الجمهورية الجزائرية الديمقراطية والشعبية
وزارة التجارة

نشرية
وزارة التجارة

العدد السادس

وزارة التجارة
المسار التاريخي والمهمات الأساسية

تعمل الجزائر على تطوير إقتصادها من خلال تحسين منتوجاتها والرفع من مستوى الصادرات والتحكم في مستوى الواردات، كما تسعى إلى تطوير علاقاتها الاقتصادية الخارجية والداخلية.

وتعتبر وزارة التجارة الهيئة الحكومية المكلفة بكافة المعاملات الاقتصادية والإجراءات الخاصة بالتجارة داخليا أو على المستوى الخارجي وتختلف مهامها حسب هيئاتها الإدارية.

نبذة تاريخية عن وزارة التجارة

تكونت وزارة التجارة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94/207 المؤرخ في 16 يوليو 1994، بعدما كانت تحت وصاية وزارة الإقتصاد قبل أن يتم التعديل رقم 90/189 المؤرخ في 13 يونيو1990 وبه كانت وزارة التجارة تعمل على تسيير شؤونها ومصالحها.

ومنذ سنة 1963 بدأت التحولات تطرأ عليها نستعرضها فيما يلي في تلخيص تسلسلي تاريخي يبين تلك التحولات التي جرت عليها منذ الإستقلال إلى غاية يومنا هذا :

- من سنة 1963 إلى 1965 أصبحت وزارة التجارة تحت إسم وزارة الإقتصاد وهذه الأخيرة تضم كل من : وزارة المالية ، وزارة التجارة ، وزارة الصناعة وكانت الوزارة آنذاك تحت إشراف السيد بشير بومعزة – رحمه الله –؛
- من سنة 1965 الى 1990 تحولت وزارة الإقتصاد إلى وزارة التجارة؛
- من سنة 1990 إلى 1994 عادت وزارة التجارة إلى تسميتها الأولى وزارة الإقتصاد وتحتوي هذه الأخيرة على هيئتين وزاريتين (الوزير المنتدب المكلف بالتجارة بالإضافة إلى الوزير المنتدب المكلف بالخزينة)؛
- من سنة 1994 إلى سنة 2000 تحولت وزارة الإقتصاد إلى وزارة التجارة ؛
- من سنة 2000 إلى 2009 بقيت الوزارة محتفظة بتسمية وزارة التجارة، وهي اليوم تحت إشراف وزير التجارة السيد مصطفى بن بادة .

عرض الهيكل التنظيمي

الإدارة المركزية ومديريات التجارة : طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 02 - 454 المؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق لـ 21 ديسمبر 2002 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة.

المادة الأولى : تشمل الإدارة المركزية في وزارة التجارة الموضوعة تحت سلطة الوزير على النحو الآتي :

الأمين العام : ويساعده مديران (إثنين) دراسات ويلحق به المكتب الوزاري للأمن الداخلي في المؤسسة ومكتب البريد.

رئيس الديوان : ويساعده ثمانية (08) مكلفين بدراسات والتلخيص وأربعة (04) ملحقين بالديوان .

المفتشية العامة : يحدد إحداثها وتنظيمها وعملها بمرسوم تنفيذي – الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 85، الصادر في 18 شوال 1428، الموافق لـ 22 ديسمبر 2002، ص 13 .

المادة الثانية : المديرية العامة للتجارة الخارجية

المادة الثالثة : المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

المادة الرابعة : المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش

المادة الخامسة : مديرية الموارد البشرية والتقنيات الحديثة للإعلام الآلي

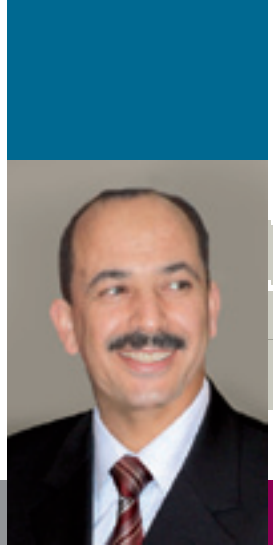
المادة السادسة : مديرية المالية والوسائل العامة

ومن خلال ما تم عرضه نصل إلى أن وزارة التجارة تعتبر من الهيئات الهامة التي تعمل على دفع عملية النمو الاقتصادية إلى الأمام والسهر على إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي.

الفهرس

الصفحة

إفتتاحية العدد : رهان كسب المصداقية في السوق وإحداث التوازن	05
واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال على مستوى قطاع التجارة	07
عصرنة قطاع التجارة من خلال السجل التجاري الالكتروني	09
دور المخبر الوطني للتجارب LNE في تعزيز نظام حماية المستهلك	12
انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة	14
دور ألجاكس : ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر	16
الإطار القانوني الخاص بإنجاز وتسيير الفضاءات التجارية	19
تحقيقات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش : تأثير الحرارة على زيوت القلي	21
الشركة الجزائرية للمعارض و التصدير	24



بقلم معالي وزير التجارة
السيد مصطفى بن بادة

رهان كسب المصداقية في السوق وإحداث التوازن

عرف قطاع التجارة في سنة 2013 قفزة نوعية على مستويات متعددة ،من خلال رعاية الاولويات الملحة التي فرضها واقع السوق التجارية والاقتصادية الوطنية وتطلعات المتدخلين في القطاع من اجل الارتقاء بمستوى الحياة التجارية في الجزائر الى سقف المعايير العالمية وانماط التسيير العصرية على المستوى التنظيمي والتشريعي وكذا على مستوى ترقية الممارسة الادارية والاتصالية داخل مصالح وزارة التجارة وفروعها المحلية .

ذلك ان رهان التنافسية والنزاهة والشفافية والتحضير لولوج الجزائر الى السوق العالمية ،اقتضى مراجعة المنظومة القانونية والتشريعية بغرض تأهيل المؤسسة الاقتصادية الوطنية لحضور اكثر فعالية في السوق ،وضمان التموين المنتظم له بما يحافظ على القدرة الشرائية للمواطن من جهة ،وتعزيز وسائل الرقابة الاقتصادية وتنويعها من جهة اخرى ،بما يحفظ صحة وسلامة وأمن المواطن ،وجودة المنتوجات التي تقتنيها العائلة الجزائرية ،لاسيما المواد الواسعة الاستهلاك .

وفي اطار الاقتراب من نقطة التوازن بين السوق والمستهلك والسلطات العمومية ،عملت وزارة التجارة على اطلاق سلسلة من المشاورات والحوارات مع الفاعلين على مستوى كل المؤسسات ذات العلاقة بتحسين وتطوير الاداء ،يتعلق الامر بماموري السجل التجاري وكذا مسؤولي مخابر مراقبة النوعية و مسيري اسواق الجملة للخضر والفواكه،ومختلف الشركاء الاجتماعيين من اتحاد التجار والحرفيين الى جمعيات حماية المستهلك والمتعاملين

الاقتصاديين ،كل ذلك من تعميم المنظومة القانونية الجديدة التي تسير القطاع سواء يتعلق الامر خاصة بمراجعة قانون الممارسات التجارية وكذا تعديل المرسوم التنفيذي المتعلق بكيفيات انجاز وتسيير الفضاءات التجارية (12/111) الذي يعتبر الدليل العملي الميداني لتحسين اداء الاسواق ومراقبة مسار المنتوجات ومنح هذه الفضاءات القاعدة الوظيفية والتنظيمية التي يمكن أن تضمن التنظيم الحسن لها، ووضع إطار تنظيمي موحد يسيّر بطريقة ملائمة و متناسقة عبر كامل التراب الوطني، لهذه الفضاءات وكذا تدخل المتعاملين فيها؛وتحديد كيفيات سير و إستغلال أسواق الجملة وتوضيح العلاقات التي تربط الإدارة المسيّرة بمستعملي السوق؛فضلا على تحديد المعايير التي تحكم إنشاء أسواق الجملة للخضر والفواكه.

ومن جهة اخرى وبغرض تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين سكان الشمال والجنوب فقد عرف صندوق تعويض النقل بالجنوب(يضمن تعويض 25 مادة حيوية وضرورية منها ماهو موجه للاستهلاك ومنها ماهو موجه للبناء) زيادة محسوسة في حجم الميزانية المرصودة لهذا الغرض .

كما تعرف مفاوضات الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة أفقا ايجابيا من خلال استكمال ملف الانضمام وإرسال الاجابات على اسئلة الاطراف المعنية اثناء انعقاد الجولة 11 للمفاوضات.

إن رهان رفع مستوى المعرفة بعالم التجارة كمعايير تقود نحو التنافسية وولوج الاسواق العالمية وحماية المنتوج الوطني في ظل رؤية واضحة لطبيعة العلاقات بين المتدخلين في السوق الوطنية والوعي المتجدد بحجم التحديات التي تواجه الجزائر، سيما ونحن على مشارف الانفتاح الواسع لسوقنا على العالم سواء في اطار الاتفاقيات الثنائية او في اطار مناطق التبادل الحر العربية والاوروبية ،وهي مرحلة تتطلب حرص ووعي كبيرين لاسيما من الفواعل الاساسية في السوق.

