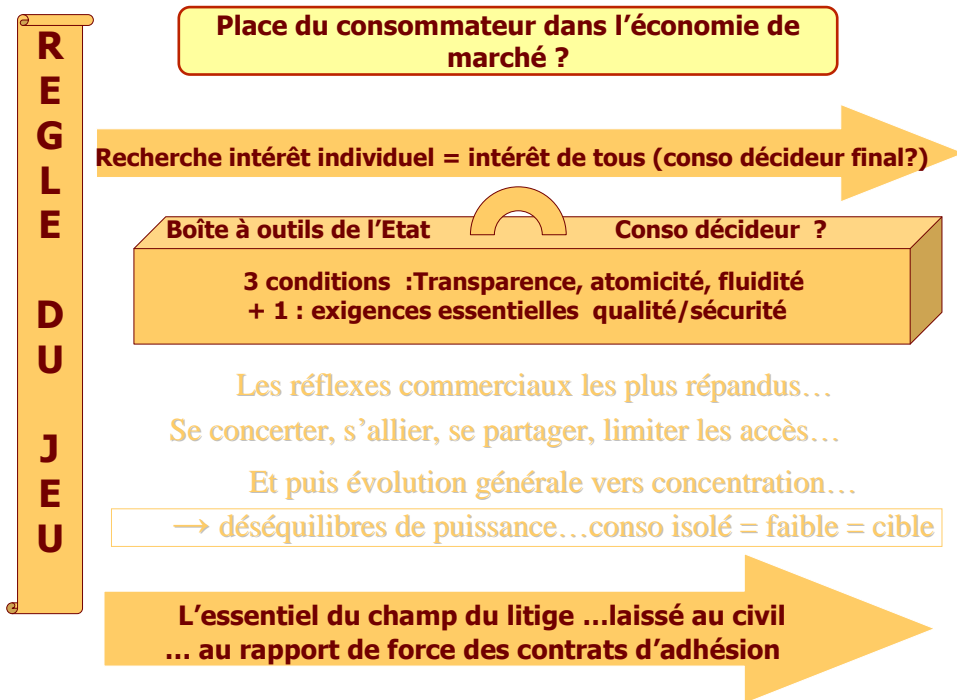
Merci.

Le jumelage institutionnel, des actions au profit des ADC

- Mr JEAN MICHEL WARNIER /CRJ- PAAA -

**COOPERATION INSTITUTIONNELLE
ET APPUI AUX ASSOCIATIONS DE
CONSOMMATEURS**

LE JUMELAGE « CONSOMMATION » DE LA DCI



Conclusion libérale paradoxale ?

- Pour assister et informer le consommateur isolé
- Pour négocier avec les professionnels
- ...et ainsi rééquilibrer
- Pour que soient assurées les 4 conditions du bon fonctionnement du marché et pour être à l'écoute de ce bon fonctionnement...
- ...et ainsi compléter la veille concurrentielle de l'Etat

L'existence d'AdC est une nécessité non seulement sociale mais économique (5eme condition)

Nécessité de s'associer - Ce n'est pas le réflexe



L'appui aux AdC . . .

Une nécessité
pour le
marché

- Difficile à mettre en œuvre
- Un budget réparti au regard de la vie associative ?
- Probablement mais « l'œuf ou la poule »
- Il faut exister pour être aidé mais il faudrait être aidé pour exister ?
- En France :
 - subvention sur base action
 - agrément, partie civile, action conjointe
- Que peut-on faire dans le cadre d'un jumelage ?

Qu'est-ce qu'un jumelage ?

- ❑ Déplacement d'expertise administrative d'un EM
- ❑ Au profit administrations homologues d'un PB
- ❑ Subvention couvrant les coûts salariaux

« UNITE DE COMPTE » :

Mission de 5 jours d'un DD de la DGCCRF auprès de la DCI



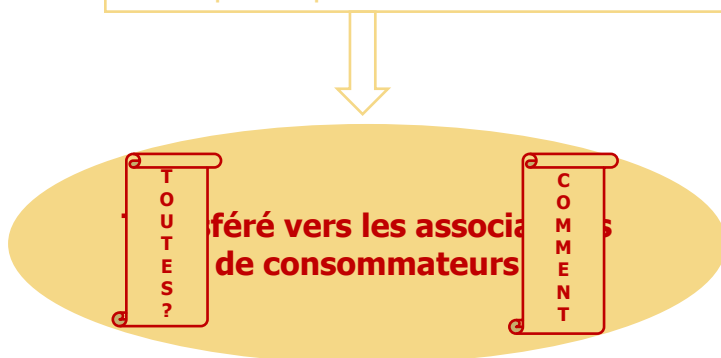
On atteint très vite des budgets importants

- ❑ UC = Mission de 5j = 5000€ x 5...7...9...x 58
- ❑ + visites d'étude + quelques PS ext. (limité)
- ❑ + frais de préparation et de coordination
- ❑ + deux ETP sur place le CRJ et son assistant

- ❑ En résumé on finance à 90% du temps d'expert
- ❑ En vue d'un transfert de capacité administrative

Particularité du jumelage DCI ?

- ❑ Ce temps d'expertise... la DCI ne se le réserve pas...



- ❑ C'est aussi sa difficulté



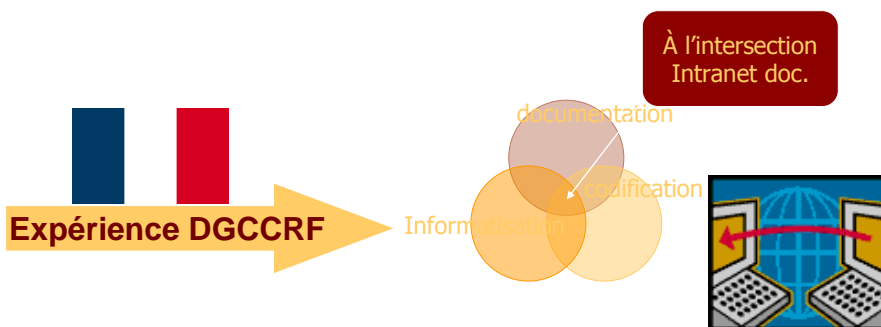
Les composantes concernées



	Base de données juridiques et site web
	Guides et dépliants
	Education à la consommation
	Spots Audio visuels
	Initiation aux essais comparatifs
	Lettres modèles
	Initiation à la normalisation

BDD : la commande de la DCI

- BDD article exhaustive + jurisprudence
- Accès par produits et services + concepts de droit
- Accès par fiches didactiques
- Format SGBD
- Objectif mise en ligne pour le consommateur



Fiches pratiques — DCI CONSO - Windows Internet Explorer
 http://10.2.2.32:8080/intranet-conso/espace-consummateur/fiches-pratiques/

ROYAUME DU MAROC
 Ministère de l'Industrie, du Commerce et des nouvelles technologies
 Direction du Commerce Intérieur

accueil actualités espace consommateur textes jurisprudence annuaires aide nomenclatures projet "27-00"

vous êtes ici : accueil → espace consommateur → fiches pratiques

consommation

- Accueil
- Actualités
- Espace consommateur
- Journée sur les droits du consommateur
- Associations de consommateurs
- Fiches pratiques
 - Compositions et définitions de produits
 - Information du consommateur et publicité des prix
 - Publicité trompeuse ou mensongère

Fiches pratiques

↑ Aller au niveau supérieur

Accès au droit de la consommation par fiches pratiques didactiques

Compositions et définitions de produits - Par Cellule consommation CRJ - Dernière modification 04/03/2008 10:15

La loyauté des transactions repose en premier lieu sur l'identité des choses avec ce qu'elles sont censées être. Pour un certain nombre de produits de base le législateur a cru de son devoir de définir leur composition le plus souvent en se basant sur des usages établis de longue date.

Information du consommateur et publicité des prix - Par Cellule consommation CRJ - Dernière modification 19/02/2008 1

La comparaison des prix est essentielle dans la décision d'achat du consommateur, c'est aussi le principe premier de concurrence. Son exercice réclame l'information du consommateur par une publicité des prix parfaitement transparente.

Publicité trompeuse ou mensongère - Par Cellule consommation CRJ - Dernière modification 04/03/2008 09:40

Que l'on considère l'économie sous l'angle de la "société de consommation" ou sous celui de "l'économie de marché", la publicité est un vecteur essentiel par lequel passent, d'une part, l'information et d'autre part, la compétition entre entreprises. Compte tenu du caractère périmètre de la publicité, le législateur s'est efforcé de donner une définition générale opérationnelle des limites à franchir en matière de loyauté des allégations publicitaires.

Subordination de vente ou vente par lot ou ventes liées - Par Cellule consommation CRJ - Dernière modification 19/02/2

Le principe de base d'un fonctionnement fluide des marchés au profit du consommateur repose sur la possibilité pour lui d'acquiescer les biens et services dans des quantités ou conditions n'excédant pas ses besoins "normaux". Une tentative de pousser à la vente par le conditionnement ou les ventes par lots.

Compositions et définitions de produits — DCI CONSO - Windows Internet Explorer
 http://10.2.2.32:8080/intranet-conso/espace-consummateur/fiches-pratiques/compositions-et-definitions-de-produits/

ROYAUME DU MAROC
 Ministère de l'Industrie, du Commerce et des nouvelles technologies
 Direction du Commerce Intérieur

accueil actualités espace consommateur textes jurisprudence annuaires aide nomenclatures projet "27-00"

vous êtes ici : accueil → espace consommateur → fiches pratiques → compositions et définitions de produits

consommation

- Accueil
- Actualités
- Espace consommateur
- Journée sur les droits du consommateur
- Associations de consommateurs
- Fiches pratiques
 - Compositions et définitions de produits
 - Information du consommateur et publicité des prix
 - Publicité trompeuse ou mensongère

Compositions et définitions de produits

Par Cellule consommation CRJ - Dernière modification 04/03/2008 10:15

La loyauté des transactions repose en premier lieu sur l'identité des choses avec ce qu'elles sont censées être. Pour un certain nombre de produits de base le législateur a cru de son devoir de définir leur composition le plus souvent en se basant sur des usages établis de longue date.

DCI316 - DCI321 - DCI331 - DCI445 - NAM15.71 - NAM15.44 - NAM15.45

La présente fiche a pour vocation de donner une liste des produits de base ou traditionnels ou de première nécessité dont la définition et la composition sont fixées par la législation.

Il s'agit dans la plupart des cas de textes pris en application de la loi n°13-89 sur la répression des fraudes.

Au premier rang de ces définitions légales figurent les produits alimentaires visés par les articles 4 à 7, 20 à 27, 29 et 30 du Dahir (23 kaada 1332) sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications de produits alimentaires et des produits agricoles, maintenus en vigueur par ladite loi.

Le saindoux est le produit de la fusion de parties grasses du porc, sans addition quelconque. L'humidité n'en doit pas dépasser 10% (article 22 du dahir)

Les margarines (NAM15.44) sont toutes les substances grasses alimentaires autres que le beurre et le saindoux qui



REDACTION DE DEPLIANTS ET GUIDES PRATIQUES



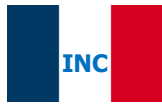
45 hommes/jours
(9 unités de compte)
+5000€ édition 5 dépliants
+5000€ édition 5 guides
+3500€ traduction

- Messagerie
- Réunions
- Visites
- Se baser sur le terrain

L'unique difficulté...la conception collective

Table ronde = élargissement de la concertation ...

