الوكالة الوطنية للنشر والإشهار.

د.عيساوي نبيلة محاضرة ب
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

مقدمة:

يعتبر الإشهار في عصرنا هذا من المسائل الضرورية والملحة لكل من يريد تسويق منتجاته والزيادة في أرباح مؤسسته التجارية والإكثار من عملائه وزبائنه.

ويعتبر التطور الاقتصادي والإنتاجي والتقدم العلمي والتكنولوجي من أهم الأسباب التي أدت إلى زيادة الإنتاج وتنوع السلع والخدمات التي أصبحت تعرض في الأسواق, مما خلف حالة من الحيرة والتساؤل لدى المستهلك حول المنتوج الذي يقوم باقتنائه, وهذا ما جعل اغلب المؤسسات الاقتصادية تنتقل من مرحلة الاهتمام بالإنتاج إلى مرحلة الاهتمام بالمستهلك والتعرف على حاجاته ورغباته. ومحاولة التأثير على قراراته الاستهلاكية من خلال الاعتماد على الرسائل الاشهارية والتي أصبحت لامحاله توثر على سلوكاته وقراراته الشرائية.

ويعتبر الإشهار الوسيلة الأساسية والأكثر شيوعا في الترويج للمنتجات والخدمات المقدمة من طرف المؤسسة أو الشركة, فهو السلاح التسويقي الذي تواجه به المؤسسة منافسيها, كما يعد الإشهار نشاط اتصالي واقتصادي يهدف إلى عرض موضوعه والترويج له معتمدا في ذلك على الإقناع وجذب انتباه الجمهور والتأثير فيه.

هذا ويعرف موضوع الإشهار في الجزائر فراغا تشريعيا واضحا, رغم وجود عدة محاولات لملا هذا الفراغ كاقتراح مشروع قانون الإشهار في سنة 1999 والذي انتهى بفشل المصادقة علية, بالاضافة الى مشروع القانون الاشهاري الذي اعدته وزارة حميد قرين في سنة 2015. فنحن لانملك سوى بعض المراسيم كالمرسوم 11/91 و 13/91 والذي نصا على الالتزامات المتعلقة بالاشهارات ,و كذلك بعض المواد التي تطرقت بصفه جزئية للإشهار في القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ولعل موضوع مداخلتي لايمس الأحكام العامه للإشهار وإنما يتحدث عن الوكالة الوطنية للنشر والإشهار وهي المؤسسة العمومية التابعة للقطاع العمومي, التي لعبت دورا أساسيا واحتكاريا في عهد الاقتصاد الموجه باعتبارها الهيئة الوحيدة المتخصصة في مجال الإشهار.

أما اليوم فهي موجودة مع شركات ووكالات اتصالية واشهارية أخرى في ظل الانفتاح الاقتصادي والتوجه الجديد للدولة الجزائرية وانضمامها لاقتصاد السوق, ومع ذلك فان الاحتكار المفروض في هذا الميدان مازال ليومنا هذا, حيث لازالت المؤسسه تحافظ على مكانتها ودورها في مجال الاتصال والاشهار في الجزائر.

لذلك فان الاشكالية التي تثيرها المداخلة تتمثل فيما يلي: ما هو دور الوكالة الوطنية للنشر والاشهار في مجال الاشهار ؟وما مدى احتكارها لهذا المجال في ظل اقتصاد السوق و فتح مجال التعددية الاعلامية و الانفتاح الاقتصادي؟

ان الاجابة على هاته الاشكالية يقتضي منا دراسة النقاط الاتية:

-كيفية تأسيس الوكالة الوطنية للنشر والإشهار.

-التنظيم القانوني للوكالة الوطنية للنشر والاشهار.

-مهام الوكالة الوطنية للنشر والاشهار.

-مدى احتكار الوكالة لعملية الاشهار في الجزائر.

اولا-إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار:

1/ الأمر بإنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار: أنشأت الوكالة الوطنية للنشر والإشهار سنة 1967 بموجب الأمر 67-279 المؤرخ في 19 رمضان 1387 هجري الموافق لـ 20 ديسمبر 1967م[1]، بالإضافة إلى نشر النص الملحق والذي يتضمن القانون الأساسي للشركة الوطنية للنشر والإشهار والذي يحتوي على 28 مادة، وهذا ما أكدته المادة الأولى من الأمر 67-279 والتي تنص على أنه "يصادق على تأسيس الشركة الوطنية المسماة الوكالة الوطنية للنشر والإشهار (و،و،ن،إ) **(A.N.E.P)** والملحق قانونها الأساسي بهذا الأمر" .