بقلم معالي الوزير
مصطفى بن بادة

واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال على مستوى قطاع التجارة

في إطار ترقية استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، قامت وزارة التجارة بإعداد استراتيجية تعتمد على ثلاثة (3) محاور هامة تساعدها على تطوير و تحسين الخدمات التي من الواجب توفيرها إلى المستعملين من موظفيي القطاع بصفة خاصة و كذا مختلف الشرائح من مواطنين، مستهلكين و متعاملين اقتصاديين بصفة عامة.

تخص هذه المحاور مايلي:

- إنشاء البنية التحتية التي تمكن من ربط الإدارة المركزية عبر شبكة انترانت (Intranet) مع المصالح الخارجية؛
- وضع الوسائل التقنية التي تمكن إيصال المعلومة في حينها؛
- وضع تحت الخط مواقع الواب لفائدة المصالح الخارجية؛

شملت هذه الإستراتيجية عصرنة قطاع التجارة بما فيها الإدارة المركزية، المصالح الخارجية و كذا المصالح التابعة للوزارة.

I- عصرنة الإعلام الآلي على مستوى الإدارة المركزية :

قصد تحسين الخدمات على مستوى مصالح الإدارة المركزية، قامت وزارة التجارة بانجاز عدة عمليات نذكر منها:

- إنشاء مركز لمعالجة المعلومات وتزويده بوسائل حديثة من موزعين وأجهزة الأمن الالكتروني؛
- ربط عبر شبكة الانترانت الإدارة المركزية مع مصالحها الخارجية؛
- إيواء التطبيقات المتعلقة بميدان التجارة، قاعدة بيانات النصوص القانونية و قاعدة بيانات المتعاملين الاقتصاديين؛
- تحديث أجهزة الحاسوب و تعميم استعمالها على اكبر عدد ممكن من الموظفين؛
- وضع تحت تصرف الموظفين موقع داخلي لنشر المعلومات الخاصة بهم (رزمانة المداومة، استمارات، دليل مصالح إدارة التجارة).
- نشر المعلومات و الأحداث المتعلقة بقطاع التجارة عبر موقع الواب لفائدة المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين.

II- عصرنة الإعلام الآلي على مستوى المصالح الخارجية

قامت وزارة التجارة بإنشاء في مرحلة أولى (60) شبكة على مستوى المديريات الجهوية و الولائية للتجارة بغرض ربط مصالح الإدارة المركزية مع المصالح الخارجية.

مكنت هذه الشبكات المحلية مصالح مديرية الولائية للتجارة العمل فيما بينها بصفة مشتركة و الاتصال مع الإدارة المركزية و كذا

المتعاملين الاقتصاديين و المستهلكين.
وفي سياق أخر، وقصد تحسين الاتصال مع كل شرائح المجتمع وتقريب الإدارة من كل المواطنين، المستهلكين بصفة خاصة وكذا المتعاملين الاقتصاديين بصفة عامة، أعدت وزارة التجارة برنامجا طموحا يتمثل في إنشاء مواقع الواب لفائدة كل المديريات الجهوية والولائية للتجارة. تجدر الإشارة أن إنشاء هذه المواقع جاء تطبيقا عن التعليمات التي أعطاها وزير التجارة في اللقاء التقييمي الذي انعقد يوم 26 جانفي 2013 بمقر الشركة الجزائرية للمعارض و التصدير (SAFEX) والذي خصص لتقييم نشاط المصالح الخارجية.
وفي هذا الإطار، أنجز إلى غاية شهر سبتمبر 201340 موقع واب منها 7 مواقع خاصة بـ 7 مديريات جهوية و 33 موقع خاص بالمديريات الولائية، والعملية مستمرة لتعميمها على مستوى باقي المصالح الخارجية التي لا تتوفر حاليا على موقع واب.

للإشارة ورغم حداثه هذه العملية التي تطلب تكييف المصالح الخارجية مع الوسائل التقنية التي تم إدراجها، إلا أنه لوحظ و برضا كبير على مستوى بعض المديريات التكفل عبر مواقعها بخدمات نذكر منها :
– إنشاء موقع خاص بالمستهلك الصغير لفائدة الأطفال المتمدرسين وتلاميذ مستوى طور المتوسط والثانوي؛
– نشر بلاغات لفائدة طالبي التوظيف على المستوى المحلي و ومواعيد إجراء اللقاءات التقييمية؛
– نشر بلاغات لفائدة المتعاملين الاقتصاديين المحليين؛
– نشر نصائح وإرشادات لفائدة المستهلكين عبر الوسائل السمعية البصرية؛
– وضع تحت تصرف مستعملي المواقع المحلية فضاءات للتواصل وإدلاء المقترحات والشكاوي المتعلقة بهم .

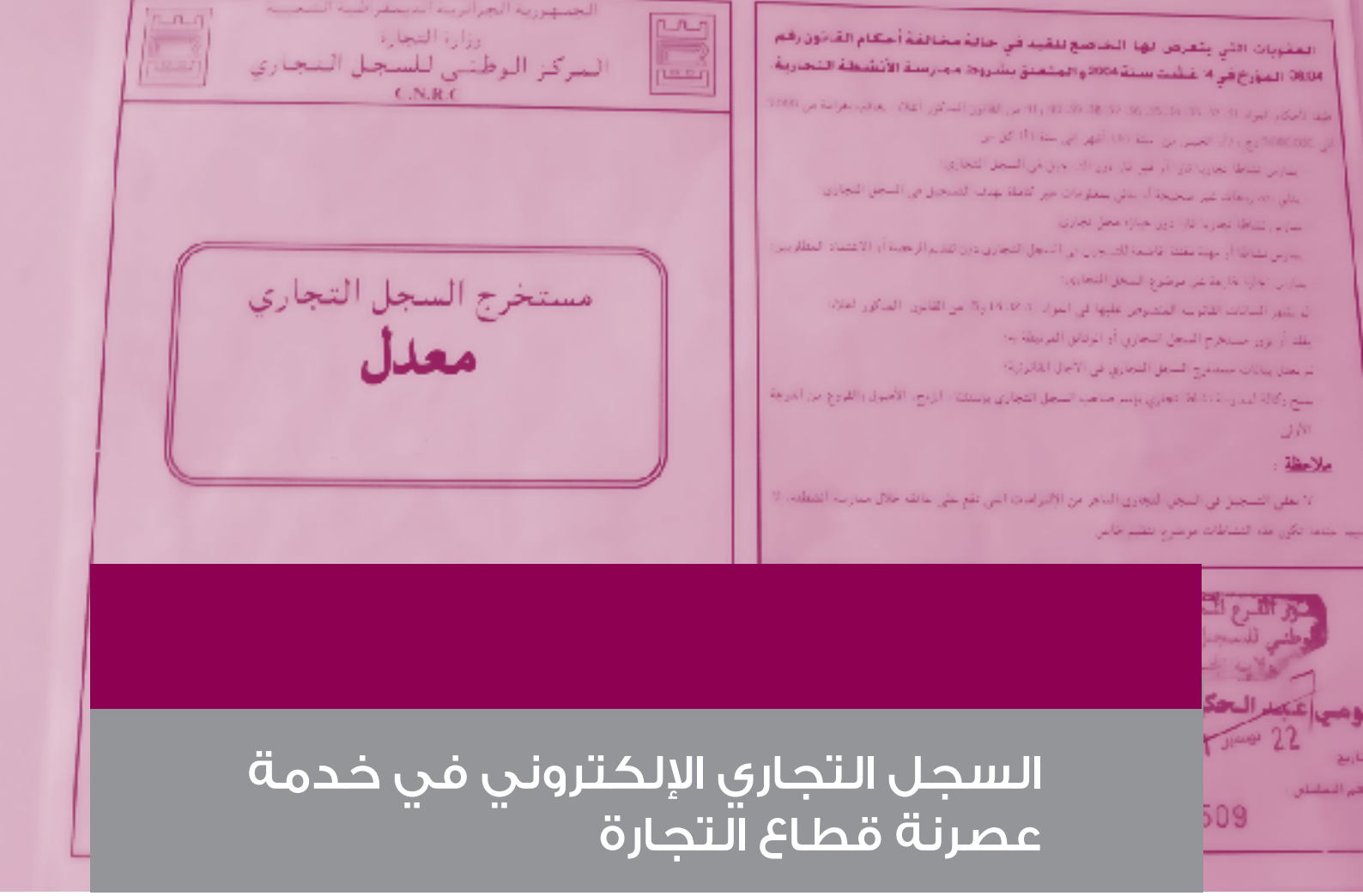
III- عصرنة الإعلام الآلي على مستوى المصالح التابعة لوزارة التجارة :

على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري (CNRC) :
– قام المركز الوطني للسجل التجاري بوضع تحت الخدمة بوابة الإلكترونية للسجل التجاري لفائدة المتعاملين الاقتصاديين
/http://sidjilcom.cnrc.dz/portal/public/classic
الذي يمكن بواسطته الاطلاع على كل المعطيات الاقتصادية و القانونية التي تم جمعها حول ما يقارب 1.5 مليون مؤسسة تجارية متواجدين على التراب الوطني.

تحتوي هذه البوابة على المعلومات الآتية:
– دليل التجار؛
– مدونة النشاطات الخاضعة للقيد في السجل التجاري؛
– اختيار التسميات التجارية للشركات التي هي في طور الانجاز؛
– الحسابات الاجتماعية.