ELABORATION DE MATERIEL PEDAGOGIQUE



45 hommes/jours pour élaborer
un manuel à usage des profs
5 exemples de fiches didactiques
1 exemple de jeu éducatif... à valider
avec le MEN + AdC + autres partenaires

un atelier d'appropriation fin avril avec le MEN

Table ronde = élargissement de la concertation

PRODUCTION AUDIO VISUELLE POUR LES CONSOMMATEURS NON ALPHABETISES

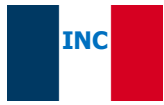


35 H/j +5 fois 4600€
(5 spots ?)

Conception collective et medias différents

Table ronde = élargissement de la concertation ...

ELABORATION DE LETTRES MODELES



20 H/j
+2000€ d'édition d'un recueil

Début des guichets : peu de besoins exprimés



Table ronde = élargissement de la concertation ...

Merci pour votre attention

مداخلة السيد السيد كريم بريبري - خبير وطني-

الأنشطة المدرة للدخل ودورها في دعم عمل القرب الذي تقوم به جمعيات المستهلكين

اليوم العالمي للمستهلك

14 مارس 2008

الأنشطة المدرة للدخل ودورها في دعم عمل القرب
لجمعيات حماية المستهلك

1- أوليات

- التطوعية: مرحلة إيجابية في بناء الحركة الاستهلاكية باستقلالية، نزاهة وترفع
 - المهنية: التخصص في مجال الاستهلاك والخبرة في الأداء من أجل اكتساب المرجعية والتموضع كفاعل أساسي
 - الاحترافية: مرحلة أساسية لضمان استدامة عمل القرب وهي نوعان
 - نصف احترافية: العمل غير المأجور يملأ حيزاً لا بأس به من العمل اليومي
 - احترافية مقاولانية: العمل المأجور يقترح، يخطط وينجز
- ↓
1. بناء مؤسساتي قوي: هيكل تنظيمي مع جميع شروط الحكامة الجيدة
 2. ضرورة تعبئة الموارد البشرية التقنية والمالية

2. الأنشطة المدرة للدخل

الأنشطة المدرة للدخل هي تلك الأعمال الاقتصادية المتوخى منها الحصول على مردود مادي (مالي) لصاحبها الذي قد يكون شخصا طبيعيا، مجموعة من الأشخاص الطبيعية المشكلين في مجموعة ذات نفع اقتصادي كالشركة أو التعاونية...، أو **جمعية**.

أ- الشروط

- يجب أن يكون النشاط داخلا في إطار الأهداف المسطرة في قوانين الجمعية
- أن يتوخى منه ليس فقط جمع المال ولكن تحقيق إحدى أهداف الجمعية
- ألا يكون الهدف منه إشهاريا
- ألا توزع أرباحه على أعضاء الجمعية

ب- الأنواع

- إسداء خدمات بمقابل (بشرط أن تنتفي الصبغة التجارية): جل خدمات الشباك يمكن أن تكون بمقابل
- عرض بعض المبيعات الخاصة بالجمعية: دلائل، ملصقات، يوميات
- عرض خبرتها في مجال تخصصها بمقابل : التكوين...

ج- الوسائل

- يجب أن تتوفر الجمعية على خبرة في مجال النشاط الذي ترمي إنجازه
- يجب أن تتوفر على كفاءات بشرية كافية للاستمرار في تدبير النشاط بطريقة احترافية
- يجب أن تتوفر على الوسائل المادية اللازمة لإنجاز النشاط بكلفة مناسبة

د- الخطوات

- يجب العمل بشكل مقاولاتي
- تحديد الطلب
 - بلورة منتج جديد مبني على الحاجة وليس على الخبرة فقط مع احترام عنصر الندرة
 - وضع برنامج عمل
 - تحديد الوسائل المادية، والبشرية، والتقنية الملائمة
 - تحديد ميزانية الانطلاق
 - البحث عن تمويل الرأسمال الأساسي
 - تحديد الثمن
 - تحديد طرق البيع
 - الإشعاع

د- التحديات

- الاستدامة المالية للمشروع/النشاط وللجمعية: الانتقال من الاعتماد الكلي على الانخرافات ومنح وهبات الممولين إلى التمويل الذاتي؟
- ايجاد ممولين/شركاء قادرين على الدعم الأساسي للجمعية دون المساس باستقلالية وحياد الجمعية
- ايجاد أنشطة مدرة للدخل دون الدخول في حقل تطبيق قانون الضريبة على الأرباح

مداخلة السيد السيد عبد الإله فونتير

أستاذ القانون العام بكلية الحقوق
مدير الشؤون العامة و مكلف بمديرية الجمعيات و المهن المنظمة
الأمانة العامة للحكومة

الجمعيات بالمغرب و الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

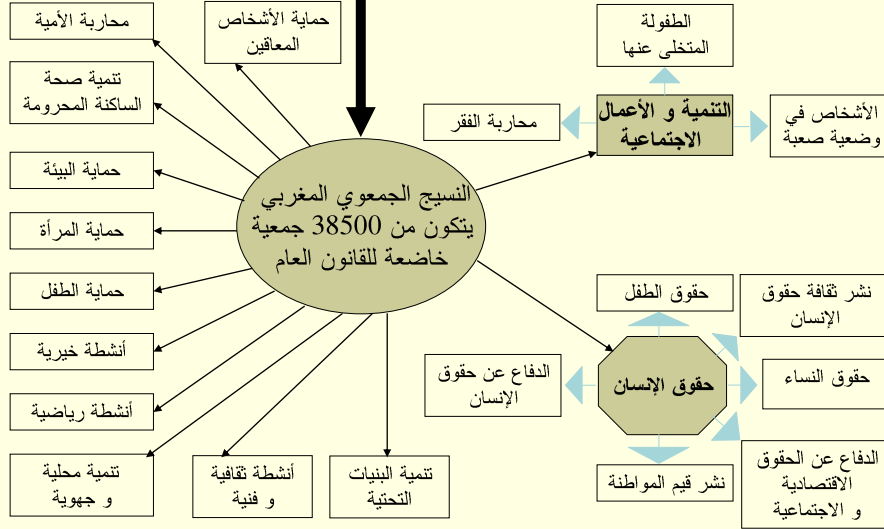
مداخلة تقدم بها:

د. عبد الإله فونتين

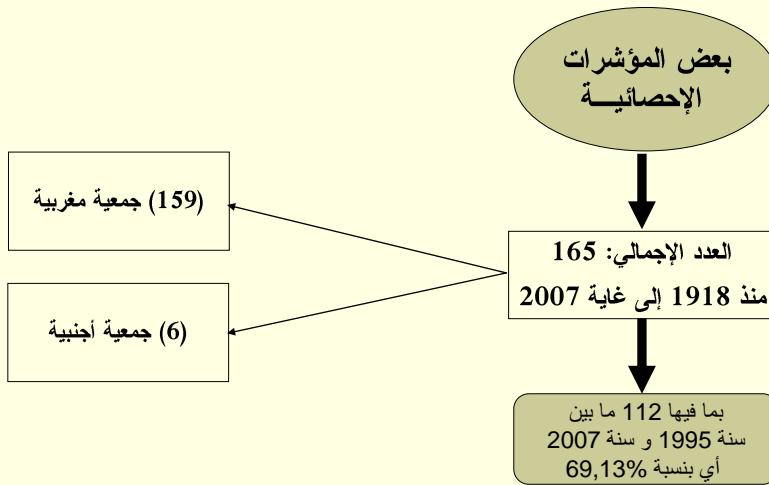
أستاذ القانون العام بكلية الحقوق
مدير الشؤون العامة و مكلف بمديرية الجمعيات و المهن المنظمة
الأمانة العامة للحكومة



النسيج الجمعوي المغربي و الأنشطة الجمعوية



الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة



الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

مبادئ أساسية

تخضع الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة للأحكام القانونية و التنظيمية التالية:

القانون رقم 99-62 المتعلق بمدونة المحاكم المالية (13 يونيو 2002) (المواد 86 و 118 و 154 و 155)

المدونة العامة للضرائب (المادة 5) من قانون المالية رقم 07-38 للسنة المالية 2008

الظهير الشريف رقم 1.58.376 الصادر بتاريخ 3 جمادى الأولى 1378 (15 نونبر 1958) بتنظيم حق تأسيس الجمعيات، كما وقع تغييره و تتميمه

الأحكام التشريعية و التنظيمية الواردة في نصوص تشريعية مختلفة

قرار نائب الوزير الأول، وزير الاقتصاد الوطني و المالية بتاريخ 31 يناير 1959 المحدد لشروط التنظيم المالي و المحاسبي للجمعيات المدعومة بصفة دورية من لدن الجماعات العمومية

المرسوم رقم 969-04-2 الصادر بتاريخ 28 من ذي القعدة 1425 (10 يناير 2005) لتطبيق الظهير السالف ذكره

المنشور الصادر عن الأمانة العامة للحكومة رقم 2005/1 بتاريخ 1426 (2 غشت 2005) المتعلق بشروط و مسطرة الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة الجمعيات

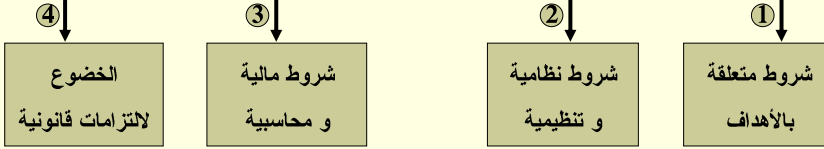
مفهوم الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة جمعية معينة

الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة الجمعية هو قرار حكومي (مرسوم للوزير الأول) يمثل تركيبة من قبل الدولة لهذه الجمعية و التي تسمح لها بالاستفادة من بعض المنافع ذات الطبيعة الضريبية و المالية و تخضعها لواجبات قانونية و نظامية خاصة

ملاحظة: و بالنسبة لجمعيات حماية المستهلكين، فإن المنفعة العامة تخول لهذه الجمعيات الحق في أن تنتصب طرفا مدنيا في الدعاوى القضائية الرامية إلى حماية المستهلكين، و الحصول على التعويضات المحكوم بها لفائدتهم (المادة 99 من القانون رقم 99-06 المتعلق بحرية الأسعار و المنافسة)

الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

شروط منح صفة المنفعة العامة لفائدة جمعية معينة

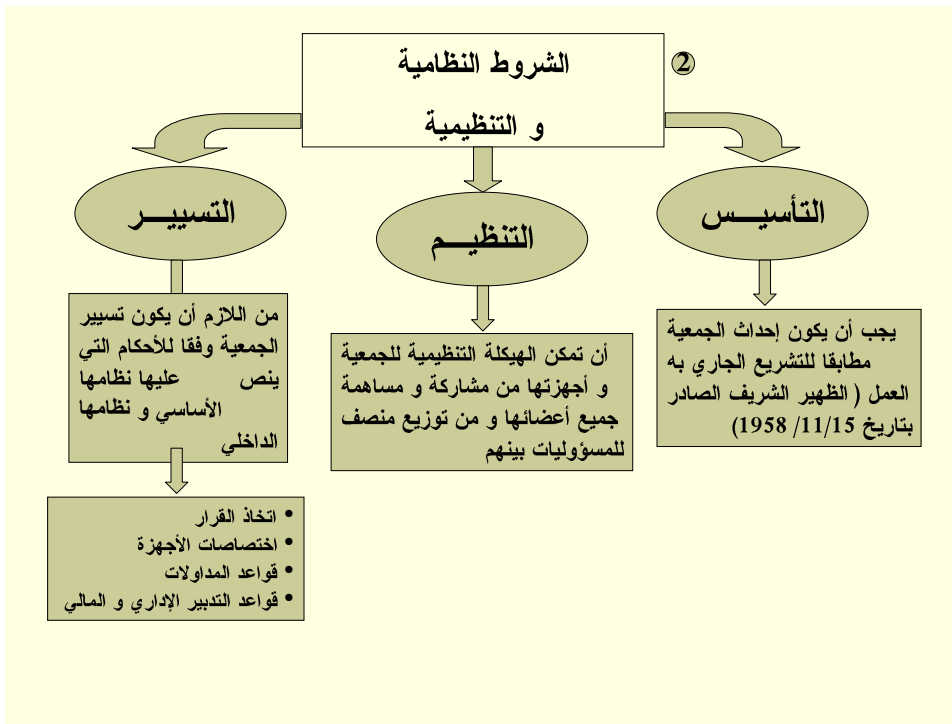


الوضعية القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة - تابع -

شروط منح صفة المنفعة العامة لفائدة جمعية معينة

① الشروط المتعلقة بأهداف الجمعية

يتعين على الجمعية التي تسعى إلى الحصول على صفة المنفعة العامة أن تحقق أهدافا تكتسي صبغة المصلحة العامة بصفة مؤكدة على الصعيد المحلي أو الجهوي أو الوطني