كما نصت المادة 02 من نفس الأمر على أنه "تحدد في القانون الأساسي الملحق بهذا الأمر كيفيات تسيير الشركة الوطنية للنشر والإشهار وتنظيمها الإداري والمالي"، ورغم إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بعد الإستقلال ,إلا أن هذا لا يعني أن فكرة الإشهار لم تكن موجودة في الجزائر، بل عرفت منذ فترة الإستعمار الفرنسي، حيث كانت

(1)- أمر 67-279 المؤرخ في 5 يناير 1968 يتضمن احداث شركة وطنية تسمى الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، ج ر 02، سنة 1968.

الإشهارات التجارية مسيرة من طرف الوكالات الكبرى الخاصة وعلى رأسها وكالة "**هافاس**" والتي سيطرت على السياسة الإعلانية في الجزائر وجعلتها سوقا لمنتجاتها[2]، ولكن بعد الإستقلال سنة 1962 صدر المرسوم رقم 63-301 المنظم للإشهار التجاري[3] والذي نص على إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، وفي إطار عمليات تأميم الشركات، كانت شركة "**هافاس**" من بين الشركات المؤممة من طرف الحكومة الجزائرية لتجعلها وكالة وطنية للنشر والإشهار **(A.N.E.P)** بموجب الامر رقم 67-279، ليتم بعد ذلك إعادة تنظيم الوكالة الوطنية بموجب أحكام المرسوم رقم 86-283 [4] الذي ألغى أحكام الأمر رقم 67-279.

2/ تعريف الوكالة الوطنية للنشر والإشهار:

صدر المرسوم التنفيذي رقم 86-83 المؤرخ في 02 ديسمبر 1986 والذي يتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والذي نص في مادته الأولى على أنه "يعاد تنظيم الشركة الوطنية المسماة **الوكالة الوطنية للنشر والإشهار** المحدثة بالأمر 67-279 المؤرخ في 20-12-1967 طبقا لهذا القانون الأساسي".

أما المادة الثانية منه فقد عرفت الوكالة كالآتي "الوكالة الوطنية للنشر والإشهار مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصيغة اجتماعية وثقافية، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي"[5]

هذا وتوضع الوكالة تحت وصايا وزير الإعلام ويكون مقرها في مدينة الجزائر، ويمكن نقل مقرها إلى أي مكان آخر من التراب الوطني بمرسوم يصدر بناءا على اقتراح من وزير الإعلام .ويدير المؤسسة مدير عام يساعده مجلس استشاري له اختصاصات محددة، ويعين المدير العام بموجب مرسوم يصدر بناءا على اقتراح من وزير الإعلام.

ثانيا- مهام الوكالة الوطنية للنشر والإشهار:

([2])- قندوري فتيحة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، الجزائر، 2000-2001، ص 16.

([3])- المرسوم 63-301 المؤرخ في 1963/08/14 النظم للإشهار التجاري، ج ر العدد 59، سنة1963.

([4])- المرسوم 86-283 المؤرخ في 1986/12/02 المتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، ج ر العدد 49، سنة 1986.

([5])- نصت المادة 01 من الأمر 67-279 المتضمن احداث الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 86-83 المتضمن إعادة تنظيم هذه الوكالة على أن الوكالة الوطنية للنشر والإشهار هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، وتكون تحت وصاية وزير الأنباء. وتعتبر الشركة تجارية في علاقاتها مع الغير، وتمسك محاسبتها على الطريقة التجارية، ويعتبر مقر المؤسسة في الجزائر العاصمة.