على مستوى الغرفة الجزائرية و الصناعة (CACI)

بغية رفع قدرات المصدرين الجزائريين، صممت بوابة الكترونية EXPORTAL تهدف إلى إنشاء بوابة الكترونية تمنحهم فضاءات افتراضية لعرض منتوجاتهم الوطنية القابلة للتصدير و إتاحة الفرصة لهؤلاء المتعاملين لتحسين صورتهم و فرض وجودهم عبر شبكة الانترنت و تمكينهم الدخول إلى الأسواق الدولية، للإشارة تدخل هذه البوابة حيز الخدمة خلال الثلاثي الأخير سنة 2013.
– توفر هذه البوابة الخدمات المتعلقة:
– بتسيير مدونة النشاطات وتسميات المنتوجات؛
– بتسيير دليل المصدرين و منتوجاتهم و عرض المنتوجات عبر الوسائل المتعددة الأوساط مرفوقة بالبطاقات التقنية.



السجل التجاري الإلكتروني في خدمة عصرنة قطاع التجارة

I. مقدمة

استعمال النموذج الحالي للسجل التجاري من الورق المقوى يسبب عدة مشاكل و أضرار، لا سيما منها أعمال التزوير، صعوبة تعيين المؤسسات وأنشطتها...

لهذه الأسباب، تقرر إنجاز مشروع السجل التجاري الإلكتروني بغية وضع حد للآفات الضارة ومنح الأفضلية لاستعمال تكنولوجيات المعلومات والاتصال على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري إضافة إلى إرساء القاعدة الخاصة بـ "e-gouvernance".

إن السجل التجاري الإلكتروني المصمم من شأنه السماح بـ:

- تسهيل وتخفيف الإجراءات الإدارية المتعلقة بالحصول على مستخرج السجل التجاري؛
- تطهير السجل التجاري من التلاعبات ووضع حد لعمليات تزوير مستخرجات السجل التجاري؛
- الاطلاع على تاريخ نشاط التاجر؛
- تسهيل، تطوير وعصرنة عملية مراقبة النشاط التجاري وتمكين أعوان مصالح المراقبة من التعرف على صاحب السجل التجاري وكذا على الأنشطة التجارية الممارسة فعليا؛

على هذا الأساس، تم إنشاء شراكة بين كل من وزارة التجارة (و. ت.) ووزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال (و.ب.ت.إ.إ.) لتجسيد مشروع السجل التجاري الالكتروني.

إن التعاون بين الدائرتين الوزاريتين قد ترجمت على أرض الواقع من خلال اتفاقية تم بموجبها تحديد ثلاث (03) محاور للعمل حيث أن عملية تمويل العمليات ستتم بواسطة صندوق تملّك الاستعمال وتطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال (ص. ت.ا. ت.ت. إ.إ.) FAUDTIC التابع لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

سيتولى القيام بإعداد الملفات ومتابعة تنفيذ الاتفاقية كل من لجنة القيادة واللجنة التقنية، المشكلتان من إطارات يتم تعيينها من قبل المؤسسات الثلاث (03) (وزارة التجارة، وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال والمركز الوطني للسجل التجاري).

II. حل UPCODE

من أجل الإحاطة بمشروع السجل التجاري الالكتروني، تعين على لجنة القيادة إعداد تقرير على كل من المستوى الوطني والدولي.

على هذا الأساس، تم اقتراح إجراء خبرة دولية كما تمت دراسة حلول متوفرة على المستوى الوطني. حتى يتسنى اختيار حل خاص بالسجل التجاري الالكتروني يستجيب للأهداف المسطرة، فان لجنة القيادة ولمتابعة الاتفاقية المبرمة بين المركز الوطني للسجل التجاري ووزارة البريد وتكنولوجيات الأعلام والاتصال، قامت باختيار حل UPCODE المسوق من طرف المؤسسة العمومية «المؤسسة الوطنية لأنظمة الإعلام الآلي» (ENSI) المتخصصة في الخدمات و تجهيزات الإعلام الآلي منذ أكثر من أربعون (40) سنة.

يتمثل حل UPCODE في إضافة رمز ذكي في النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاري والذي سيتم طباعته على مستخرج السجل التجاري.

يعد هذا الرمز نوع من هولوغرام، يتضمن معلومات مشفرة مرتبطة بالتاجر (رقم القيد، الهوية، العنوان، الأنشطة،...) وكذا رابط يسمح بالدخول إلى النظام المعلوماتي للمركز الوطني للسجل التجاري بغية الحصول على معلومات مفصلة .

تتمثل نقاط القوة لحل UPCODE في:

- تصبح أعمال التزوير الخاصة بالسجل التجاري شبه مستحيلة؛
- يتم قراءة وفك ترميز UPCODE بواسطة مختلف التجهيزات المعيارية مزودة بكاميرا مثل الهاتف المحمول، جهاز كمبيوتر مجهز بكاميرا (واب كام)، جهاز قارئ بصري وذلك عن طريق تطبيق خاص قابل للتكييف مع مختلف الامتيازات ومستويات الحماية.

يسمح هذا التطبيق بالحصول على معلومات مفصلة عن طريق الدخول إلى الأرضية الخاصة بالمركز الوطني للسجل التجاري وهذا حسب الامتيازات الممنوحة للمستعمل.

- تستعمل تكنولوجيا UPCODE الخدمات النقالة مثل الرسائل النصية القصيرة (أس. أم.أس) أو الانترنت بغية إيصال المعلومة، عبر الخط en ligne.
- تعمل بطريقة off-line من خلال ترميز بعض المعلومات في الرمز نفسه. تتم قراءة وفك ترميز هذه المعلومات عبر تطبيق UPCODE.
- يسمح حل UPCODE بمتابعة كافة العمليات التي تم القيام بها والمتضمنة في ملف المؤسسة مع تحديد كل من المستعمل، المكان، تاريخ ونوع المعلومة المطلع عليها.
- تعد عملية الاستفادة من الحل UPCODE نوعا ما سهلة، بما أنها تتمثل في إضافة تطبيق في نظام الإعلام الآلي الخاص بالمركز الوطني للسجل التجاري. يتوفر هذا الحل على إدارة مركزية تسهل الانتشارعبر شبكة الانترانت التابعة للمركز الوطني للسجل التجاري.

III. تنفيذ السجل التجاري الالكتروني UPCODE

سيتم تنفيذ السجل التجاري الالكتروني UPCODE على مدى اثنا عشر (12) شهرا، وذلك حسب المراحل الثلاث (03) التالية:

المرحلة 1: انجاز عملية نموذجية على مستوى ولاية الجزائر

تتمثل العملية الأولى في نسخ UPCODE على مستخرج السجل التجاري في شكله الورقي، وكذا إدراج الرمز في إجراءات الرقابة الخاصة بوزارة التجارة، الجمارك، الضرائب وبشكل عام لتبليغ المعلومات المتعلقة بالتجار.

يمكن تحقيق هذه العملية بكل سهولة والتي

تتمثل في وضع تحت تصرف المستعملين، من خلال فضاء التحميل في الموقع الالكتروني الخاص بالمركز الوطني للسجل التجاري، تطبيق نقال لقراءة وتفسير الرمز.
على المستوى التنظيمي، ستسمح هذه الطريقة بقياس ما سيضفيه هذا الحل على أرض الواقع، وذلك بدون أي تغيير في الإجراءات التنظيمية السارية.

المرحلة 2: تصميم نموذج جديد لمستخرج السجل التجاري ومطابقة التنظيم التشريعي والتنظيمي بغية إدخال المعالجة الرقمية والخدمات على الخط في تسيير السجل التجاري.

يمكن إعادة تعديل نموذج مستخرج السجل التجاري بشكل مصغر يشبه البطاقات المغناطيسية من ناحية الحجم و باستعمال مادة مقاومة مثل البلاستيك من أجل إضفاء طابع أكثر عصرنة يواكب كل التكنولوجيات المتأتية من الحل UPCODE لضمان أمن وشرعية المعلومات التي يتضمنها مستخرج السجل التجاري.
من جهة أخرى، سيتم التخلي عن الشكل الورقي الذي يعد بشكل كبير مصدرا شائعا لأعمال التزوير.

المرحلة 3: تعميم استعمال حل UPCODE على مستوى جميع الولايات

بعد التحكم وإدراج طريقة التسيير الجديدة هذه في إجراءات التسيير، ستشكل هذه الطريقة على المدى المتوسط بداية لإزالة الطابع المادي بشكل نهائي لعمليات التسجيل في السجل التجاري.

IV. الآفاق

طبقا للمادة 3 من القانون 13-06 المؤرخ في 2013/07/23 المعدل والمتمم للقانون 04-08 المؤرخ في 2004/08/14 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، يمكن إصدار مستخرج السجل التجاري على شكل إلكتروني.

هذه الفرصة القانونية تفتح آفاق جديدة أمام السجل التجاري الالكتروني والمتمثلة في السماح للتجار بالقيام بعمليات التسجيل عبر الخط من خلال بوابة المركز الوطني للسجل التجاري. هذه الصيغة المتمثلة في إزالة الطابع المادي، ستسمح للتجار بالتسجيل عن بعد وذلك بتقديم الوثائق الثبوتية، وهو الذي سيوفر قدر كبير من الوقت وكذا شفافية في الإجراءات الإدارية التي تنظم تسيير السجل التجاري.