ملاحظة عامة

يجب أن يكون بإمكان الجمعيات التي تتلقى دعما عموميا تقديم محاسبتها بناء على طلب الإدارات المعنية بنشاطها وأن تكون قادرة على إعداد بيانات دورية تمكن من تقديم وضعية حساباتها وميزانيتها ووضعيتها المالية السنوية (مبلغ المساعدات المالية المحصل عليها، الديون، وضعية الحسابات المفتوحة في حساب الجمعية)

③ الشروط المالية والمحاسبية

أن يكون تدبير الجمعية تدبيراً إدارياً شفافاً لأموالها وممتلكاتها وفقاً لنظامها الأساسي ونظامها الداخلي وقواعد المحاسبة المطبقة عليها.

أن تتوفر للجمعية الموارد والوسائل المالية والبشرية التي تمكنها من إنجاز مهامها.

أن تمسك الجمعية محاسبة تسمح بإعداد قوائم تركيبية تعكس صورة صادقة عن ذمتها ووضعيتها المالية ونتائجها.

④ الالتزامات القانونية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

الخضوع لمراقبة الإدارة ، وذلك من أجل التأكد من أن طبيعة أنشطة الجمعية وأهدافها وطريقة تدبيرها تحترم التشريع والتنظيم الجاري بهما العمل

بالنسبة للجمعيات التي تتلقى إعانات عمومية، علاوة على المراقبة الإدارية، فإنها تخضع لمراقبة المجلس الأعلى للحسابات والمحاكم المالية والمفتشية العامة للمالية.

إعداد تقرير سنوي يتضمن أوجه استعمال الموارد التي حصلت عليها خلال السنة الماضية ورفعها إلى الأمين العام للحكومة

يجب أن يكون هذا التقرير مصادقاً عليه من لدن خبير محاسب مقيد في جدول هيئة الخبراء المحاسبين يشهد بصحة الحسابات التي يتضمنها

تقديم جميع المعطيات والمعلومات المتعلقة بنشاطها إلى الإدارة

مشاريع

برامج

اتفاقيات

أعمال وأنشطة

الالتزامات القانونية المتعلقة بالذمة المالية للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

كل عقار تشمله هبة بين الأحياء أو وصية وهو غير لازم لسير الجمعية يقع تفويته ضمن الصيغة والأجال المنصوص عليهما في وثيقة الإذن الذي يمنحه الوزير الأول

لا يجوز لأية جمعية ذات المنفعة العامة أن تقبل هبة منقول أو عقار إذا كانت تلك الهبة يحتفظ فيها للواهب بمنفعته

لا يجوز تفويت أو تحويل أو تعويض القيم المسجلة بقيم أخرى أو بعقارات إلا بعد إذن يصدره الوزير الأول

تسجل جميع القيم المنقولة في سندات في اسم الجمعية

المنافع التي يخولها قرار الاعتراف بصفة المنفعة العامة

الحق في التماس الإحسان العمومي

الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة لها الحق في التماس الإحسان العمومي بكيفية تلقائية مرة كل سنة، شريطة تقديم تصريح مسبق إلى الأمين العام للحكومة وأن يكون منصوص على ذلك في المرسوم الذي يخول للجمعية صفة المنفعة العامة

نظام الممتلكات

تمتلك ممتلكات منقولة وعقارية في الحدود المحددة في المرسوم المتعلق بمنح صفة المنفعة العامة

يمكن للجمعية أن تقتني بدون عوض بموجب عقود بين الأحياء أو بوصية وبغرض أموالا سواء كانت نقودا أو قيما أو منقولات أو عقارات بترخيص من الوزير الأول

فوائد ضريبية

تستفيد الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة من مجموعة من الفوائد الضريبية عبارة عن خصم وإعفاء من الضريبة لفائدة الجمعية والداعمين لها

امتيازات ضريبية

1- بخصوص الضريبة على الشركات

1-1 بالنسبة لجميع أصناف الجمعيات

إعفاء دائم من الضريبة على الشركات بالنسبة لجميع الجمعيات والهيئات المعتمدة قانوناً في حكمها غير الهادفة للحصول على ربح فيما يخص العمليات المطابقة فقط للغرض المحدد في أنظمتها الأساسية.

غير أن هذا الإعفاء المذكور لا يطبق على مؤسسات البيع أو تقديم الخدمات المملوكة للجمعيات والهيئات الأتفة الذكر.

(المادة 6-1-ألف-1)

2-1 بالنسبة للجمعيات المتمتعة بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تعتبر تكاليف قابلة للخصم عند تحديد الحصيلة الخاضعة للضريبة عن الشركات مبلغ الهبات النقدية أو العينية الممنوحة للجمعيات المعتمدة ذات المنفعة العامة وفقاً لأحكام الظهير الشريف المؤرخ بتاريخ 15 نونبر 1958 التي تسعى لغرض إحساني أو علمي أو ثقافي أو أدبي أو تربوي أو رياضي أو تعليمي أو صحي (المادة 10-1-باء-2)

فيما يخص الضريبة على الدخل

1-2 بالنسبة للجمعيات المتمتعة بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تعتبر تكاليف قابلة للخصم عند تحديد الحصيلة الخاضعة للضريبة عن الشركات مبلغ الهبات النقدية أو العينية الممنوحة للجمعيات المعتمدة ذات المنفعة العامة وفقا لأحكام الظهير الشريف المؤرخ ب 15 نونبر 1958 التي تسعى لغرض إحساني أو علمي أو ثقافي أو أدبي أو تربوي أو رياضي أو تعليمي أو صحي (المادة 28-I)

2-2 بالنسبة للجمعيات المتمتعة بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تستثنى من نطاق تطبيق الضريبة على الدخل القيمة الإيجابية للعقارات التي يضعها ملاكها مجانا رهن تصرف الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة عندما تكون العقارات المذكورة معدة لإيواء مؤسسات للبر والإحسان ولا تسعى للحصول على ربح (المادة 62-I)

فيما يخص الضريبة على القيمة المضافة

1-3 بالنسبة لجمعيات الأشخاص المعاقين

الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة مع الاستفادة من الحق في الخصم على السلع التجهيزية و المعدات والأدوات المشتراة من لدن الجمعيات المهتمة بشؤون الأشخاص المعاقين المخصصة للاستعمال من قبل هذه الجمعية في نطاق المهام الموكولة إليها بمقتضى أنظمتها الأساسية

2-3 بالنسبة للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تعفى من الضريبة على القيمة المضافة الخدمات التي تقدمها الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة غير الهادفة للحصول على ربح

فيما يخص الضريبة على القيمة المضافة (تابع)

3-3 بالنسبة للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تعفى من الضريبة على القيمة المضافة مع الاستفادة من الحق في الخصم السلع والبضائع والأشغال والخدمات التي يسلمها الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون المغاربة أو الأجانب إلى الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة التي تعنى بالأحوال الاجتماعية والصحية للأشخاص المعاقين أو الموجودين في وضعية صعبة

4-3 بالنسبة للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة بصفة خاصة

تعفى من الضريبة على القيمة المضافة مع الاستفادة من الحق في الخصم السلع والبضائع والأشغال والخدمات التي تسلمها الحكومات الأجنبية أو المنظمات الدولية على سبيل الهبة في نطاق التعاون الدولي إلى الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة

امتيازات ضريبية

4- فيما يخص واجبات التسجيل

1-4 بالنسبة لجمعيات الأشخاص المعاقين

تعفى من واجبات التسجيل عقود اقتناء العقارات اللازمة لتحقيق غرضها فقط من طرف الجمعيات غير الهادفة إلى الحصول على ربح والمهتمة بشؤون الأشخاص المعاقين

2-4 بالنسبة لجمعيات البر والإحسان المدعومة من لدن التعاون الوطني

تعفى من واجبات التسجيل المحررات والوثائق والتفويطات التي تعود بالنفع على الجمعيات الخيرية التي تتلقى إعانة من التعاون الوطني ولاسيما جمعيات المكفوفين والمشلولين المتعلقة بإحداث هذه الجمعيات ونشاطها وحلها

5- رسم النظافة والضريبة الحضريّة

- تعفى من الضريبة الحضريّة ورسم النظافة العقارات التي تملكها الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة عندما تكون هذه العقارات معدة لإيواء مؤسسات للبر والإحسان التي لا يسعى أصحابها للحصول على ربح من استغلالها (المادة 3 من القانون رقم 89-37 المتعلق بالضريبة الحضريّة والمادة 27 من القانون رقم 89-30 يحدد بموجبه نظام للضرائب المستحقة للجماعات المحليّة وهيئاتها)

- تعفى من الضريبة الحضريّة ورسم النظافة العقارات الموضوعّة مجاناً رهن تصرف الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العامة (المادة 3 من القانون رقم 89-37 المتعلق بالضريبة الحضريّة والمادة 27 من القانون رقم 89-30 يحدد بموجبه نظام للضرائب المستحقة للجماعات المحليّة وهيئاتها)

لائحة الوثائق المطلوبة للحصول على صفة المنفعة العامة

1- الوصل النهائي لإيداع ملف تأسيس الجمعية

2- النظام الأساسي والنظام الداخلي للجمعية، يكونان محينين

3- قائمة الأعضاء المسؤولين عن إدارة الجمعية مع الإشارة إلى جنسيتهم ومهنتهم ومحل إقامتهم وعناوينهم، وعند الاقتضاء، نسخة من وصل آخر تجديد لمكتب الجمعية، وبيان عناوين فروعها

4- تقرير عن أنشطة الجمعية يبين إنجازاتها منذ إحدائها وبرنامج عملها التوقعي للسنوات الثلاثة القادمة

5- القوائم التركيبيّة لذمة الجمعية ووضعيتها الماليّة ونتاجها، وكذا قيمة الممتلكات المنقولة وغير المنقولة التي تملكها الجمعية، وتلك التي تعزم امتلاكها مستقبلاً

6- نسخة من محضر مداوات الجهاز المختص في الجمعية الذي يأذن بتقديم طلب الاعتراف بصفة المنفعة العامة لفائدة الجمعية المعنية، مصحوباً بقائمة الأعضاء الحاضرين

REVUE DE PRESSE

L'économiste 14 mars

Consumérisme

Les consommateurs «représentent le groupe économique le plus important. Ils sont les premiers touchés par toutes les décisions des institutions publiques et privées. Mais, hélas! leur point de vue n'est jamais entendu». 46 ans plus tard, cet extrait du discours, prononcé par JFK devant le Congrès américain, s'applique parfaitement à notre situation actuelle. La journée mondiale du 15 mars est là pour nous le rappeler.