تضطلع الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بالكثير من المهام التي حددها المرسوم التنفيذي رقم 86-286 وذلك في إطار احتكار الإشهار الذي أسندته الدولة إليها[6]، حيث تتولى مهمة الخدمة العمومية والتي تتمثل فيما يلي:

- تتولى الاعلام عن طريق توزيع منشورات أو أي وثيقة أو سند دعائي يخصصان لرفع شأن الانتاج الوطني في الجزائر وخارجها وترويجه.
- تنجز بالاتصال مع المتعاملين المعنيين انتاج البيانات الاشهارية السمعية البصرية في الجزائر وخارجها، وتوزعها.
- تنجز دراسات ومشاريع ذات طابع اشهاري لتشجيع تبليغ الاعلام وانتقاله بقين المتعاملين المواطنين وبين منتجي المواد والخدمات والمستهلكين.
- تقوم بجميع العمليات والأنشطة الاعلامية التي تساهم في التعرف على الانتاج الوطني بالخارج في جميع الميادين، أحسن التعرف.
- تقوم بجميع العمليات والأنشطة ذات الطابع الاشهاري الصادر من الخارج قصد توزيعه في الجزائر.
- تطور روابط التعاون مع وكالات الاشهار الاجنبية.
- تنتج جميع السنائد الدعائية المخصصة للإشهار الضوئي وتقوم بتهيئة المساحات الإشهارية وتجميلها وزخرفتها، وتنجزها وتسيرها.
- تسير اعمال الانتاج والتوزيع الاشهاريين وجميع الانشطة الاعلامية الاخرى,المرتبطة بهدفها,وتستغلها وتطورها.
- تدرس وتقترح دراسات ونصائح في مجال العمل والحملات الاشهارية في الجزائر وخارجها.
- تشير على المتعاملين المواطنين العموميين او الخواص و تساعدهم وتتولى بناء على طلبهم تسيير ميزانيتهم الاشهارية.
- تسير بالاتصال مع الجماعات المحلية وكل هيئة أخرى معنية جميع المأطورات الحضرية المخصصة للإعلان الإشهاري الضوئي في الملاعب الرياضة والمساحات الأخرى، القارة منها والمتحركة، وتصونها وتنشطها وتطورها.

([6])- أمر رقم 68-78 المؤرخ في 26 ابريل 1968 والذي يتضمن تأسيس احتكار الإشهار التجاري، ج ر العدد 34، سنة 1968.

- الأمر رقم 71- 69 المؤرخ في 19 أكتوبر 1971 والذي يتضمن تأسيس الإحتكار الخاص بالإشهار التجاري، ج ر العدد 34، سنة 1971.

- تشارك في نشر الإشهار بمناسبة عقد الأسواق المعرضية والمعارض وغير ذلك من التظاهرات الترويجية، سواء في الجزائر أو في الخارج.
- تنتج في شكل أي سند دعائي كل إشهار يهم المواد المستوردة والخدمات التي تؤديها مؤسسات أجنبية وتنشر ذلك.
- تساهم في التعريف بالسياسة الوطنية لتنمية البلاد وكذلك بإنجازاتها في جميع الميادين، وتقوم بالأعمال الإعلامية الإشهارية في الجزائر وخارجها.
- تسهر، بالتعاون مع المؤسسات والسلطات المعنية، على تطبيق النصوص التي تنظم الإشهار في الجزائر، وتشارك في عملية مراقبة النوعية والتحقق من مدى صدقها.
- تنظم جميع الملتقيات والندوات وغير ذلك من اللقاءات التي تتعلق بترويج الانتاج الوطني الذي لا علاقة بهدفها.

هذا وتخول الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، طبقا للتنظيم المعمول به، أن تبرم مع أية إدارة أو هيئة عمومية أو خصوصية وطنية أو أجنبية، الاتفاقيات والعقود اللازمة لتحقيق المهام المرتبطة بهدفها.

كما تخول المؤسسة، لتحقيق أهدافها وأداء مهمتها، القيام بما يأتي:

1- تسخر زيادة على ما ذكر في حدود اختصاصاتها وطبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية جميع الوسائل العقارية وغير العقارية والصناعية والمالية والتجارية لإنجاز الأهداف المسطرة لها في قانونها الأساسي وفي مخططات التنمية وبرامجها.

2- تقترض في الحدود المسموح بها وطبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية لدعم وسائلها المالية اللازمة لأداء مهمتها وتحقيق الأهداف المحددة في إطار مخططات التنمية وبرامجها.

3- تقوم بالعمليات التجارية والعقارية وغير العقارية والصناعية والمالية المتعلقة بهدفها والتي من شأنها أن تساعد على توسعها في حدود اختصاصاتها، وذلك في إطار التنظيم المعمول به.