دور المخبر الوطني للتجارب LNE في تعزيز نظام حماية المستهلك

إن انتقال الجزائر من اقتصاد مركزي موجه إلى اقتصاد السوق وكذا التوقيع على اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانضمامها إلى المنطقة العربية الكبرى للتبادل الحر، سمح بدخول ووضع عدد هائل من السلع والمنتجات المحلية والمستوردة.

هذا الوضع استلزم على السلطات المحلية تدعيم نظام مراقبة نوعية المواد المعروضة للاستهلاك وذلك من اجل حماية صحة وسلامة المصالح المادية والمعنوية للمستهلك من جهة، ومن اجل قمع الغش من جهة أخرى وفقا لأحكام القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. ولذا فان نظام الرقابة المسطر يرتكز أساسا على تطوير المخابر التي تنشط في هذا المجال.

إن وزارة التجارة ومن خلال المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم CACQE شرعت بانجاز مشروع 22 مخبر من بينهم المخبر الوطني للتجارب LNE و الذي يندرج ضمن البرنامج التكميلي لدعم النمو الاقتصادي PCSC.

I- دورا لمخابر في حماية المستهلك

إن القانون 09-03 المذكور سابقا يبرز في المادة 35 :"تؤهل المخابر التابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش في إطار تطبيق أحكام هذا القانون, للقيام بالتحاليل و الاختبارات والتجارب قصد حماية المستهلك وقمع الغش". في هذا السياق فان مخابر مراقبة النوعية تهتم بـ:

- المساهمة قي حماية صحة وأمن المستهلكين ومصالحهم المادية و المعنوية،
- المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول بمها والمتعلقة بنوعية السلع والخدمات ومعاينتها،
- إجراء كل التحاليل والتجارب والتي تسمح بالتأكد من مطابقة المنتجات للمقاييس والخصوصيات القانونية أو التنظيمية التي يجب أن تميزها.

إن هذه المخابر تعتبر قطب محوري و تشكل فضاء أساسي في مجال الرقابة و التحاليل المخبرية للمواد الغذائية وكذا مواد التجميل و النظافة البد نية. إلا أنه و في إطار تحسين شروط التكفل بمهام مراقبة النوعية وحماية المستهلك وخاصة في مجال المنتجات الصناعية , سطرت مديرية المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم CACQE برنامج لتطوير أداة لمراقبة هذه المنتجات الصناعية.

يشمل هذا البرنامج عدة محاور ومنها إنشاء وتهيئة المخبر الوطني للتجارب LNE.

II- البطاقة التقنية للمخبر الوطني للتجارب LNE

يتمركز المخبر الوطني للتجارب LNE في المدينة الجديدة سيدي عبد الله- قطعة رقم 37 وفي منطقة النشاط البستان رقم 17 ببلدية معالمه بزرالدة ولاية الجزائر.

هذا المشروع يتكون من بناية علوها 65 م وعرضها 25 م، ولقد تم انجاز كل من البنية التحتية و البنية الفوقية بالاسمنت المسلح.

مساحة القطعة الأرضية المخصصة لبناء هذا المخبر تقدر بـ: 4116 م^2 أما بالنسبة لمساحة البناية فهي تقدر بـ: 6116 م^2.

يضم أيضا هذا المشروع محيط مخصص لركن السيارات و المركبات و كذا محيط أخضر تقدر مساحته بـ: 400 م^2.

إن تصميم هندسة هذا المخبر يتطابق مع مقاييس هندسة المخابر حيث يتكون من طابق أرضي وطابقين علويين وكذا من قبوين , كما يشمل تصميمه على أربعة أقسام a, b , c, d.

يتكون LNE من عدة وحدات يمكن وصفها كما يلي : فضاء مخصص للإدارة، وحدة لتجارب المعايرة وعلم القياس، وحدة لتجارب الغاز المنزلي، وحدة لتجارب الضغط، وحدة لتجارب الصنابير، وحدة لتجارب المنتجات الكهرومنزلية، وحدة لتجارب المنتجات الكهربائية، وحدة لتجارب قطع غيار السيارات والمركبات، وحدة لتجارب مواد البناء، وحدة لتجارب ألعاب الأطفال، قسم التحاليل الدقيقة، قسم تحاليل النسيج و الجلد، قاعة للاجتماعات، قاعة لإجراء الحساب، مكتبة، ورشة الصيانة، قاعة مشتركة لتجارب المنتجات الميكانيكية.

لقد انطلقت مرحلة أشغال بناء هذا المخبر يوم 20 ديسمبر 2008 ولقد عرف هذا المشروع خطى تقدم معتبره من حيث البنية الفوقية، الأشغال الكبرى وذلك بنسبة تقارب 98 % إلى 99 % أما بالنسبة لهياكل الدولة الثانوية (CES) وكذا شبكة الطرق والتهيئة الخارجية (VRD) فقد تم إبرام عقد انجازهم مع مكتب الدراسات ابتداء من 1 سبتمبر 2013 وذلك لمدة تتراوح بـ 18 شهرا.

III- لماذا المخبر الوطني للتجارب LNE ؟

لقد كان إنشاء المخبر الوطني للتجارب أمرا ضروريا , وذلك نظرا لعدم وجود أداة لتحليل وتجارب المنتجات الصناعية و لغياب هذا النوع من المخابر على المستوى الوطني والذي من شانه أن يقف وراء مراقبة نوعية هذه المواد التي أصبحت منتشرة بشكل هائل في السوق الوطنية. من بين مهام المخبر الوطني للتجارب: دعم تحليل و تجارب المواد ذات الطابع الصناعي المنتجة محليا أو المستوردة وذلك من اجل التأكيد من مطابقتها مثل قطع غيار السيارات، ألعاب الأطفال، المنتجات الالكترومنزلية، حماية نوعية المنتجات الوطنية، تقييم نوعية وسلامة المنتجات و التجهيزات الصناعية ذات الاستعمال المنزلي أو الجماعي وتقييم نوعيتها مقارنة بقابلية التشغيل (السلامة الميكانيكية، الكيميائية والكهربائية) وكذا تقييم جانب كفاءة الاستعمال (المتانة...)، محاربة المنتجات المقلدة وكذا المضاربة وكل أنواع الغش التجاري.

VI- أفاق المخبر الوطني للتجارب LNE

يعتبر المخبر الوطني للتجارب LNE معلم ومرجع للتحاليل المخبرية, ولقد كانت أهداف انجازه الاستجابة للتوجيهات الاقتصادية المحددة من طرف السلطات المحلية.

وفي هذا الصدد يتطلع المخبر إلى:

- تطوير الاقتصاد الوطني وتدعيم القطاع الصناعي،
- ضبط السوق التجاري،
- تدعيم رقابة ومطابقة المنتجات الصناعية الموضوعة في السوق الوطنية وضمانها سليمة أمنة ونزيهة،
- الحد من الحوادث المرتبطة باستعمال المنتجات والتجهيزات الصناعية.

انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة

تأسست المنظمة العالمية للتجارة (OMC) في 1 جانفي 1995 بعد دخول إتفاق مراكش، الموقع في 15 أفريل 1994، حيز التنفيذ. و قد حلت هذه المنظمة محل الاتفاقية العامة بشأن التعريفات والتجارة (GATT).

إن النظام التجاري المتعدد الأطراف الحالي هو نتاج ثماني جولات للمفاوضات التجارية. و قد نتج عن الجولة الأخيرة من المفاوضات (جولة أوروغواي) إنشاء المنظمة العالمية للتجارة. خلال مؤتمر الدوحة الوزاري المنعقد في نوفمبر 2001، قرر أعضاء المنظمة البدء في جولة تاسعة من المفاوضات و التي تستمر إلى يومنا هذا.

تتمثل الأهداف الرئيسية لمنظمة التجارة العالمية في ضمان حرية و عدالة المبادلات التجارية و كذا في القدرة على الإستباق في المعاملات التجارية عن طريق :

- اتفاقات المنظمة العالمية للتجارة ؛
- حل النزاعات التجارية من خلال هيئة تسوية المنازعات ؛
- توفير إطار للمفاوضات التجارية.

في كنف المنظمة العالمية للتجارة، يُعامل جميع الأعضاء على قدم المساواة، سواء كانت غنية أو فقيرة، كبيرة أو صغيرة ، قوية أو ضعيفة .

إن نظام المنظمة يعتمد على قواعد تنطبق على كل الأعضاء، بما في ذلك القوى الاقتصادية الكبرى. و كثيراً من هذه القواعد تم تصميمها خصيصاً لضمان شروط عادلة للتجارة بين الشركاء.