Alors qu'en Europe les mouvements de défense s'intensifient et les procès déferlent, chez nous, on regarde cela avec une indifférence arrogante jusqu'à ce qu'une catastrophe finisse par griller les certitudes. Apparemment, pour beaucoup, les priorités sont encore ailleurs.

Qui sait que nous avons au Maroc une «espèce» appelée consommateur? Quels droits a-t-il? Combien de fois se fait-il gruger par tel ou tel commerçant en toute impunité? De quels recours dispose-t-il? Et d'autres comportements aussi scandaleux les uns que les autres, qui pénalisent depuis longtemps les structures et le pays. Ne l'oublions pas, la consommation est un tout. Commençons par régler par exemple l'hygiène et la salubrité (domaines de grands massacres) et ce sera un premier pas.

D'un autre côté, le projet de loi sur la protection des consommateurs, qui traîne en longueur dans les circuits depuis les années 90, à ce rythme-là, il battra le record du code du travail qui a mis plus d'un quart de siècle à sortir.

Ne le nions pas, le mouvement consumériste a démarré et les initiatives se multiplient. Des associations ont commencé à fouler le terrain pour sensibiliser, informer sur un concept qui paraît encore nébuleux.

Mais même avec tout cela, il faut accélérer le rythme car nous avons perdu trop de temps. Il ne faut pas se leurrer: malgré tous les efforts, sans un consommateur responsable et conscient des enjeux, nous n'irons pas très loin.

Meriem OUDGHIRI

L'économiste 14 mars

Protection du consommateur: En attendant la loi...

- **Création de guichets conseils dans plusieurs villes**
- **Un Centre national de la consommation en gestation**

Le consumérisme commence-t-il à entrer dans les mœurs marocaines? A la veille de la Journée mondiale pour la protection du consommateur, on est en droit de se poser cette question. La précédente édition avait soulevé le débat autour de l'information et de l'orientation du consommateur (cf www.leconomiste.com)(1). Bien souvent, ce dernier est dans la totale ignorance de ses droits et devoirs. Cependant, force est de constater que des efforts importants ont été effectués.

Concernant les mesures déjà prises, le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies avait entrepris plusieurs actions visant le renforcement du mouvement consumériste. Ainsi, une coopération bilatérale avec l'Allemagne a pris forme, à travers le projet Amélioration de la qualité des produits agroalimentaires (AQPA). La première phase de ce projet a consisté en plusieurs opérations de formation, au profit des associations de protection des consommateurs. Les capacités d'intervention de ces dernières ont été revues à la hausse, via l'intervention d'experts internationaux ainsi que la fourniture d'équipement bureautique et informatique. Une série de missions à l'étranger a permis de s'inspirer de l'expérience d'autres pays en la matière, notamment la France et la Belgique. Par ailleurs, le projet AQPA a permis d'établir un diagnostic des associations participantes, ce qui leur a permis d'optimiser leurs capacités de gestion et d'intervention, notamment via le développement de la communication ainsi que de la proximité par rapport au consommateur. Cette dernière finalité s'est concrétisée à travers la création de guichets-conseils. A cet effet Le projet AQPA a assisté quatre associations, qui ont ouvert leurs guichets dans les villes d'Oujda, de Kénitra, d'El Jadida et d'Essaouira. Cette initiative a permis de prodiguer des conseils à plus de 600 consommateurs (chiffres arrêtés à Février 2008). La mise en réseau des guichets-conseils a été vivement encouragée, dans un objectif d'échange des expériences.

• **Education des jeunes**

Ne comptant pas s'arrêter en si bon chemin, le ministère de tutelle a mis en chantier un projet de jumelage, qui s'inscrit dans le cadre du Programme d'appui à l'accord d'association entre l'UE et le Maroc (PAAA).

Les activités s'inscrivant dans le cadre du jumelage tournent autour de deux axes principaux. Le premier concerne l'arsenal juridique, via la création d'une base de données rassemblant les textes légaux en la matière. Cette compilation permettrait d'analyser les écarts avec l'acquis européen. Le second axe a trait à l'appui institutionnel, et aborde principalement le rôle des institutions dans l'information du consommateur. A ce titre, la rédaction de guides pratiques, ainsi que la diffusion de l'information via des supports audio-visuels, est hautement préconisée. Cette initiative est destinée aussi bien aux écoliers qu'aux consommateurs adultes.

Parmi les mesures annoncées l'année dernière, rappelons le lancement d'une étude de faisabilité. Celle-ci a concerné la mise en place d'un Centre national de la consommation (CNC), en collaboration avec la FAO. La réalisation du projet devrait s'étaler sur 18 mois, aussitôt le consultant principal du projet recruté. Les experts de la FAO fourniront une assistance considérable au niveau de la conception du CNC, de la définition de ses actions prioritaires, ainsi que de la formation des cadres marocains appelés à y intervenir.

Par ailleurs, pour que la culture du consumérisme devienne une réalité tangible, il est nécessaire d'en prendre conscience le plus tôt possible. L'éducation du jeune consommateur est ainsi devenue un objectif primordial pour le ministère de tutelle. Afin de concrétiser cette stratégie, un partenariat multi-acteurs a été envisagé, incluant notamment le ministère de l'Education nationale. La finalité en serait le développement de supports d'éducation, destinés aux professeurs des établissements d'enseignement.

Quant au fameux projet de loi n°27-00, édictant des mesures de protection du consommateur, il s'articule autour de plusieurs apports et objectifs, notamment l'utilisation de la langue arabe pour mieux informer le consommateur, ou sa protection contre les défauts de la chose vendue, à travers l'étendue de la garantie conventionnelle et du service après-vente. Durant l'année 2007, le projet de loi a été revu et actualisé en concertation avec les acteurs du secteur ainsi que les institutions concernées. La dernière

LE MATIN : 13.03.2008 / 22h14

Protection du consommateur

Le Maroc est le seul pays d'Afrique du Nord sans réglementation

La communauté internationale célèbre demain la Journée mondiale des droits des consommateurs. Cet événement est une occasion pour rouvrir le débat sur le cadre juridique relatif à la protection des consommateurs dans notre pays. Le Maroc ne dispose pas d'une législation spécifique à la protection du consommateur.

Ainsi, l'absence d'un statut juridique a eu comme principale conséquence la dispersion des efforts et l'inexistence de structures de tutelle spécialisées dans les questions liées à la protection du consommateur. Pourtant, un projet de loi sur la protection des consommateurs avait été élaboré en 2000. Le secteur du commerce connaît depuis quelques années une croissance notable et le marché marocain est de plus en plus ouvert. Le Royaume a déjà conclu des accords de libre échange avec plusieurs pays.

Néanmoins, le progrès n'a pas été accompagné par la mise en place de mesures susceptibles de protéger les consommateurs. La croissance du commerce au Maroc impose donc à tous les acteurs concernés d'adapter les méthodes de vente aux nouvelles règles de fonctionnement concurrentiel du marché. Malgré les efforts consentis, les mesures introduites par les autorités ont du mal à s'installer dans les mœurs. L'affichage des prix n'est pas respecté par les commerçants. La sensibilisation du consommateur est devenue une nécessité, compte tenu de sa vulnérabilité devant les arguments de vente agressifs utilisés à outrance par les entreprises contemporaines.

L'inculcation des concepts de base de la consommation saine, sécurisée aux consommateurs marocains devient un besoin indispensable. Cependant, en l'absence d'une loi spécifique en la matière, les consommateurs marocains restent vulnérables. Pour leur part, les responsables au ministère annoncent plusieurs projets notamment la création d'une Centre national de la consommation. Selon des observateurs, plusieurs dispositions prévues par le projet de loi sur la protection des consommateurs sont en cours de réalisation avant même son entrée en vigueur. Un projet de loi qui a déjà la particularité d'être resté dans les dédales du gouvernement pendant huit années.

Mohamed Badrane

LE MATIN : 14.03.2008 / 14h57

Impact néfaste de la hausse des prix

Objectif : attirer l'attention des responsables sur les effets des augmentations sur les consommateurs

A l'occasion de la journée mondiale du consommateur et suite aux augmentations successives des prix de certains produits de première nécessité, l'Association marocaine de protection et d'orientation du consommateur (AMPOC) a organisé, le jeudi 13 mars, à la Chambre de commerce, d'industrie et de services de Kénitra une rencontre sous le thème «l'augmentation des prix jusqu'à quand ?».

A cette occasion, Dr Bouazza Kharrati, président de l'AMPOC, a souligné que cette réunion se tient suite à la hausse des prix de certains produits, ce qui a eu des effets néfastes sur le pouvoir d'achat des citoyens et plus particulièrement les plus démunis d'entre eux. «Nous voulons à travers cette manifestation attirer l'attention des responsables concernés sur les conséquences perverses de telles augmentations et par la même occasion faire écouter la voix des consommateurs», a-t-il déclaré.

Pour sa part, Saleh Jamali, membre de l'AMPOC, commerçant et député de Kénitra à la Chambre des Représentants, a tenu à souligner que le commerçant, une chose dit-il qu'on oublie souvent, est aussi un consommateur et de ce fait il est doublement pénalisé.

Tout en liant les récentes hausses des prix au contexte international, il a lancé un appel pour que des solutions pour la préservation du pouvoir d'achat des consommateurs soient trouvées en mettant tout en œuvre pour atteindre l'autosuffisance pour des produits agricoles tels que les céréales et pour ne plus dépendre de l'étranger.

Abdelkader Rbaibi, ingénieur en chef en génie rural et expert en énergies renouvelables a, quant à lui, tenu à rappeler l'incidence des prix du carburant sur le coût de la vie en donnant un aperçu historique sur les différentes sources d'énergie que l'humanité a utilisé tout au long de son histoire.

Pour cela, il s'est appuyé sur des statistiques du ministère de l'Energie. Ainsi, selon ces chiffres, notre pays importe près de 96% du pétrole coûtant en 2006 au budget de l'Etat près de 46 milliards de Dirhams. Dans le secteur de la production de l'énergie électrique, selon Abdelkader Rbaibi, le Maroc utilise le charbon à hauteur de 65%, le fuel 13%, l'hydraulique 5%, le gaz naturel 13%, l'éolien 1%.

Il a, en outre, tenu à souligner les efforts qui ont été déployés pour la généralisation de l'énergie électrique dans le monde rural dans le cadre du Programme d'Electrification Rural Global (PERG).

L'intervenant a révélé que ce plan s'appuie entre autres, sur les énergies renouvelables, puisque quelque 3.000 douars ont pu accéder à l'électrification grâce aux panneaux solaires. Pour conclure, Abdelkader Rbaibi a indiqué que pour stabiliser les prix du gaz à usage domestique, la Caisse de Compensation consacre 18 dirhams pour chaque bouteille de gaz de 3 kilogrammes et 70 dirhams pour la bouteille de 12 kilogrammes.

De son côté, Pr. Mohamed Ezznati, professeur d'économie à l'université Ibn Tofaïl de Kénitra a traité l'impact de la hausse des prix sur le pouvoir d'achat. Il a tenu à souligner que c'est un phénomène mondial en ajoutant que pour comprendre les causes de la flambée des prix, il faut établir un lien entre les contextes national et international.