ثالثا- تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار:

تتكون الوكالة الوطنية للنشر والإشهار على العديد من الهياكل والتي تتمثل فيما يلي:

1- مدير عام:

يدير المؤسسة مدير عام يساعده مجلس استشاري تحدد اختصاصاته وتكوينه وعمله وفقا للمرسوم المنظم للوكالة الوطنية للنشر والاشهار,ويعين بمرسوم يصدر بناء على اقتراح وزير الاعلام، وتنهي مهامه بالطريقة نفسها.

و يسهر المدير العام على تحسين نوعية البرامج المحددة للمؤسسة تحسينا دائما، وعلى احترام اختيارات البلد، ومراعاة المقاييس المهنية وقواعد واجباتها.

وفي هذا الاطار يقوم بما يأتي[7]:

- يطبق توجيهات السلطة الوصية.
- يمثل المؤسسة في جميع أعمال الحياة المدنية.
- يتولى التسيير الإداري والتقني والمالي في المؤسسة.
- يعد سلالم البرامج ويسهر على تحقيقها.
- يمارس السلطة السلمية على جميع مستخدمي المؤسسة.
- يعد مشروع الميزانية.
- يسهر على احترام النظام الداخلي.
- يلتزم بالنفقات ويأمر بصرفها.

و يساعد المدير العام مدير عام مساعد[8],الذي يعين بقرار من وزير الإعلام بناء على اقتراح المدير العام,وتنهي مهامه حسب الطريقة نفسها.

2- المجلس الاستشاري:

- * يتكون المجلس الاستشاري من:
- وزير الإعلام أو ممثله، رئيسا.
- ممثل لرئاسة الجمهورية.
- ممثل لحزب جبهة التحرير الوطني[9].
- ممثل لوزير الشؤون الخارجية.
- ممثل لوزير الدفاع الوطني.
- ممثل لوزير الداخلية والجماعات المحلية.

[7] المادة 10 من المرسوم86-283 المتضمن اعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر و الاشهار.

[8] المادة 11 من نفس المرسوم.

[9] صدر المرسوم في ظل نظام اشتراكي تتبعه الدولة الجزائرية وهو ما يفسر وجود ممثل عن حزب جبهة التحرير الوطني.

- ممثل لوزير المالية.
- ممثل لوزير التخطيط.
- المديرين المعنيين في وزارة الإعلام.
- ممثلين اثنين للصحافة المكتوبة وممثلين اثنين للصحافة المرئية والمسموعة تعينهم السلطة الوصية من بين مديري أجهزة الإعلام.
- – ممثل عمال المؤسسة.
- – المدير العام للمؤسسة.

ويمكن للمجلس الاستشاري أن يستعين بأي شخص يرى فائدة في حضوره لدراسة النقاط المسجلة في جدول أعمال المجلس بسبب كفاءته.[10]

ويعين وزير الإعلام بقرار أعضاء المجلس الاستشاري لمدة (3) سنوات بناء على اقتراح السلطات التي ينتمون إليها، وتنتهي عضوية الاعضاء بانتهاء هذه الوظائف، وإذا ما انقطعت عضوية أحد الأعضاء يعين خلف له حسب الأشكال نفسها، ويكمل هذا مدة عضوية سلفه حتى انتهائها.[11]

ويجب أن تكون لممثلي الوزارات في المجلس الاستشاري رتبة مدير في الإدارة المركزية على الأقل.

هذا ويجتمع المجلس الاستشاري في دورة عادية مرتين في السنة بناء على استدعاء من رئيسه الذي يحدد جدول أعمال الاجتماعات.

وترسل الاستدعاءات مصحوبة بجدول الأعمال قبل خمسة عشر (15) يوما على الأقل من تاريخ الاجتماع، إلا في الحالات الاستعجالية.

ويمكن للمجلس أن يجتمع في دورة غير عادية بمبادرة من رئيسه.

ولا تصح مداولات المجلس الاستشاري إلا إذا حضر ثلثا ($^2/_3$) أعضائه، وإذا لم يبلغ النصاب يعقد اجتماع جديد في ظرف ثمانية (8) أيام، وحينئذ تصح مداولات المجلس مهما كان عدد أعضائه الحاضرين.[12]

[10] المادة 15 من المرسوم 86-283 المتضمن اعادة تنظيم الوكالة الوطنية للاشهار.
[11] المادة 16 من نفس المرسوم.
[12] المادة 19 من المرسوم السابق الذكر.