يمكن تلخيص الأهداف الرئيسية التي تسعى الجزائر لبلوغها من خلال الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، فيما يلي :

- تنويع المبادلات التجارية، و بالتالي الاقتصاد الوطني، عن طريق تجاوز وضعية المصدر الحصري للمنتجات النفطية ؛
- رفع المستوى العام للقدرة التنافسية للقطاع الصناعي، لإعداده لمواجهة أفضل لآثار

المنافسة الأجنبية، سواءاً على مستوى السوق المحلية أو في الأسواق الخارجية. إن الجزائر مقتنعة بأن انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة سوف يمكنها من المشاركة بصورة أفضل في الاتجاه العام لنمو التجارة العالمية، الذي يعتبر مصدر إنشاء و تراكم الثروة من قبل الأمم و كذا أداة محبذة في مكافحة الفقر في العالم.

الجولة الحادية عشر للمفاوضات

تأسس فوج العمل المكلف بانضمام الجزائر يوم 17 جوان 1987 و عقد أول اجتماع له في أفريل 1998.

قدمت الجزائر في جانفي 2013 عرض مراجع بشأن الالتزامات الخاصة بتجارة الخدمات. كما تم توزيع على أعضاء فوج العمل، في فيفري 2013، العرض المراجع المتعلق بالولوج إلى أسواق البضائع.

يتم استعراض نظام التجارة الخارجية على مستوى متعدد الأطراف على أساس مشروع تقرير فوج العمل، و قد تم توزيع آخر نسخة مراجعة من هذا التقرير على أعضاء فوج العمل في فيفري 2013.
تم إنعقاد الاجتماع الحادي عشر لفوج العمل يوم 5 أفريل 2013.

الأسئلة و المجالات المتبقية للانضمام

فيما يتعلق بالمفاوضات المتعددة الأطراف، تتواصل دراسة النظام التجاري الجزائري بخصوص نظام تراخيص الاستيراد، الحواجز التقنية للتجارة، تدابير الصحة والصحة النباتية، تطبيق الضرائب الداخلية، المؤسسات العمومية و الخوصصة، الإعانات و بعض جوانب حماية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة. كما تتم مناقشة مشاريع عشرون فقرة إلتزام بشأن القضايا النظامية.
أما بالنسبة للمفاوضات الثنائية، فإنها مستمرة مع حوالي عشرون دولة، حيث سُجل تقدماً ملحوظاً في المفاوضات مع عدد معتبر منها.
بالإضافة إلى ذلك، فقد تم إبرام خمسة اتفاقيات ثنائية تتعلق بإنهاء المفاوضات الثنائية مع كل من الأوروغواي، البرازيل، كوبا، سويسرا و فنزويلا.

الآفاق

تحسباً لعقد الاجتماع الثاني عشر لفوج العمل، فقد تم أرسال أجوبة الجزائر على الأسئلة الإضافية المنبثقة عن الاجتماع الحادي عشر إلى أمانة المنظمة العالمية للتجارة في نهاية شهر جويلية 2013. أيضا ، فقد تم إيداع عروض مراجعة في مجال الولوج إلى أسواق للسلع و الخدمات على مستوى أمانة المنظمة .
من المتوقع عقد الاجتماع الثاني عشر لفوج العمل قبل نهاية سنة 2013.

دور ألجاكس

ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر

واصلت التجارة العالمية تقدمها على نفس وتيرة نهاية سنة 2012 مع ارتفاع في النشاط قدره (+0,04% معد أن كان 0,0%) بداية سنة 2013 (المصدر: IN-SEE). و قد كان نشاط الإقتصادات الصاعدة أقل حيوية مما تطلعت إليه التحقيقات الظرفية، حتى أنه تباطأ في الصين (+1,6% بعد أن كان +2,0%)، و بذلك تكون واردات مجموع الإقتصادات الصاعدة قد تراجعت بشكل ملحوظ. أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد كانت تسارع الوتيرة أحسن، قدرت بـ + 0,6 بعد أن كانت +0,1%، بسبب حركة عرض السلع المخزنة للإستهلاك والتي عطلت النشاط نهاية سنة 2012 هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن إستهلاك الأسر قد كان نشطا بشكل خاص حيث بلغت نسبة زيادته 0,8%، رغم أن دخول إجراءات زياد الضرائب قد أضعف القدرة الشرائية . و في اليابان أيضا، ارتفع النشاط بشكل ملحوظ حيث بلغت نسبة الزيادة (+1,0% بعد أن كانت +0,3%)، فبعد عدة سداسيات من التراجع، استرجعت الصادرات ارتفاعها بنسبة (+3,8% بعد أن كانت -2,9%)، مدعومة بالإنخفاض الكبير في قيمة الين. و على العكس من ذلك، فقد تواصل تراجع النشاط في الإتحاد الأوربي بوتيرة أبطأ بنسبة (-0,2% بعد أن كانت -0,6%).

1-لماذا الصادرات خارج المحروقات ؟

مما لا شك فيه أن إزدهار المبادلات الدولية للسلع و الخدمات هو أحد أكبر التقلبات التي ميزت الإقتصاد العالمي على مر العشريات الأخيرة. و تظهر نتائج العولمة في جانبين أساسيين؛ ا – التقليل من الحواجز أمام المبادلات التي من المفروض أن تسمح بتنمية الصادرات الوطنية، ا ا – فتح الأسواق أمام المنافسة الدولية يفرض على كل المتدخلين التفاعل و الاستجابة.

و في هذا السياق، يجب تعزيز حضور الجزائر على مستوى الأسواق العالمية، وكذا تعزيز انفتاح المؤسسات الجزائرية على الاسواق الدولية و تنويع إقتصادنا، خاصة أن إمكانيات الجزائر تتجلى أكثر فأكثر خاصة على ضوء الإستراتيجية الصناعية الجديدة والمسعى الجديد للتنمية الفلاحية للبلاد. إن ترقية الصادرات خارج المحروقات تفرضها ضرورة إعادة النظر في السياسة الإقتصادية للبلاد و التي تقوم على منتوج واحد سواء في الصادرات أو الواردات ألا و هو المحروقات – التي تعد منتجات طبيعية زائلة في ظرف زمني معين– و استكشاف الثروات الطبيعية الأخرى مع إدخال قيمة مضافة عليها لرفع قدرتها التنافسية.

2-واقع الصادرات خارج المحروقات

يبقى الميزان التجاري للجزائر ضعيفا لأنه مرتبط بالأوضاع الظرفية للمواد الأولية، المحروقات في التصدير، و المواد الأولية في الإستيراد. و قد بلغت المبادلات التجارية للجزائر مع العالم خلال الفصل الأول من سنة 2013 قرابة 64 مليار دولار مقابل 62 مليار دولار خلال نفس الفترة من سنة 2012، حيث ارتفعت هذه المبادلات بنسبة 4% خلال الأشهر الستة الأولى من سنة 2013، ما يقابل انخفاضا بنسبة 5% في الصادرات، و ارتفاعا بنسبة 18 % في الواردات. و قد انخفضت قيمة الصادرات بسبب انخفاض صادرات المحروقات بنسبة -7%. وتبقى أوربا الشريك التجاري

الصادرات / الواردات

الأول للجزائر، حيث شكلت 73% من مبيعات الجزائر و 61% من مشترياتها خلال الفصل الأول من سنة 2013. كما بلغت قيمة الصادرات الجزائرية نحو القارة الأمريكية 5,7 مليار دولار بانخفاض قدره 47% مقارنة مع الفصل الأول من سنة 2012، أما الواردات فقد قدرت بـ 3,2 مليار دولار، حيث ارتفعت مقارنة مع الفصل الأول من سنة 2012 و الذي بلغت خلاله 2,9 مليار دولار. و احتلت قارة آسيا المرتبة الثالثة على مستوى البنية الإجمالية للصادرات، بحصة نسبتها 6% و بقيمة بلغت 2,3 مليار دولار ، كما احتلت المرتبة الثانية على مستوى البنية الإجمالية للواردات بحصة نسبتها 23%. أما نحو القارة الإفريقية فقد قدرت الصادرات الجزائرية بـ1,8 مليار دولار، بارتفاع قدره 37% مقارنة مع نفس الفترة من العام الماضي، كما ارتفعت قيمة الواردات أيضا بـ 33% خلال الفصل الأول من سنة 2013 مقارنة مع الفصل الأول من سنة 2012. ارتفعت الواردات الجزائرية خلال الفصل الأول من سنة 2013 لتبلغ 28,35 مليار دولار بزيادة قدرها 17,99% مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2012. وقد مس هذا الارتفاع كل مجموعات المنتجات (السلع الموجهة لوسائل الإنتاج بنسبة 33%، السلع الغذائية بنسبة 15%، التجهيزات بنسبة 18,56%، و سلع الإستهلاك غير الغذائي بنسبة 15,03%). و رغم السيطرة الدائمة للمنتجات البترولية على بنية الصادرات بحصة قدرها 96,09% من الحجم الإجمالي للصادرات، فقد سجلت انخفاضا يقدر بـ 7,05%، أما الصادرات خارج المحروقات فقد بلغت 1,4 مليار دولار بارتفاع قدره 66,23% مقارنة مع السداسي الأول من سنة 2012. المنتجات الأساسية المصدرة خارج المحروقات هي : مجموعة المنتجات "نصف المصنعة"، بحصة قدرها 2,96% من الحجم الإجمالي للصادرات، تليها في المرتبة الثانية "المنتجات الغذائية" بحصة قدرها 0,7%، ومجموعة "المواد الخام"، بحصة قدرها 0,17%، أما مجموعة "سلع التجهيزات الصناعية" و مجموعة "المنتجات الاستهلاكية غير الغذائية" فقد بلغت حصتهما 0,05% و 0,03% على التوالي.