Il a souligné, à cet égard, que l'économie du Maroc, à l'instar de plusieurs pays aux ressources limitées, dépend dans une large mesure des marchés extérieurs. Rappelant à cette occasion, qu'une hausse des prix de pétrole de 10% entraîne d'une manière automatique une hausse de 4% des produits alimentaires. Par ailleurs et en guise de comparaison, l'intervenant a révélé que la famille marocaine consacre 80% de ses ressources financières à l'alimentation alors qu'une famille allemande ne consacre que 7%. Il a, d'autre part, établi une corrélation entre le développement économique et le renforcement du pouvoir d'achat d'où, ajoute-t-il, la nécessité de lutter contre la pauvreté et le chômage par une politique volontariste en matière agricole et industrielle, citant à cet égard l'exemple des pays émergents de l'Asie orientale qui en quelques années ont pu s'affranchir du sous-développement.

Par Driss Lyakoubi

Le Matin: 15.03.2008 / 12h56

Protection du consommateur

Une culture à ancrer encore davantage !

Le Maroc célèbre le 15 mars, à l'instar des autres pays du monde, la Journée mondiale du consommateur avec à son actif plusieurs actions et mesures qui visent à protéger le consommateur et contribuent à ancrer encore davantage cette culture, dans un monde qui connaît une prolifération spectaculaire de produits et services et un changement de comportements de consommation.

Le Maroc a accompagné sa politique de libéralisation de l'économie et d'ouverture sur les marchés extérieurs par l'adoption de mesures législatives, réglementaires et institutionnelles visant à renforcer la protection du consommateur, dans un monde où la protection des droits des consommateurs est devenue l'une des impératives nécessitant une intervention agissante des associations actives dans le domaine de la protection des consommateurs pour appuyer le rôle de vigilance des gouvernements sur le marché.

Toutefois, la protection du consommateur ne peut être effective et efficace que si le consommateur s'investit pleinement de son rôle d'acteur économique et devient apte à opérer ses choix de consommation sur la base d'une analyse critique, indépendante et raisonnée des produits et services.

Le mouvement consumériste marocain, qui devrait ainsi relever ce défi, nourrit une ambition légitime qui reste confortée par une prise de conscience grandissante et un intérêt certain au consumérisme, résultat conséquent des initiatives et des actions d'information, de sensibilisation et d'éducation du consommateur engagées par les associations de protection du consommateur du Maroc.

Dans le cadre du renforcement du cadre juridique relatif à la protection du consommateur, le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies a élaboré un projet de loi portant sur les mesures à prendre pour assurer une meilleure protection des consommateurs.

Fruit d'un travail de concertation avec l'ensemble des départements ministériels, des associations de protection des consommateurs, des organisations et chambres professionnelles, ainsi que du monde universitaire, ce texte vient compléter le dispositif juridique déjà existant, pour traiter des aspects fondamentaux relatifs à la protection des droits du consommateur et favoriser la mise en place d'un cadre d'épanouissement du rôle du mouvement consumériste, estime le ministère.

Il met à la disposition du consommateur une base juridique lui permettant de faire valoir ses droits, notamment dans les transactions commerciales, renforçant ainsi son rôle en tant qu'acteur économique dans le marché, instaure l'obligation d'informer au mieux le consommateur et le protège contre certaines pratiques commerciales.

C'est dans le cadre de cette stratégie visant la promotion du consumérisme, la protection du consommateur et le renforcement de ses structures représentatives, que le gouvernement œuvre pour la mise en place d'un Centre national de la consommation, qui constituera une plate-forme de collaboration et de concertation entre l'entreprise, les associations des consommateurs et les départements concernés.

Le ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies a déjà signé une convention avec la représentation de l'Organisation des Nations unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) au Maroc, pour le lancement d'une étude de faisabilité au sujet de ce centre.

En dépit de ces mesures ambitieuses, d'autres actions restent à entreprendre pour assurer une protection meilleure du consommateur et rivaliser avec les pays développés très avancés dans ce domaine. Il s'agit notamment de l'éducation du jeune consommateur, devenue une nécessité impérieuse pour le protéger contre des pratiques commerciales véreuses.

Cette éducation est d'autant plus importante que les jeunes restent une catégorie sociale vulnérable et très réceptive aux messages publicitaires, venus d'ici et d'ailleurs, et des arguments de vente agressifs usités par les techniques marketing contemporaines.

Aussi, l'inculcation des concepts de base de la consommation saine, sécurisée et équilibrée quantitativement, qualitativement et économiquement aux jeunes devient un besoin fondamental, pour cette catégorie de consommateurs.

Cet effort éducatif, permettra de qualifier cette catégorie de consommateurs à s'investir pleinement de leur rôle d'acteur économique et à les rendre aptes à orienter leurs choix de consommation sur la base d'une analyse critique, indépendante voire engagée.

Par Hassnaâ Elakani |MAP

Journal Au Fait :12.03.08 à 08:06

Saviez-vous que

Jusqu'à aujourd'hui, il n'existe pas à proprement parler de loi pour la protection du consommateur.

Un projet de loi est en cours d'élaboration:

Article 3: Tout fournisseur doit mettre, par tout moyen approprié, le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du produit, bien ou du service et lui fournir les renseignements susceptibles de lui permettre de faire un choix rationnel compte tenu de ses besoins et de ses moyens.

Article 4: L'indication du prix ou du tarif doit comprendre le prix ou le tarif global à payer par le consommateur y compris la taxe sur la valeur ajoutée, toutes autres taxes, ainsi que le coût de tous les services à payer obligatoirement en supplément par le consommateur.

Article 5: Tout produit ou bien mis en vente doit obligatoirement porter une étiquette dont le contenu et la forme sont fixés par voie réglementaire.

Article 52: Il est interdit de:

- refuser à un consommateur la vente d'un produit, d'un bien ou la prestation d'un service, sauf motif légitime;
- subordonner la vente d'un produit ou d'un bien à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre bien ou d'un autre service;
- subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit ou d'un bien.

Article 54: Il est interdit d'abuser de la faiblesse ou de l'ignorance d'un consommateur pour lui faire souscrire des engagements au comptant ou à crédit sous quelque forme que ce soit, lorsque les circonstances montrent que ce consommateur n'était pas en mesure d'apprécier la portée des engagements qu'il prenait ou de déceler les ruses ou artifices déployés pour le convaincre à y souscrire, ou font apparaître qu'il a été soumis à une contrainte.

Source: Projet de loi pour la protection du consommateur.

Journal Au Fait : 12.03.08 à 06:33

Une manifestante contre la cherté de la vie. /DR

Consommateur, réveille-toi!

La journée mondiale des droits des consommateurs est célébrée tous les ans le 15 mars à travers le monde entier.

Le droit d'être entendu

Pour rappel, les droits des consommateurs ont été reconnus en 1962 par le Président américain John Fitzgerald Kennedy, qui avait énoncé les quatre droits fondamentaux du consommateur, à savoir le droit à la sécurité, le droit à l'information, le droit de choisir et le droit d'être entendu.

Depuis 1983, l'association internationale des consommateurs «Consumer International» célèbre la journée mondiale des droits des consommateurs.

L'objectif est de sensibiliser les populations à connaître leurs droits et savoir les défendre à travers les associations. En y adhérant, le consommateur saura développer des habitudes de consommation plus saines et plus cohérentes.

Pour le bien être social.

Au Maroc, seules deux institutions vont commémorer cette journée: le ministère du Commerce, de l'Industrie et des Technologies modernes (le 14/03/08 à Rabat au siège de ce département) et l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur (AMPOC).

Cette dernière célèbre d'ailleurs la journée sous le thème "l'augmentation des prix, jusqu'à quand?". L'objectif est de dire "qu'il est temps de comprendre que les associations n'ont plus seulement pour mission principale de combler le vide, mais elles sont également proches des consommateurs, vivent ses difficultés et peuvent jouer un rôle économique et social très important", note l'association.

"Par ces campagnes de sensibilisation, nous entendons amener le Gouvernement et les entreprises à s'investir davantage sur des questions telles que la protection de l'environnement et la santé pour lesquelles ils ont un rôle important à jouer", ajoute la même source.

L'accent est porté sur le pouvoir d'achat, devenu l'handicap majeur du bien être social.

En effet, avec l'inflation et la hausse des prix le consommateur marocain ne sait plus à quel saint se vouer.

www.ampoc.net

Journal Au Fait : 12.03.08 à 06:47

"Le Marocain est un consommateur non averti"

Le Dr. Bouazza Kherrati, Président de l'Association Marocaine de Protection et d'Orientation du Consommateur (AMPOC), fait un éclairage sur le consommateur marocain et le rôle de la société civile dans l'encadrement et la sensibilisation en matière de droit de ce dernier.

Comment définiriez-vous le consommateur marocain?

"Dans l'arsenal juridique national, le consommateur n'est pas défini. En conséquence, je ne puis vous faire part que de la définition adoptée par le projet de loi sur la protection du consommateur 27-00.

Dans l'article 2, la loi définit le consommateur comme toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise pour la satisfaction de ses besoins non professionnels des produits, biens ou services qui sont destinés à son usage personnel ou familial.

Et le fournisseur est défini comme toute personne physique ou morale qui agit dans le cadre d'une activité professionnelle ou commerciale. Le Marocain est un consommateur, mais l'analphabétisme régnant en fait un consommateur non averti."

Nous savons que le consommateur a des droits, mais a-t-il des devoirs également?

"Le couple "droits-obligations" ne peut être dissocié. Et le principal rôle des associations de protection du consommateur reste la sensibilisation, la formation et l'orientation du consommateur pour qu'il devienne un acteur économique à part entière."

Où en est le texte de loi relatif à la consommation?

"Les pouvoirs publics ont compris qu'ils ne pouvaient pas, à eux seuls, garantir la protection des consommateurs et ont prôné une approche participative qui permet aux différents acteurs d'intervenir et de contribuer à la préparation du projet de loi.

En effet, l'AMPOC et d'autres associations avaient participé à la réalisation de la première mouture de ce projet. La dernière version, qui a été malheureusement vidée de l'essence même de la liberté des associations, a été présentée au Conseil de Gouvernement par M. Mezouar avant qu'il devienne le trésorier de l'Etat.

Dans ce cadre, nous demandons la révision de ce projet qui est loin d'être une loi de protection du consommateur. Un texte de loi sans instruments de travail (décrets, arrêtés et agents d'application) n'a aucune valeur et ne peut être considéré comme moyen de protection. La protection nécessite des préalables en matière d'assise législative et de mise à niveau du consommateur lui-même.

Quel rôle joue votre association?

L'AMPOC entame sa dixième année de militantisme dans le domaine de la recherche du respect des droits du consommateur. Nous assistons le consommateur dans la défense de ses droits par le biais de guichets-conseils. Nous assurons sa sensibilisation par la tenue de séminaires, conférences, et rencontres avec les écoliers, les femmes au foyer et les marchands. Notre credo est la mise à niveau du consommateur à travers ces différents acteurs. La publication des informations utiles au consommateur dans plusieurs organes de presse permet l'élargissement de notre champ d'action.

Pourquoi le consommateur ne sent-il pas l'engagement des associations de défense ?

Depuis le début de ce siècle, il y a eu un foisonnement des associations de protection. Elles ont un caractère local, à l'exception de l'Association du Consommateur ADC de Casablanca, la Ligue de Meknès et l'AMPOC qui ont gardé la particularité d'être nationale. Quand à leur manifestation, il me serait impardonnable de les juger négativement puisque aucune n'est assistée par l'Etat à l'instar de ce qui se passe ailleurs. Donc pas de fonds, pas de manifestations et plusieurs sont appelées à disparaître si elles ne reçoivent pas de soutien."