وتتخذ قرارات المجلس الاستشاري بالأغلبية البسيطة، وفي حالة تعادل الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا,وتدون مداولات المجلس الاستشاري في محاضر ثم تسجل في دفتر خاص,و تتولى مصالح المؤسسة كتابة المجلس الاستشاري.

وتنظم المؤسسة في مديريات ووحدات ووكالات، ويبين وزير الإعلام بقرار التنظيم الداخلي للمؤسسة ووحداتها وكذلك اختصاصات كل مديرية، وعدد الوحدات ومقارها[13].

***مهام المجلس الاستشاري:**

ينظر المجلس الاستشاري في كل قضية ترتبط بأعمال المؤسسة، وبهذه الصفة يقوم بما يأتي:

- يدرس الخطوط العريضة لبرامج النشاط السنوية في المؤسسة.
- يبدي رأيه في آفاق تنمية المؤسسة ومشاريع توسيع أعمالها وكذلك في مشاريع مخططات الاستثمارات وبرامجها.
- يدرس تقرير النشاط السنوي وحساب الاستغلال العام في المؤسسة.
- يبدي رأيه في طلبات الإعانة المالية التي تقدمها المؤسسة.
- يدرس ويقترح جميع التدابير الرامية إلى تحسين سير المؤسسة والمساعدة على تحقيق أهدافها.

3- لجنة التنسيق التقنية:

تزود الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بلجنة تنسيق تقنية, يرأسها المدير العام للمؤسسة – الوكالة–,وتضم هذه اللجنة المديرين العامين لمؤسسات الإعلام في الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية، وممثلي القطاعات المعنية,ويبين وزير الإعلام بقرار تشكيل لجنة التنسيق التقنية وكذلك أسماء أعضائها[14].

ويجب أن يكون لأعضاء لجنة التنسيق التقنية الذين يمثلون الوزارات والقطاعات المعنية رتبة مدير على الأقل,,وتجتمع اللجنة التقنية مرة كل ثلاثة (3) أشهر في دورة عادية,ويمكنها أن تجتمع في دورة غير عادية بناء على طلب من رئيسها.

هذا وتعد لجنة التقنية نظامها الداخلي وتصادق عليه وتقدمه للسلطة الوصية كي توافق عليه.

***مهام اللجنة:**

[13]القرار المؤرخ في 24 يناير 1987 ويتضمن التنظيم الداخلي في الوكالة الوطنية للنشر والاشهار,.سنة 1987.

[14]قرار مؤرخ في 13 مارس 1988 يتضمن تشكيل لجنة التنيسق التقنية للوكالة الوطنية للنشر والاشهار.

تتولى هذه اللجنة دراسة,وتحديد شروط انسجام البرامج والأعمال الإعلامية ذات الطابع الإشهاري وكيفياتها وتنسيقها بين أجهزة الإعلام من جهة، والمتعاملين المعنيين من جهة أخرى، وذلك في إطار تحقيق مخططات أعمال المؤسسة وبرامجها.

- تسهر على نوعية الإعلام الإشهاري وصدقه وعلى احترام مقاييس الواجبات المهنية وقواعدها.
- تسهر على احترام التنظيم في هذا المجال، وتشارك في إعداد مقترحات ترمي إلى تحسين نشاط الإشهار والتنظيم المتعلق به.
- تقوم العمل الإشهاري لتقدير كثافته وأثره، وتقترح التدابير المخصصة لرفع شأنه وتطويره.

رابعا: احتكار الدولة للإشهار التجاري:

إن أهم ميزة تتمتع بها المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار هي كونها شركة كانت ولازالت تابعة للقطاع العمومي، وسواء كانت الوحيدة في مجال الإشهار في عهد نظام الإقتصاد الاشتراكي (الموجه)، أو كونها اليوم موجودة مع شركات ووكالات إشهارية أخرى، إلا أن إحتكار الدولة لهذا الميدان لا يزال موجودا وبارزا، حيث تحافظ المؤسسة على مكانتها ودورها في مجال الاتصال والإشهار، وذلك بتمتعها بامتيازات كثيرة في هذا المجال من خلال الانفراد بتنظيم الإشهار بين الصحافة العمومية والخاصة وبين المتعاملين الإقتصاديين، بالإضافة إلى تنظيمها للعديد من التظاهرات الثقافية والرياضية والجهوية، وكذلك تنظيم الإشهار الخارجي واحتكاره.