3-دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في تحسين بيئة الصادرات خارج المحروقات

طورت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ألجكس)منذ تأسيسها وسائل و آليات لمرافقة المصدرين من خلال تقديم خدمات الدعم المتنوعة و المعلومات جادة ومحينة و دقيقة ذات العلاقة بالتصدير ،رغم تواضع الوسائل الموضوعة تحت تصرفها و النقص في الكفاءات المتخصصة في هذا الميدان، و عليه كرست الوكالة نفسها لـ:

- مرافقة الشركات الجزائرية في الأسواق الخارجية.
- تقديم المعلومات للشركات الجزائرية حول القطاع الواعدة على مستوى الاسواق في البلدان الأجنبية.
- تحديد الفاعلين الإقتصاديين الأجانب وتحسيسهم بعروض الشركات الجزائرية.
- السماح بتقريب العرض الجزائري من الطلب الأجنبي و ترقية عمليات الشركاء.
- مرافقة الشركات المصدرة خلال التظاهرات الإقتصادية في الخارج.
- تحليل و متابعة الحالة الإقتصادية الراهنة و متابعة الواردات.

و قد عملت الوكالة أيضا على نشر الإطار القانوني والتنظيمي الذي يؤطر التجارة الخارجية ومختلف الإمتيازات الجبائية والجمركية والمالية التي تنجم

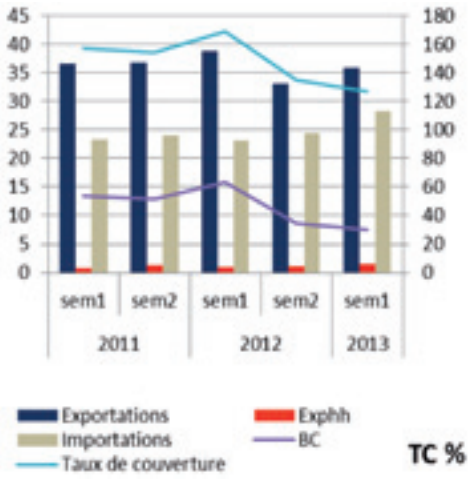
	2011 سداسي 1	2011 سداسي 2	2012 سداسي 1	2012 سداسي 2	2013 سداسي 1
الصادرات	36 638	36 851	38 817	33 049	35 907
نسبة النمو		0,6%	-15%	5%	9%
ص. خارج المحروقات	822	1 240	1 000	1 062	1 403
نسبة النمو		51%	-19%	6%	32%
الواردات	23 295	23 952	23 031	24 459	28 350
نسبة النمو		3%	-4%	6%	16%
الرصيد	13 343	12 899	15 786	8 590	7 557
نسبة التطور		-3%	22%	-46%	-12%
نسبة التغطية	157%	154%	169%	135%	127%

تطور المبادلات التجارية الخارجية للجزائر (وحدة القياس بالمليون دولار أمريكي و نسبة نمو من سداسي لآخر)

عنها، للمتدخلين في هذا المجال إلى أقصى حد و بكل الوسائل المتاحة. كما تقوم الوكالة في هذا الإطار بإعداد منشورات و دعائم إعلامية موجهة للتصدير، لنشر كل المعلومات المتوفرة حول التجارة الخارجية.

4- آفاق تطور الصادرات خارج المحروقات

إن تطور الصادرات خارج المحروقات يستوجب مساع استباقية على المستوى الدولي من طرف المؤسسات، و قدرة على التأقلم السريع مع التطورات الجديدة التي تحدث على المستوى العالمي و على مواجهة منافسيهم الأجانب في أسواقهم، إضافة إلى دعم و مرافقة الدولة، و الذي من شأنه الإستجابة لمتطلبات الإقتصاد الوطني. هذه الحقيقة تثير حاجة ملحة إلى تطوير ذكاء اقتصادي مضبوط، يسمح بضمان مراقبة فعالة و دائمة للبيئة الدولية في كليتها بهدف تقديم معلومات مستديمة وموثوقة، والتي تعد ضرورية لإستغلال الفرص و اجتناب الأخطار. إلى جانب غياب الرغبة في الإنفتاح على الخارج عند الشركات، فإن قدرة هذه الأخيرة على متابعة نمو احتياجات المستهلكين على مستوى الأسواق الخارجية وتحقيق التأقلم والتجديد الضروريين تشكل عوائق يجب القضاء عليها، وهذا بتدخل ملائم من طرف الدولة عن طريق برامج الدعم المناسبة، وتحسين الإطار التنظيمي و البيئي للشركات على مستوى الجوانب المتعلقة بتطوير اللوجستيك في مجال التصدير، و كذا



الخدمات المالية المضبوطة، وتعزيز قدرات الشركات على تطوير نفسها على الصعيد الدولي. و من جهة أخرى فإن اقتحام الأسواق الأجنبية لا يكون ذو أهمية إذا لم تكن الشركات قادرة على المحافظة على هذه الأسواق من خلال اكتساب مكانة تنافسية دفاعية ومربحة بقدر كاف. و هذا التحدي يستوجب ؛ ا - تدعيم الدور الأساسي الذي يجب أن تقوم به التمثيليات الدبلوماسية الوطنية، اا - اختيار القطاعات/المنتوجات ذات القيمة المضافة المعتبرة لترقيتها، ااا - تطوير برامج عمومية ملائمة لمرافقة الشركات الصغيرة و المتوسطة على المستوى الدولي. واخيرا، علينا تجنيد كل جهودنا خلال السنوات القادمة للإهتمام بالجوانب السالفة الذكر، من أجل تحسين الظروف العامة للتصدير خارج المحروقات و تعزيز العرض الجزائري القابل للتصدير.

تنظيم وضبط السوق

الإطار القانوني الخاص بإنجاز وتسيير الفضاءات التجارية

شهد مفهوم التجهيز التجاري تطور كبيرا من الناحية القانونية حيث وضع القانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، القواعد الأولى لهذا المفهوم.

ولم تتعرض النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالنشاط التجاري لهذا المفهوم منذ الإستقلال و طبقا للمواد 26، 27 و 28 التي وردت في القسم الرابع (04) من الباب الثاني (02) من هذا القانون الذي كان تحت عنوان "التجهيز التجاري"، بادرت مصالح وزارة التجارة بإعداد المرسوم التنفيذي رقم 12- 111 المؤرخ في 6 مارس 2012 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء و تنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية.

وكانت تهدف هذه المبادرة لإرساء معايير موحدة لإنشاء الفضاءات التجارية، على إختلاف أنواعها لتطهير حلقات التوزيع والقضاء على التجارة الفوضوية و ممارسة الأنشطة التجارية في أماكن ملائمة.

و قد تضمن هذا النص 54 مادة تمحورت حول النقاط التالية:

المحور الأول: أحكام عامة تضبط مفهوم الفضاء التجاري (الأسواق، المساحات الصغرى من نوع سوبيرات، المساحات الكبرى من نوع متجر كبير و متجر ضخم و المراكز التجارية).

المحور الثاني : شروط و كيفيات إنشاء الفضاءات التجارية.

المحور الثالث : شروط و كيفيات إنشاء أسواق الجملة و أنشطة التوزيع بالجملة و تسييره.

المحور الرابع : تنظيم أسواق التجزئة المغطاة و الأسبوعية أو نصف الأسبوعية و الجوارية.

المحور الخامس: شروط و كيفيات إنشاء المساحات الصغرى و الكبرى و المراكز التجارية.

المحور السادس : الأحكام المشتركة للمساحات الكبرى و المراكز التجارية.

وللإشارة تضمن المرسوم رقم 111-12 موضوع هذه القراءة، ملحقا لدفتر الشروط النموذجي المنظم لأسواق الجملة تحت محورين:

المحور الأول : خصص للشروط الخاصة المطبقة على مزايدي أسواق الجملة (مسؤولية مسير سوق الجملة، الإنتفاع بالأماكن).

المحور الثاني: حدد الواجبات المشتركة بين مسيري أسواق الجملة و المتعلقة بالحماية من مخاطر الحريق و الهلع، دفع الحقوق، مراجعة حقوق المكان و التوقف، مراقبة الوزن و القياس، تنظيف السوق و صيانتها، إعلان التسعيرات، التأمين، مواقيت الفتح و الغلق و شروط البيع.
وتضمن البنود المنصوص عليها في دفتر الشروط هذا مايلي:
- التسيير الجيد للأسواق؛
- الصيانة و النظافة؛
- إحترام شروط العمل؛
- الإنضباط العام و الأمن داخل الفضاءات التجارية؛
- الحفاظ على محيط الأسواق.

و يسجل في هذه الآونة على المستوى الوطني الشروع في تطبيق برنامجا واسعا لإنشاء العديد من المساحات التجارية بشتى أنواعها المذكورة في المحور الأول سواء من طرف السلطات العمومية أو القطاع الخاص كما تولت الدولة إستحداث هيئة خاصة توكل لها مهمة و تسيير أسواق الجملة للخضر و الفواكه (ماقرو) و تم تخصيص مبالغ مالية هامة من ميزانية الدولة لتأهيل و إعادة الإعتبار لكثير من المساحات التجارية المتواجدة من قبل.