Que dire de la flambée actuelle des prix qui touche les produits de base?

"Parler de la protection du consommateur sans soulever la flambée des prix serait un crime de lèse-majesté à l'encontre du consommateur marocain. C'est pourquoi l'AMPOC en a fait le thème de sa manifestation de commémoration du 15 Mars lors de la conférence du 13 à Kenitra. Certaines causes d'augmentation ont pour origine les fluctuations des prix à l'échelle mondiale et nous subissons les frais de la mondialisation.

Cependant, d'autres sont inhérentes à notre pays et nécessitent l'intervention d'urgence de l'Etat : la caisse de compensation qui ne profite qu'aux riches par exemple, le manque de contrôle et de transparence dans les transactions et des déclarations de Douane..."

Libération 17 mars.2008

En attendant la loi relative à la protection des consommateurs

Les associations mettent en place des guichets conseils

Les associations de consommateurs ont célébré vendredi dernier la journée mondiale des droits des consommateurs. Une journée que le ministère du Commerce, de l'Industrie et des Nouvelles technologies a commémorée à travers l'organisation d'un séminaire sous le thème «Des services de proximité à assurer par les associations de consommateurs».

Le choix de ce thème n'est pas fortuit, mais il est indiqué par l'importance du rôle de plus en plus grandissant que jouent les associations de protection des consommateurs dans l'accompagnement, le conseil et l'orientation du consommateur. Certes, le consumérisme est récent au Maroc et demeure peu développé (une trentaine d'associations), mais les actions de ces dernières, bien que timides, commencent à donner leur fruit sur le terrain.

La mise en place des guichets conseils en faveur des consommateurs en est l'exemple le plus éloquent. Initiée par les associations de consommateurs à Essaouira, Kénitra, El Jadida et Oujda, cette expérience gagnerait à être soutenue et généralisée à travers tout le Royaume.

Pour ce faire, ces associations ont besoin d'être soutenues sur le plan matériel (les associations françaises de consommateurs bénéficient de subventions étatiques) mais surtout sur le plan technique et de l'accompagnement.

Comme l'a souligné le ministre en charge du secteur, Ahmed Réda Chami, ce soutien s'est traduit à travers un accord de jumelage signé avec l'Union européenne et conduit par un consortium de la France et de l'Allemagne.

Outre le soutien direct aux associations, ce jumelage se penche sur la protection juridique des consommateurs. Objectif : faciliter au consommateur l'accès et la compréhension de l'information juridique en offrant une lecture simplifiée et thématique des dispositions juridiques en matière du droit à la consommation, poursuit Ahmed Chami.

Mais encore faut-il qu'il y ait une législation. En effet, en l'absence d'une loi relative à leur protection, les consommateurs marocains restent privés de toute procédure de recours en cas d'atteinte à leurs droits. Certes, le projet de loi qui a été examiné par le gouvernement en décembre 2006 devait pallier ce vide juridique, mais il n'en fut rien. Il a été retiré par la suite

du circuit législatif en vue d'une plus large concertation. En attendant la promulgation de cette loi, force est de constater que la protection du consommateur ne sera effective que s'il s'investit pleinement dans son rôle d'acteur économique et devient apte à opérer ses choix en toute connaissance de cause et sur la base d'une analyse critique et pertinente.

Aujourd'hui donc, plus que l'accès à l'information, il s'agit « d'assurer la formation du consommateur pour le mettre en mesure de se défendre sur le plus grand nombre de plans possibles, soit par ses propres moyens, soit par le biais des associations chargées de sa défense », comme l'a si bien explicité Moura Hmayed El Mili, expert international en droits des consommateurs.

Amina SALHI

Aujourd'hui le Maroc Le 14-3-2008

Oujda : Le consommateur à l'épreuve de la réalité et de la loi

Se doter de lois applicables pour que le consommateur devienne la pierre angulaire de tout contrôle de qualité. Tel est le principe prôné lors de la Journée mondiale des droits du consommateur.

L'association de protection du consommateur d'Oujda en collaboration avec la confédération des associations des consommateurs de l'Oriental a organisé, mercredi 12 mars, à l'occasion de la Journée mondiale des droits des consommateurs célébrée le 15 mars de chaque année, une manifestation régionale de sensibilisation sous le thème «Le consommateur entre la réalité du marché et les lois organisationnelles». Les cinq animateurs ainsi que les intervenants ont mis l'accent sur la discordance entre l'arsenal juridique mis en place et la réalité du marché qui pèse sur le citoyen. Certes, le Maroc dispose de plus de 360 textes législatifs et d'une dizaine de services concernés par la protection du consommateur mais tarde à mettre en place un cadre juridique global en mesure de légiférer les rapports entre consommateurs et prestataires. Les textes sont faits pour accompagner les changements socio-économiques et non pour qu'ils soient gardés dans les tiroirs du secrétariat d'Etat, explique le dépliant distribué à cette occasion.

Depuis l'application totale de la loi 06/99, relative à la liberté des prix et de la concurrence, le citoyen ne sait à quel saint s'adresser. Le volet liberté des prix est bien appliqué alors que celui de la concurrence laisse à désirer. Cela a facilité les augmentations continues, a renchérit, Bouallam Oussaid de l'association du consommateur de Taourirt.

La réalité des prix demeure plus forte que les lois, d'où la nécessité de multiplier les efforts et de rester vigilant, tout en rénovant à chaque fois que les équilibres de l'offre et de la demande sont affectées par des crises internationales. Or, les lois en place datent dans leurs grandes majorités du protectorat ou des années 1958 et 59 et ne sont pas mis à jour, a rapporté Mohammed Benkaddour, président de l'association du consommateur d'Oujda.

L'importance de la mise en place de nouvelles procédures vise à prémunir le produit national qui risque de se fragiliser dans le cadre de la globalisation. C'est ce que préconise la loi 27/00 qui réserve un rôle important aux associations des droits du consommateur dans la protection, la défense, la sensibilisation et aussi d'ester en justice les cas qui méritent d'être soumis à la justice. Le consommateur ne fait que signer des contrats s'il veut avoir une assurance ou bénéficier d'un crédit entre autres. Il se trouve dans l'obligation d'accepter ce qui lui est imposé par le prestataire des services, ont souligné certains intervenants. Or, une loi dans ce domaine ne peut être persuasive que si elle prévoit des clauses précises et applicables pour défendre les intérêts du consommateur et du prestataire de services. Le plus important est de canaliser l'ensemble de l'arsenal juridique pour mettre un terme au désordre qui règne et au chevauchement des responsabilités entre les services. C'est par soucis d'efficacité que la Confédération de l'association des consommateurs au niveau de l'Oriental propose le recours à une régie autonome pour rationaliser le potentiel humain et matériel et opérationnaliser les actions à entreprendre en cas de litige. En parallèle avec cet effort juridique la sensibilisation reste de mire notamment dans les quartiers périphériques. Il ne suffit pas de dire que tel produit est cher ou pas mais d'expliquer le pourquoi du respect des normes de qualité et de prix. C'est le rôle que peut assumer les guichets conseils. Ce n'est pas le cas pour le moment car dans tout le Maroc il n'y a que conseils dont celui d'Oujda.

Par : Ali Kharroubi

AUJOURD'HUI LE MAROC

Le monde célèbre aujourd'hui la journée internationale des droits du consommateur. Consommation : Foutoir, arnaque et mauvaise foi.

"Le consommateur des services : ses choix, ses droits et ses obligations", tel est le thème du séminaire qui sera organisé, aujourd'hui 15 mars, par le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à niveau de l'économie à l'occasion de la Journée mondiale des droits du consommateur ()

Alors qu'en Europe, on parle de consomm'acteur, consommateur averti et engagé, qui achète non seulement un produit, mais un processus, au Maroc on est encore au stade de la réflexion pour une meilleure protection. Escroquerie, arnaque l'entrepreneur, quelle que soit sa taille, est toujours en position de force () Conscient de l'enjeu de la mondialisation et de l'ouverture des frontières et leurs impacts sur la vie du consommateur, le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à niveau de l'économie organise, aujourd'hui, un séminaire () Il a mis en place une stratégie pour la protection du consommateur pour la période 2004-2007 après concertation avec les différents acteurs. Une stratégie qui s'articule autour de cinq axes, à savoir la protection de la santé et de la sécurité du consommateur, la protection des intérêts économiques du consommateur, l'éducation du jeune consommateur () Le ministère a mis sur pied un projet de loi sur la protection du consommateur () (Samir Boudjafad)

Vulnérabilité.

Le consommateur n'est pas protégé au Maroc () On ne peut pas parler de l'existence d'un arsenal juridique de protection du consommateur. Ce vide juridique, que le gouvernement hésite encore à combler puisque le projet de loi élaboré par le ministère du Commerce et de l'Industrie traîne toujours dans les coulisses de l'exécutif, laisse la porte grande ouverte à toutes sortes d'infractions () Sans des associations fortes et un texte juridique clair, le consommateur marocain restera sans protection réelle des abus des fournisseurs.

Omar Dahbi

جريدة المساء 17-3-2008

وزير الصناعة يشتمكي من تأخير « قانون المستهلك »

اشتمكى أحمد رضا الشامي، وزير التجارة والصناعة والتكنولوجيات الحديثة، من تأخير الأمانة العامة للحكومة لمشروع قانون أعدته وزارته حول «حماية المستهلك». وقال الشامي، الذي كان يتحدث خلال يوم دراسي نظمته وزارته صباح أمس بالرباط، في إطار تخليد اليوم العالمي لحقوق المستهلك، إن مشروع القانون الذي يحمل رقم 27-00، تم وضعه لدى الأمانة العامة في ماي 2007، لكن تأخر خروجه منها وقال: «أعرف أن هذا القانون عرف تأخيرا، وسأبذل جهدا مع الأمانة العامة لإخراجه في أقرب وقت». وينص مشروع القانون على تدابير خاصة لحماية المستهلك، ويوفر قاعدة قانونية تمكن المواطن من ضمان حقوقه وخاصة المتعلقة بالمعاملات التجارية، حيث يفرض

القانون إلزامية إخبار المستهلك، ويحميه من بعض الممارسات التجارية. وسبق أن تمت دراسة مشروع القانون من قبل مجلس الحكومة في دجنبر 2006، قبل أن تدخل عليه تعديلات، إلا أن الأمانة العامة للحكومة، التي يرأسها عبد الصادق ربيع، مازالت لم تفرج عنه ليعرض على البرلمان وأعلنت وزارة التجارة والصناعة، خلال الندوة التي عقدتها أمس تحت عنوان «الحركة الاستهلاكية وأنشطة القرب لفائدة المستهلك»، عن عدة تدابير لحماية المستهلك، منها دعم جمعيات حماية المستهلكين في المغرب، حيث انخرطت الوزارة في إطار برنامج للتعاون المغربي-الألماني المتعلق بتحسين الجودة المتعلقة بأنشطة الجمعيات المنخرطة في المشروع، حيث استفادت هذه الجمعيات من دورات تكوينية. وفي إطار نفس البرنامج، تمت مواكبة أربع جمعيات لفتح شبائيك الاستهلاك على مستوى أربع مدن هي: الجديدة، وجدة، القنيطرة والصويرة. وبدأ أول هذه الشبائيك في 30 يونيو المنصرم، حيث أسفرت هذه العملية، إلى غاية فبراير 2008، عن تقديم الدعم لأزيد من 600 مستهلك، وقد مكنت الشبائيك من تحسين قدرات الجمعية لفائدة المستهلكين على الصعيد المحلي والوطني. وفي نفس السياق، انخرطت الوزارة في إطار برنامج للشراكة مع الاتحاد الأوروبي، ويتعلق الأمر بمشروع توأمة خاص بـ«الدعم القانوني والمؤسسي في مجال حماية المستهلك بالمغرب». ومن أهداف هذا المشروع تقريب التشريع المغربي، في مجال حماية المستهلك، من المنظومة القانونية الأوروبية.