ويثير احتكار الوكالة الوطنية للنشر والإشهار لما يقارب 65% من السوق الكثير من الجدل، خاصة في الآونة الأخيرة بسبب الأزمة الكبيرة التي تمر بها وسائل الإعلام الجزائرية والتي تتهم في كل مرة الوكالة بالتلاعب في توزيع الإشهار العمومي واستخدامه للضغط على الصحف والتضييق على حرية التعبير، وخاصة في ظل غياب قانون خاص بالإشهار[15] ينظم هذه السوق، فالوكالة الوطنية للنشر والإشهار تحتكر كل ما يتعلق بالإشهار العمومي أو الحكومي، حيث يمنع على جميع المؤسسات العمومية نشر الإشهار في الصحف من دون المرور عبر الوكالة التي تتكفل بتوزيع الاعلانات على المتعاملين، هذا التوزيع يخضع حسب أصحاب المؤسسات الإعلامية إلى مدى ولاء هذه

([15])- تم تعليق مشروع قانون1999 المتعلق بالإشهار، حيث لم يرى النور الى يومنا هذا.

المؤسسات للنظام وسياساتها التحريرية[16] مما أدى بهذه الصحف إلى الإعتماد على الإشهار من القطاع الخاص[17].

ويرى الكثير من الصحفيين [18] إن سوق الإشهار في الجزائر غير منظمة وإنها تغرق منذ سنوات في فوضى عارمة في ظل غياب قانون ينظم الإشهار في الجزائر، بالإضافة إلى الشبهات التي تقوم حول الوكالة الوطنية للنشر.

وللتذكير فإن وزارة الاتصال غير معنية بتوزيع الاعلانات الإشهارية على الصحف، وتختص بهذه المهام الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والتي تقوم بالتوزيع على أساس معايير قانونية منها: احترام أخلاقيات الصحافة ومؤسسات الدولة وهي معايير لا علاقة لها بمستوى السحب، بالإضافة إلى معايير المهنة الاحترافية كالابتعاد عن التشهير والابتزاز والدقة في نشر المعلومات.

هذا ولقد سبق وفند الكثير من الوزراء منهم وزير الإتصال قريني الادعاءات والاتهامات التي طالت الوكالة العمومية للنشر, حيث صرحت وزارة الإتصال أن 90% من الإشهار الذي توزعه الوكالة الوطنية للإشهار تستفيد منه الصحف الخاصة، فيما تستفيد الصحف العمومية لنسبة أقل من 10% من إشهار الوكالة.

كما أوضح السيد العربي بوينون[19]مستشار الرئيس المدير العام للوكالة (A.N.E.P) أن الوكالة تسير فقط الإشهار العمومي الذي يقدر بنسبة من 19 إلى 24 % من السوق الجزائرية وأن 80 % منه يتحكم فيه الخواص[20].

الخاتمة.

([16])- يسطر على سوق الإشهار في الجزائر متعاملوا الهاتف النقال باعتبارهم أكبر المعلنين إلى جانب قطاع السيارات وقطاع الأغذية واللذان يشهدان تطورا من حيث نسبة الاعلانات في الصحافة المكتوبة والمرئية والمسموعة.

([17])- بعض الصحف أغلقت بعدما منع عنها الاشهار العمومي، وبعض الصحف استمرت بسبب نسبة المقروئية المرتفعة، بالاضافة إلى تراجع حجم الإشهار.

([18])- مثل الصحافي الجزائري والباحث في العلوم السياسية جلال ناد في مقابلة مع "العربي الجديد" صحيفة.

([19])-**في حوار مع القناة الإذاعية الأولى في حصة ضيف بتاريخ 2016/05/03.**

يقدر الخبراء سوق الإشهار عموما في الجزائر بحوالي 30 مليار دينار أو ما يعادل 273 مليون دولار فيما قدرتها وزارة الاتصال في سنة 2015 بحوالي 20 مليار دينار. وقد عرف القطاع ما بين 2010 و 2015 نموا، مع تعدد العاملين النشطين فيه، حيث يضم السوق الإشهاري 2282 متعامل خاص منها 1215 شخصية معنوية و1067 شخصية مادية، يضاف إليهم 2256 وكالة اتصال خاصة منها 1336 شخص معنوي و 920 شخص طبيعي.وانتقل رقم أعمال نشاط الإشهار في الجزائر من 12.9 مليار دينار في 2008 إلى حوالي 30 مليار دينار في 2015.[20].