تحقيقات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش

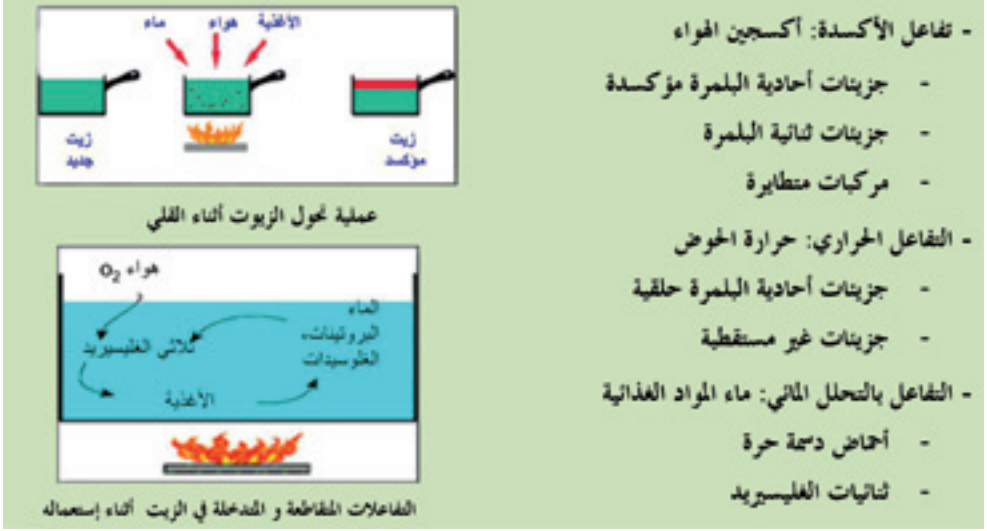
تأثير الحرارة على زيوت القلي

في درجات حرارة عالية (ما بين 160 ° م و 180 ° م و بوجود الماء و الأكسجين تتعرض الزيوت النباتية لعدد كبير من التفاعلات الكيميائية المعقدة و التي يمكن أن تصنف إلى ثلاثة أنواع هي : الأكسدة، البلمرة و التحلل المائي.

عند ملامستها لأكسجين الهواء، يتغير لون الزيوت الغذائية المستعملة في القلي مع ظهور روائح غالبا ما تكون غير مرغوب فيها و التي تنتج عن أكسدة الأحماض الدسمة التي تعتبر المكونات الأساسية لهذه الزيوت، مما يؤدي إلى تكون هيدروبيروكسيدات تتبع بمركبات قطبيه. تجدر الإشارة أنه تم الإحصاء النوعي للمركبات الكيميائية المتشكلة بالنسبة لطبيعة التلف المرتقب.

أنواع الزيوت المسوقة في الجزائر

توجد حاليا بالسوق الجزائرية علامات مختلفة لزيوت غذائية نباتية مصنعة محليا أو مستوردة سواءا نقية أو على شكل خليط و الموجهة للتتبيل، للطبخ أو للقلي. تعتبر زيوت الصويا و زيوت عباد الشمس الأكثر انتشارا في السوق الجزائرية. يجدر الذكر بأن أهم وحدات تكرير الزيوت النباتية هي شركات : سيفيتال، عافية، لابال، كوقرال و بروليبوس.



المتعاملين	العلامة	تركيبة الزيت
سيفيتال	إيليو	صويا 80% عباد الشمس 20%
	فلوريال	عباد الشمس 100%
عافية	عافية	صويا 95% ذرى 5%
	ويلور	صويا 100%
لابال	بونال	صويا 100%
بروليبوس	لينور	صويا 90% نخيل 10%
كوقرال	صافية	صويا 100%

نتائج التحاليل

1- التركيب المأوي من الحموض الدسمة

المنتوج	$C_{16:0}$	$C_{16:1}$	$C_{18:0}$	$C_{18:1}$	$C_{18:2}$	$C_{18:3}$
زيت إيليو	10.64	أثار	4.20	23.97	54.43	6.76
زيت فلوريال 100% عباد الشمس	6.46	أثار	4.29	28.47	60.78	أثار
زيت عافية 100% نباتي	11.25	أثار	4.23	24.32	54.74	5.46
زيت ويلور 100% نباتي	11.10	أثار	3.87	25.13	54.14	5.76
زيت لابال 100% نباتي	11.35	أثار	4.83	23.90	53.81	6.10
زيت لينور	11.46	أثار	4.44	23.04	54.86	6.20
زيت صافية	11.05	أثار	4.29	23.31	54.24	7.11
زيت عباد الشمس ليسيور	6.04	أثار	3.70	31.55	58.71	أثار

$C_{16:0}$: حمض النخيل
$C_{18:1}$: حمض الأوليك
$C_{16:1}$: حمض البالميتوليك
$C_{18:2}$: حمض اللينوليك
$C_{18:0}$: حمض الستياريك
$C_{18:3}$: حمض اللينولينيك

2- التعبير عن النتائج لتوجيه المستهلك نحو الاستعمال المفيد للزيوت الغذائية

للقلي، ينصح باستعمال زيوت مستقرة في الحرارة و يتعلق الأمر بالزيوت الغنية بالأحماض الدسمة المشبعة مثل حمض النخيل، حمض الستياريك و حمض الأوليك. بالمقابل لا تنصح للطبخ و لا القلي في درجة حرارة مرتفعة لمدة طويلة، الزيوت الغنية بالأحماض الدسمة غير المشبعة مثل حمض اللينوليك و اللينولينيك و التي تعتبر بطبيعتها سريعة التأثر بالحرارة. في حين فإن إستعمال هذه الزيوت في التتبيل لها فائدة غذائية كبيرة.

بالنسبة لخليط الزيوت للنوعين السالفي الذكر و التي لا تتعدى نسبة حمض اللينولينيك فيها 2 %، فينصح باستعماله للتتبيل و القلي.

3- مؤشر البيروكسيد

يشكل هذا التحديد مؤشر رئيسي لتقييم تلف الزيت خاصة بالأكسدة.

النتائج المتعلقة بمؤشر البيروكسيد لمختلف عينات الزيوت التي تم تحليلها تستجيب للمقاييس الدولية المتعلقة بها (تم تعيين العتبة التي لا يجب تفاوتها عند 20 م.ن من الأكسجين/ كلغ).

4- الخلاصة

يظهر من خلال النتائج أن خصائص مجمل الزيوت المسوقة تستجيب لمتطلبات المطابقة و بالتالي يمكن استعمالها سواء للتتبيل أو الطبخ.

تجرى مراقبة منتظمة للزيوت الغذائية قبل تسويقها. كذلك، تتم متابعة هذه الزيوت على مستوى الإطعام الجماعي و السريع بالخصوص عند القلي لتقييم مستوى التلف بالحرارة

المنتوج	مؤشر البيروكسيد (méq. d'O2/kg)
زيت إيليو	4.34
زيت فلوريال 100% عباد الشمس	9.39
زيت عافية 100% نباتي	4.15
زيت ويلور 100% نباتي	2.91
زيت لابال 100% نباتي	2.73
زيت لينور	3.60
زيت صافية	3.80
زيت عباد الشمس ليسيور	5.77

بواسطة جهاز مراقبة الزيت المستعمل من طرف أعوان الرقابة بصفة واسعة.

نصائح عملية

- **أي زيت نختار للقلي ؟**

ينصح باستعمال زيوت مستقرة في الحرارة و يتعلق الأمر بالزيوت الغنية بالأحماض الدسمة المشبعة.

- **كيف نراقب الحرارة؟**

يجب ألا تتجاوز الحرارة 180 د.م. يستعمل وضع التسخين المصمم بحيث يحد من ارتفاع درجة الحرارة التي تساعد على تلف الأحماض الدسمة. في درجة حرارة 200 د.م، تتلف الأحماض الدسمة : ظهور الدخان، تغير كيميائي لمكوناتها و تشتعل كل المواد الدسمة تلقائيا ابتدءا من 300 إلى 350 د.م

- **درجة الحرارة الملائمة لكل غذاء**

لا يجب أن تنخفض درجة حرارة الزيت عند غمر الغذاء فيه. لا يجب إذا قلي كمية كبيرة من الأغذية في آن واحد لأنه يسبب إنخفاظ درجة حرارة الزيت و بالتالي تمتص الأغذية كمية أكبر من المادة الدسمة. عموما تستعمل ثلاث أحجام من الزيت لحجم واحد من الغذاء مع غمر الغذاء لمدة طويلة. يختلف إختيار درجة الحرارة حسب نوع الأغذية:

– 160/150 °م للخضر و الأسماك

– 170/160 °م للدواجن و الفطائر

– 180/170 °م للبطاطا المقلية

لا ينصح بإستعمال الزيت لأكثر من ستة مرات.