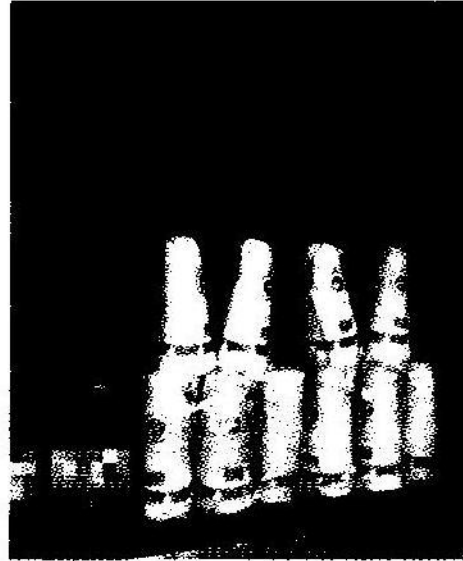
عبد الحق بلشكر

الشامي: قانون حماية المستهلك لن يرى النور قبل شهر

الإنسان، التي تهتم بالدفاع عن المصالح الاقتصادية و الاجتماعية للمواطنين.

و اضافة أن الأمانة العامة للحكومة قامت بمنح صفة المنفعة العامة إلى ما يعادل 165 جمعية فاعلة، و هو الإختيار الذي قال بأن الحكومة المغربية تمنحه للجمعيات في إطار دعمها معنويًا، و تقديم ضمانات قانونية لها اعترافًا من الدولة بالأعمال التي تقوم بها. موضحًا أن هذه الصفة تسمح للجمعية بالدخول كطرف مدني خلال المنازعات التي يكون أحد أطرافها اللجوء للجمعية من أجل الدفاع عن مصالحه. و أبرز في السياق ذاته أن الجمعيات المغربية ذات المنفعة العامة تلقت مع متم سنة 2006 ما يقارب 8 مليارات درهم على شكل إعانات من الخارج، و هو الرقم المصرح به لدى الأمانة العامة للحكومة حسب نفس المتحدث، الذي شدد بالمناسبة على الاستقلالية التي تتمتع بها الجمعيات بالمغرب في إطار تعاملاتها مع الخارج. و انتقد ممثلو المكاتب الجهوية لجمعيات حماية المستهلك عدم إفساح المجال لمداخلاتهم، خلال اللقاء، رغم تكبد أغلبهم عناء السفر من مناطق بعيدة، معتبرين أنه كان من الأجدر أن يتم تخصيص اليوم العالمي للمستهلك، لمناقشة انعكاسات الظرفية الحالية المتميزة بغلاء المعيشة في غياب قانون حماية المستهلك. لكن المسؤولين عن تنظيم اللقاء اقترحوا خلا «سحريا، يقيهم من مساءلات ممثلي هذه المكاتب الجهوية، هو تنظيم لقاء آخر لم يحدد بعد موعد له.

خالد الرزاوي



قانون حماية المستهلك على رفوف الحكومة منذ عشر سنوات

نجاح اللقاء الذي نظمته وزارة الصناعة و التجارة و التكنولوجيات الحديثة الجمعة الماضي بمناسبة تخليد اليوم العالمي للمستهلك، في إرجاء النقاش حول إشكالية حماية المستهلك المغربي في حضور العديد من ممثلي المكاتب الجهوية لجمعيات حماية المستهلك، بالرباط إلى موعد لاحق، وعدم تحديد موعد لإخراج قانون حماية المستهلك إلى حيز الوجود.

و ذكر أحمد رضا الشامي وزير الصناعة و التجارة و التكنولوجيات الحديثة خلال كلمة له أنه اجتمع خلال الأسبوع الماضي مع الأمانة العامة للحكومة من أجل التوصل إلى اتفاق حول مرحلة توافقية بخصوص النقاط التي ما زالت تشكل محط خلاف بين مختلف الفرقاء المشاركين في وضع مشروع قانون المستهلك، الذي سبق للهيئات المدافعة عن حقوق المستهلك في المغرب أن شاركت في وضعه منذ 10 سنوات.

و أشار في هذا السياق أنه تم تجاوز العديد من نقط الخلاف المعرقة لإخراج قانون المستهلك إلى حيز الوجود، مضيفًا أن هذا القانون سيشهد ميلاده خلال الأشهر القليلة المقبلة. من جهته أشار عبد الإله فونتير مدير الشؤون العامة و مكلف بمديرية الجمعيات و المهن المنظمة بالأمانة العامة للحكومة، إلى أنه من أصل 38500 جمعية موجودة بالمغرب خاضعة للقانون العام، تعمل 33 جمعية فقط في إطار حماية المستهلك، مبرزا أن هذه الجمعيات تعد الوحيدة ضمن باقي الجمعيات العاملة في ميدان الدفاع عن حقوق

Demain, Journée mondiale de la protection du consommateur Agiissons tous pour le bien-être du citoyen

PAR ME MOHAMED BELMAHI*

SUITE DE LA PREMIÈRE PAGE

D'abord, au cœur des récentes mesures de continuer à subventionner les matières de première nécessité (huile, farine, sucre, pétrole, électricité,...) se

trouvent deux déterminants de l'efficacité économique et de la compétitivité : La qualité totale et la maîtrise des prix qui sont, du reste, les fondements

de toute politique de protection du consommateur.

Ensuite, en prévoyant le renforcement du contrôle-qualité au niveau de l'importation, de la production et de la distribution, parallèlement à une

dynamisation du contrôle interne de la qualité et de la sécurité des produits, ces mesures épousent de fait tous les maillons de la chaîne investissement-production-consommation. Ce contrôle-qualité en amont et en aval de la chaîne est essentiel en regard de la grande diversité des produits et des canaux de distribution sur le marché local.

Enfin, en optant pour la redynamisation du Conseil National de la Concurrence, les mesures gouvernementales vont, certainement, à la fois, significativement enrichir tout le dispositif de protection du

chaîne de production-consommation.

Les droits du consommateur autant que l'efficacité du système productif n'en seront que plus confortés. Surtout que, de surcroît, l'ensemble des lois à caractère économique doivent être regroupées dans un seul code.

C'est pourquoi le domaine de la protection et la préservation des droits et intérêts des consommateurs marocains impose plus que jamais la mise en place

d'une structure gouvernementale, chargée de veiller au respect des droits, ainsi qu'une prestation de services répondant aux besoins quotidiens, tant au

niveau social, culturel qu'économique et sportif.

Le Maroc, qui a entamé un processus de légifération tout au long du siècle dernier, a mis en place un arsenal juridique comportant notamment les codes et

lois régissant la concurrence, la distribution, la lutte contre la fraude... En somme, un cadre global de droit économique.

Ainsi, la liberté d'initiative et l'encouragement des échanges et des transactions commerciales ont amené notre pays à promulguer le Dahir du 12 août 1913 régissant les obligations et contrats (DOC), le commerce, l'immobilier... passant

nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) a introduit une révolution dans le monde des services,

surtout dans les secteurs bancaires, de l'e-commerce (commerce électronique), de l'enseignement à distance, la vidéo-conférence et la télé-médecine. Ces nouveaux

secteurs d'activités et de services ont ouvert la voie de la concurrence dans des sphères jadis contrôlées, monopolisées et gérées par l'Etat en tant que secteur public à caractère industriel et commercial (SPIC).

C'est dire que le Maroc a consacré toute une panoplie de mesures et de dispositions législatives pour organiser et réguler uniquement son économie et non protéger son consommateur qui reste la proie facile et la première victime.

Aujourd'hui, la mondialisation a aboli les barrières douanières au profit de mesures de contrôle sanitaires visant la protection du consommateur.

Le réceptionnaire des services dénué de toute expérience, n'est pas outillé pour effectuer les choix judicieux devant le phénomène de la publicité mensongère et les ventes agressives dans le cadre ce qui est communément connu

comme le nom de services inter-cains qui sont aujourd'hui confrontés à de sérieux problèmes au niveau des intermédiaires, des fraudeurs, de la prestation des

services, liés à la multiplication des documents contractuels quotidiens et à la technicité croissante de leur contenu, doivent être en mesure d'en comprendre la portée et de saisir les nuances des clauses qui leur sont applicables.

Aujourd'hui, tous les citoyens marocains, en particulier ceux qui ont un revenu limité, sont en droit de réclamer la mise en place d'un programme intégré à l'amélioration de la qualité des services, notamment dans les zones rurales.

Ce programme peut s'articuler autour des douze commandements suivants :

1- Distribution équitable des services de façon à rétrécir l'écart entre villes et campagnes et à préserver les terres agricoles.

2- Relier en grande partie tous les villages et douars au réseau d'eau potable et d'évacuation des eaux usées.

3- Procurer l'électricité et l'éclairage public à tous les douars qui n'ont pas encore été électrifiés jusqu'à présent.

4- Procurer des logements décentes et économiques aux citoyens ayant des revenus limités et construire les

structurel entamé au début des années 80

dans le cadre des grands équilibres.

D'autres mesures et réformes accompagnatrices, telle la loi 24-86 concernant les coopératives, ainsi que la réforme fiscale et finalement la Constitution de 1996

qui a scellé la liberté des initiatives.

L'arsenal législatif ayant concerné l'investissement, les sociétés, la propriété industrielle, les petites et moyennes entreprises (PME), la réorganisation des

marchés financiers, prouve l'intérêt accordé par le Maroc à la consolidation des organes de régulation juridique de l'économie.

Cependant, le secteur des services reste le parent pauvre de ce processus. Il n'a pas fait l'objet d'une stratégie de mise à niveau ni bénéficié de mesures accompagnatrices permettant au consommateur marocain d'exercer ses choix et de disposer d'offres de services à la hauteur de ses aspirations.

En effet, bien que les services représentent actuellement, selon des statistiques mondiales, plus de 60% de l'ensemble de la production et de l'emploi, l'avènement des

actifs».

Le monde s'organise à sa guise et la mise en place de nouveaux outils dans les domaines se rapportant notamment au secteur de transport, de l'audiovisuel,

la concurrence, le contrôle de la qualité, désormais gérés par des instances spécialisées privées, est aujourd'hui une réalité.

Dans ce capharnaüm, quelle est la place du consommateur marocain ? Quels sont ses droits, ses obligations et quels sont ses choix ? Généralement contraint et ne bénéficiant pas de la liberté de choix, il est tenu, en dépit de l'existence

de la loi sur la concurrence 6/99, devant la publicité mensongère et le monopole exercé par l'Etat (ex. l'ONCF et RAM) de subir et se taire. C'est dire que la

loi en question, à elle seule, ne peut assurer et préserver les droits du consommateur.

L'article 91 donnant, certes, le droit aux associations de consommateurs d'agir au nom de ceux-ci, est néanmoins caduc alors et surtout qu'il impose la condition d'utilité publique, condition qu'aucune association au Maroc n'a pu avoir à ce jour.

Les consommateurs maro-

espaces sportifs (infrastructures).

5- Veiller à la propreté des villes et des villages et mettre en place un plan de collecte des déchets avant leur accumulation et protéger l'environnement et

lutter contre les pollutions.