لا يظهر تخلص القطاع العام من احتكار الأنشطة الإشهارية، من خلال الوكالة الوطنية للنشر والإشهار حتى وإن خلا النص الجديد (مشروع قانون متعلق بالاشهار) من أي إشارة إلى قبضة مفترضة للوكالة الحكومية التي تأسست عام 1967، وما زالت تعمل بمنطق الاقتصاد الموجه. ورغم تبني ما يسمى بالانفتاح، وبروز المئات من الوكالات الإشهارية الخاصة، إلا أن هيمنة الوكالة الحكومية على سوق تدر الملايير يوميا، ما زالت سمة بارزة في قطاع يفترض أن يخضع لمنطق المنافسة.

وحاليا، لم يعد المعلنون الخواص يعانون فقط من التوجيه في الإشهار، ولكن من محاولات فرض خيارات محددة سياسيا بالنسبة للجهة التي ينبغي أن يوجه إليها إعلانهم، والجهة غير المرغوبة في ذلك.

ويعد مشروع قانون الإشهار المقترح من طرف وزير الإعلام الأسبق، عبد العزيز رحابي، الوحيد الذي حاول إحداث طفرة في موازين سوق الإشهار، وكان ذلك عام 1999، لكن تم تجميده على مستوى مجلس الأمة، بعدما حظي بمصادقة بالإجماع بالغرفة السفلى، ليحال على اللجنة متساوية الأعضاء، ولم تعرف له وجهة إلى اليوم.

وكان مشروع القانون يستهدف رفع الاحتكار عن الإشهار ومراعاة حق المعلن في اختيار الطريق والوسائل التي يرغب بث إشهاراته بواسطتها، والسماح بتأسيس شركات أو وكالات في شكل تجاري.

-التوصيات:

-ضرورة أن ترفع الدولة يدها عن السوق الاشهار، والإلقاء به في ساحة المنافسة الطبيعية،

-ضمان حرية المعلن في الجهة التي تحتضن إعلانه، دون حسابات مسبقة.

-ضرورة اعادة تنظيم النص القانوني الذي ينظم الوكالة الوطنية للنشر والاشهار .

-ضرورة الغاء كل المراسيم التي تكرس احتكار الوكالة الوطنية للنشر والاشهار للاشهار في القطاع العمومي.

قائمة المراجع:

-القوانين

-القانون 09-03المؤرخ في 25 فبراير2009 و المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش,ج ر العدد15,سنة2009.

-القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمعدل بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15اوت 2010 ,ج ر عدد46,سنة2010.

-القانون 08-12 المؤرخ 20 يوليو 2008 المتعلق بالمنافسة ,سنة2008.

***الاوامر**

-الامر 67-279 المؤرخ في 5 يناير 1968 يتضمن احداث شركة وطنية تسمى الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، ج ر 02، سنة 1968.

-الأمر رقم 68-78 المؤرخ في 26 ابريل 1968 والذي يتضمن تأسيس احتكار الإشهار التجاري، ج ر العدد 34، سنة 1968.

- الأمر رقم 71- 69 المؤرخ في 19 أكتوبر 1971 والذي يتضمن تأسيس الإحتكار الخاص بالإشهار التجاري، ج ر العدد 34، سنة 1971.

***المراسيم:**

- المرسوم 63-301 المؤرخ في 1963/08/14 المنظم للإشهار التجاري، ج ر العدد 59، سنة1963.

-المرسوم 86-283 المؤرخ في 1986/12/02 المتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، ج ر العدد 49، سنة 1986.

-المرسوم التنفيذي 74-76 المؤرخ في 3 ابريل 1974 يتضمن تعريب الاعلانات الخاصة بالاشهار التجاري,ج ر عدد29.

***القرارات:**

-القرار المؤرخ في 24 يناير 1987 ويتضمن التنظيم الداخلي في الوكالة الوطنية للنشر والاشهار,.سنة 1987.

-القرار المؤرخ في 13 مارس 1988 يتضمن تشكيل لجنة التنيسق التقنية للوكالة الوطنية للنشر والاشهار,سنة1988.

***مذكرات التخرج:**

- قندوري فتيحة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، الجزائر، 2000-2001.

-ملال نوال ,جريمة الاشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن,مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص,جامعة وهران,2012-2013