6- Restructurer le secteur des transports, tout en subventionnant les couches les plus démunies et les étudiants. En ce sens, encourager la création de

sociétés de transport en commun et organiser le service des taxis collectifs afin d'offrir un service de qualité en matière de transport et sensibilisation

aux règles de la bonne conduite.

7- Activer l'entrée en vigueur du programme d'assistance à tous les citoyens (Assurance Maladie Obligatoire), amélioration de la qualité des soins et perfectionnement des préventions contre les maladies.

8- Entretien et élargir le réseau routier national.

9- Adaptation et Restructuration intégrale du code des impôts en vue d'y introduire des concepts modernes d'équité et d'adaptation en matière de fiscalité.

10- Procéder à une réforme structurelle et financière du

cette attitude, contraire à la légalité internationale, constitue une menace pour la paix et la stabilité dans toute la région.

"Nous lançons un appel à un appui politique à l'initiative marocaine des provinces du Sud, reconnue à juste titre par la communauté internationale, comme la seule voie crédible en vue d'une solution définitive et pacifique à ce conflit artificiel qui n'a que trop duré", lit-on dans cette missive.

Le Comité condamne par ailleurs les traitements affligeants dont sont victimes les séquestrés sahraouis marocains sur le sol algérien, la déportation de milliers d'enfants à Cuba, le détournement par les séparatistes de l'aide humanitaire, ainsi que la suspension des autorisation de sortie des camps de la honte.

"Nous faisons appel à votre conscience et à votre humanisme pour intervenir auprès de la communauté interna-

**Séminaire à l'occasion
de la Journée mondiale des droits
du consommateur**
**«Associations de consommateurs :
quelles actions de proximité
en faveur du consommateur?»**

La journée mondiale des droits du consommateur, célébrée mondialement le 15 mars de chaque année constitue une occasion idoine pour rappeler à tous les droits du consommateur. Aujourd'hui, ces droits sont au nombre de huit : droit à la sécurité, droit à être informé, droit de choisir, droit d'être entendu, droit à la satisfaction des besoins de base, droit à la réparation, droit à l'éducation et droit à un environnement sain.

A cette occasion, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies organise un séminaire sous le thème : «ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS : QUELLES ACTIONS DE PROXIMITÉ EN FAVEUR DU CONSOMMATEUR ?» qui se tiendra aujourd'hui au siège de ce Département à Rabat.

Le choix de la thématique de cette édition est motivé par la richesse des réalisations des associations des consommateurs marocains dans les domaines de l'information, de la sensibilisation, de l'orientation, de l'accompagnement et de la représentation des intérêts des consommateurs. L'objectif étant de dresser le bilan des actions engagées par le mouvement consommériste, afin d'identifier les moyens et les leviers susceptibles d'améliorer l'impact des initiatives entreprises en faveur du consommateur.

Deux tables rondes sont au programme: La première porte sur « les services de proximité à assurer par les associations de consommateurs ». Elle permettra de recenser et d'évaluer les prestations de services développées par les associations de consommateurs, en faveur du consommateur. En outre, cette table ronde lancera un débat sur les domaines non encore couverts, mais nécessaires pour améliorer le niveau de protection du consommateur.

La deuxième table ronde portera sur les « Moyens et outils d'actions des associations de consommateurs » et fera l'objet d'un débat sur les moyens et les leviers à actionner, à l'initiative des associations et de leurs partenaires pour soutenir la réalisation des actions de proximité en faveur du consommateur.

Cette manifestation verra la participation de représentants de l'administration, des associations de consommateurs, de structures représentatives du secteur privé, ainsi que des experts et des organismes internationaux qui auront à débattre, approfondir la réflexion sur la thématique et à examiner le rôle des différentes parties prenantes pour appuyer l'action des ADC dans le domaine de la protection des consommateurs.

11- Moderniser et simplifier les services offerts aux consommateurs, afin de mettre fin à la bureaucratie et aux déviations : Simplification des démarches, informatisation des procédures administratives, établissement des liens électroniques entre les diverses institutions étatiques et privées.

12- Œuvrer pour le renforcement du système judiciaire, moderniser les procédés de jugements et leur application.

Au demeurant, le développement des services doit obligatoirement s'accompagner d'une restructuration des secteurs qui supervisent leur création, leur

fonctionnement et leur entretien, et ce par la décentralisation de la planification, de l'exécution de la gestion.

Il doit également s'accompagner de la création d'entités organisationnelles qui supervisent les services qui délivrent les permis nécessaires pour le

fonctionnement et l'entretien, contrôlent la qualité des services et fixent les modalités et tarifs des services en fonction des coûts et des revenus.

Déterminés et optimistes, les consommateurs marocains entament cette nouvelle année avec foi en le potentiel de la société marocaine, ainsi qu'en ses institutions sacrées afin de construire un avenir meilleur pour les fils de cette noble patrie.

***Président de la ligue
nationale de protection
des consommateurs au
Maroc**

33 جمعية تشتغل في مجال حماية المستهلك بالمغرب

أغلب شكايات المستهلكين تهم المواد الغذائية وخدمات الهاتف

الرباط: العلم

● من شأن عمل جمعيات حماية المستهلكين أن يساهم في تحسين جودة المنتوجات، وتعزيز تنافسية المقاولات المنتجة. تلك هي الخلاصة الكبرى لليوم الدراسي الذي نظم يوم الجمعة بوزارة التجارة والصناعة والتكنولوجيا الحديثة، بمناسبة اليوم العالمي لحماية المستهلك، تحت شعار «الحركة الاستهلاكية وأنشطة القرب».

وقال عبد الإله فونتير عن الأمانة العامة للحكومة إن جمعيات حماية المستهلكين هي المنظمات الوحيدة في المغرب التي تدافع عن الحقوق الاقتصادية والاجتماعية للمواطنين، معددا وجود 33 جمعية من هذا النوع. وأضاف أن هذه الجمعيات مؤهلة بحكم تخصصها لتصبح فاعلا استراتيجيا في التنمية لأنها ستساهم في تحسين الجودة وتطوير الإنتاجية، من خلال الضغط الذي يمكن أن تمارسه على المنتجين.

بعد أن هذه الجمعيات لا يمكنها أن تحقق نتائج كبيرة إذا لم تتمكن من تطوير البنيات عملها، وفي هذا السياق أكد بريبري، الخبير المغربي في مجال الاستهلاك أنه من الضروري أن تتوفر الجمعيات على بناء مؤسسي قوي، أي على هياكل تنظيمية تتوفر فيها شروط الحداثة، وأنه من الضروري أيضا تعبئة الموارد البشرية والتقنية والمالية من أجل ضمان الفعالية.

وقال إن جمعيات حماية المستهلك يجب أن تستوفي ثلاث مراحل في عملها، أولا هي مرحلة التطوع التي يبدئها أشخاص يتوفرون على شروط الاستقلالية والنزاهة، ثم مرحلة المهنية التي من علاماتها التخصص في مجال الاستهلاك واكتساب مرجعية كفاعل أساسي، ثم الاحترافية التي اعتبرها مرحلة أساسية لضمان استدامة عمل القرب.

ولا تزال حركة حماية المستهلك بالمغرب في بدايتها، وجاءت في وقت تعرف مجموعة من التحولات في سلوك المستهلكين، نتيجة رواج العولمة وانفتاح الأسواق، حيث تم تسجيل ارتفاع هائل في عدد السلع والخدمات المعروضة في السوق مع اختلاف أنواعها ومصادرها، بما في ذلك عدد كبير من السلع المزيفة أو تلك التي لا تحترم معايير الجودة المتعارف عليها.

وفي إطار دعم هذه الحركة قال أحمد الشامي وزير الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة، إنه وعيا بالدور الذي يمكن أن يلعبه المستهلك في الدفع بالتنمية وضمان المنافسة الشريفة في السوق الداخلية، تبنت السلطات العمومية سياسة

للتدخل المندمج قائم على ثلاثة مرتكزات يهدف أولها إلى ضمان حماية قانونية للمستهلكين وتقوية المؤسسات المتدخلة في الموضوع، بينما يتعلق الثاني بتقوية مؤسسات تمثيل المستهلكين، أما الثالث فيسمح بتحسين

الجمعية المغربية للإطار الاستهلاكي والتشريعي
لعمل حركة حماية المستهلك

المواطنين في ما يتعلق بالاستهلاك.

وينتظر المستهلكون والجمعيات التي تمثلهم الأولى في ما يخص الشكايات التي تقدمها المستهلكون للقانونيين، ففي القنيطرة، 70 في المائة من الشكايات تتعلق بمشاكل الهاتف، بينما همت أغلب الشكايات التي توصل بها شباك المستهلك في الصويرة المواد الغذائية، وبلغ مجموع الشكايات 465 شكاية في القنيطرة و186 في الصويرة.

وفي هذا السياق أكد

أحمد الشامي أنه إضافة إلى العمل من أجل إخراج هذا القانون في القريب من أجل تعزيز الترسنة القانونية لحماية المستهلك، سيتم، بدعم من منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة، إنشاء مركز وطني للاستهلاك، يكون

من بين أهدافه وضع نظام للإخبار يمكن من التحذير السريع بخصوص المواد الغذائية التي تشكل خطرا على صحة وسلامة المستهلك، ووضع نظام للتحاليل والتجارب المقارنة، وتطوير وسائل الإخبار وتحسين وتربية المستهلك.

وحسب شهادتين لجمعيتين عاملتين في مجال حماية المستهلك في القنيطرة والصويرة بشأن شباك المستهلك، تحتل المشاكل المتعلقة بالهاتف والمواد الغذائية المراتب الأولى في ما يخص الشكايات التي تقدمها المستهلكون للشكاكين، ففي القنيطرة، 70 في المائة من الشكايات تتعلق بمشاكل الهاتف، بينما همت أغلب الشكايات التي توصل بها شباك المستهلك في الصويرة المواد الغذائية، وبلغ مجموع الشكايات 465 شكاية في القنيطرة و186 في الصويرة.

ويبقى ارتفاع أسعار المواد المختلفة أهم المشاكل التي يواجهها المستهلك حاليا، وهو الشكل الذي أضحي عالمنا نتيجة المتغيرات التي طرأت على الاقتصاد العالمي، إضافة إلى مشاكل أخرى تتعلق ببعض المرافق الإدارية، وبعض التجهيزات الأساسية.

ويوجد حاليا بالمغرب أربع شبائك للمستهلك تشكل وسيلة للتواصل بين المستهلكين وجمعيات حماية المستهلك، فإضافة للقنيطرة والصويرة هناك شبائكان آخران في وجدة والجديدة، إلا أن ما يلاحظ أن بالرغم من العدد المرتفع من الشكايات المتوصل بها فإن نسبة ضئيلة فقط عرغفت طريقها إلى الحل، وهو ما يدعو لتقوية ودعم هذه الشبائك ومدتها بالنبات العمل الضرورية.

ويصعد الحديث عن حماية المستهلك، يذكر أن هناك ثمانية حقوق متعارف عليها في مجموعة من البلدان تتعلق بالمستهلك هي الحق في السلامة والإخبار والإنصاف إليه وتلبية الحاجات الأساسية وجبر الضرر والتعظيم وفي بيئة سليمة.

ولعلنا من المفيد حسب العديد من المحفوظات العمل على جعل المستهلك على دراية بهذه الحقوق، من خلال حملات توعوية خاصة في ظل الاحتياج الواسع الذي يمارسه الإستهلاك، وينصح له التأثير في سلوك المستهلك بل توجيهه في غياب إمكانيات المقاومة. ومن شأن عمليات التحسيس هذه أن تساهم في ترسيخ التصورات الملائمة حول الاستهلاك السليم والصحي والمتوازن.