متى يتم تغييرزيت القلي؟

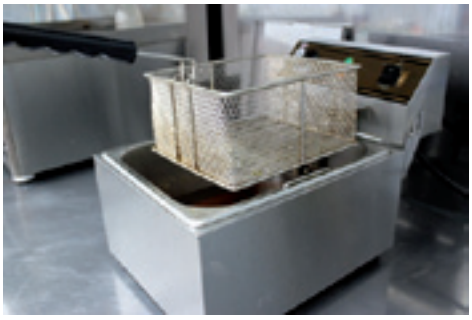
العلامات التي تشير بأن الزيت متلفة هي كالتالي:

– إسمرار لون الزيت ؛

– ظهور رغوة؛

– تصبح الزيت أكثر لزاجة أو بالعكس أكثر كثافة؛

– ظهور دخان و روائح غير مرغوب فيها.



المصدر	درجة الحرارة الحرجة بالدرجة المؤية د.م
الكولزا	204 (مكرر)، 177 (مكرر جزئيا)، 107 (جديد)
عباد الشمس	232 (مكرر أو مكر جزئيا)، 107 (غير مكرر)
الصويا	232 (مكرر)، 177 (مكرر جزئيا)، 160 (غير مكرر)
النخيل	من 240 إلى 260

الشركة الجزائرية للمعارض و التصدير

تقديم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير "صافكس" مؤسسة اقتصادية عمومية شركة ذات أسهم منبثقة من تغيير النشاط الاجتماعي و تسمية الديوان الوطني للمعارض (اونافكس) التي أنشأت في سنة 1971.

المقر الاجتماعي هو قصر المعارض الصنوبر البحري الكائن ببلدية المحمدية بالجزائر العاصمة.

يمثل موقعها الجغرافي على بعد 3 كم من المطار الدولي و 10 كم على وسط المدينة و الميناء ووجود منشئات العرض و كل الملحقات المتعددة بقصر المعارض من بنوك، مطاعم، فضاءات الترفيه و مواقف السيارات، المكان الأمثل لكل الملتقيات المهنية و كذا الراحة و الترفيه.

المهام الرئيسية لصافكس

- تنظيم المعارض العامة و الخاصة على المستوى الدولي ، الوطني ، الجهوي و المحلي
- تنظم مشاركة المؤسسات المصدرة في المعارض الخاصة خارج البلاد.
- إعانة المتعاملين الاقتصاديين في ميادين ترقية التجارة الخارجية فيما يخص :

– الإعلام في ميدان القوانين والتنظيمات التجارية.
– فرض التعامل الاقتصادي و التجاري مع الشركاء الأجانب.
– الإعلام الاقتصادي و التجاري.
– التقارب بين المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين و الأجانب.
– قوانين و ترتيبات التصدير.
– تحرير مجلات و نشريات إعلامية اقتصادية و تجارية.
– تنظيم ملتقيات مهنية، ندوات و محاضرات متخصصة...

تسيير و استغلال كل منشات قصر المعارض.

إمكانيات المؤسسة

– يمتد قصر المعارض على مساحة 68 هكتار و يحتوي على مساحات عرض مغطاة (أجنحة) و مساحات عرض في الهواء الطلق.
– المساحة المغطاة 40960
– المساحة غير المغطاة 25.000م
– قاعات محاضرات متعددة بحجم استيعاب إجمالي يقدر ب 1000 مقعد
– حظيرة السيارات بقدرة استيعاب 8000 مركبة موزعة كما يلي:
6000 للزوار
2000 للعارضين
– هياكل أخرى : مركز صحي، فرقة الحماية المدنية، فضاء انترنيت، مركز امن، بنوك وتأمينات ...

ينظم سنويا قرابة 35 معرض بقصر المعارض تجلب حوالي 1.500.000 زائر بالإضافة إلى تنظيم المعارض المحلية و الجهوية و كذا الخارجية.

المعارض هي الوسيلة المثالية لترقية المنتجات والخدمات و أساس لأي عملية بعث اقتصادي. إنها أيضا الوسيلة الأمثل لإظهار العلامة لتجارية للمؤسسات، مستوى تطورها ،عرض الابتكارات التكنولوجية و ربط علاقات عمل وعقود تجارية و خلق اتصالات لترقية و تطوير الاستثمارات.

لهذا نشهد ظهور هذا العدد المعتبر من منظمي المعارض و الصالونات المتخصصة بقصر المعارض ما يضيف للموقع بعدا آخر على كونه مكان أساسي لترقية الاقتصاد بصفة عامة.
بل إن التطور السريع الذي شهدته صناعة المعارض و الصالونات في الجزائر في السنوات الأخيرة كنتيجة للاستثمارات الضخمة المنجزة من طرف الدولة الجزائرية مصدر حركية و تطوير المؤسسات. دفع السلطات الرسمية أن تطلب من صافكس اقتراح استرا تيجية جديدة لإعادة بعث نشاطاتها بالمناطق الكبرى للوطن حتى تستفيد من وسائل ترقية و تطوير امكتنياتها الجيواقتصادية.

إعادة انتشار صافكس

بموجب القرار رقم 127/08 المؤرخ في 08/05/2012 و المتعلق بإعادة توسيع صافاكس عن طريق خلق مراكز العرض الجهوية، طلبت لجنة مساهمات الدولة من صافاكس الشروع في إنشاء هذه المراكز.
حتى هذا الوقت أربعة ولايات في أربع مناطق كبرى وفرت لصافكس قطع أرضية من اجل الشروع في الدراسات الأولية وتحديد التكلفة وطرح الملف مرة أخرى على مستوى لجنة مساهمات الدولة للحصول على التمويلات.
كمرحلة أولى، الولايات المعنية هي: ورقلة، ادرار، تمنراست، سطيف، عنابة وسيدي بلعباس.
الولايات التي منحت رسميا لصافكس قطع الأراضي هي ورقلة و ادرار.
تحويل قطعة الأرض جاري بالنسبة لولاية لسيدي بلعباس.
بالنسبة لسطيف وعنابة. صافكس في انتظار تحقيق الطلبات المقدمة وفقا لقرار لجنة مساهمات الدولة المذكور أعلاه.
تلقت صافكس طلب لإنشاء مركز عرض جهوي من طرف ولاية قسنطينة هو قيد الدراسة على مستوى وزارة التجارة.
من جهتها ووفقا للنقطة رقم 1 لقرار لجنة مساهمات الدولة، شرعت صافكس في الدراسات الأولية الخاصة بكل المواقع التي حددت قطع الأراضي بها (ورقلة ، تمنراست، سيدي بلعباس، ادرار). المخططات الأولية جاهزة وكذا التقديرات الأولية للتكلفة اللازمة. حولت صافكس الملف على وزارة التجارة قصد برمجته أمام لجنة مساهمات الدولة للحصول على التمويلات المقررة.

برنامج المعارض و الصالونات 2014

جناح	المنظم	تعيين	تاريخ
جانفي			
الجناح المركزي	نانو ايفانتس	صالون مواد التجميل	22-25 جانفي
فيفري			
جناح الاهاقار	اكسبو ا د	سيبال	من 3 إلى 6
جناح القصبة	المركز العالمي للتجارة الجزائرية	ايفانت اكسبو	من 4 إلى 6
الجناح المركزي	الديوان الوطني للسياحة	الصالون الوطني للسياحة والأسفار	من 5 إلى 8
الجناح المركزي جناح القصبة	الوكالة الوطني لدعم التشغيل	الصالون الوطني للتشغيل	من 16 إلى 22
جناح الاتحاد جناح الساورة	ألجانسي	الصالون الدولي للتهيئة والتزيين (المنزل)	من 18 إلى 22
جناح قورارة	ميريدين	الصالون التركي للموضة	من 27 فيفري إلى 1 مارس
مارس			
الجناح المركزي	كوم اكسبوزيوم	الصالون الدولي لقطع الغيار	من3 إلى 6
جناح الاهاقار جناح القصبة	كوم ايفانت	المعرض الدولي للتجهيزات الطبية و الاستشفائية	من 3 إلى 6
جناح الاتحاد جناح الساورة	المركز العالمي للتجارة الجزائرية	صالون المرأة	من 3 إلى 8
جناح البهجة	ألجانسي	صالون الأدوية المتجانسة	من 18 إلى21
قصر المعارض	صافكس	المعرض الدولي للسيارات	من19 إلى 28
جناح البهجة	فيزوال اوربيت	صالون الطفل	من29مارس إلى1افريل
أفريل			
الجناح المركزي جناح القصبة جناح الاهاقار	كوم اكسبوزيوم	الصالون الدولي للصناعات الغذائية جزاقرو	من 21 إلى 24

جناح	المنظم	تعيين	تاريخ
ماي			
قصر المعارض	صافكس	الصالون الدولي للبناء و مواد البناء و الأشغال العمومية	من 4 إلى8 ماي
الجناح المركزي جناح القصبة	صافكس	الصالون الدولي الإعلام الآلي المكتبية و الاتصال	من 15 إلى 19
جناح قورارة جناح الاهاقار جناح الاتحاد	ايكسبو فات	المعرض الدولي للإنتاج و العتاد الفلاحي و الصناعات الغذائية	من 15 إلى 18
جناح البهجة	فير تراد	الصالون البلاستيك	من 18 إلى 20
جوان			
قصر المعارض	صافكس	المعرض الدولي للجزائر	من 18إلى 22
سبتمبر			
الجناح المركزي	صافكس	المعرض الدولي للرياضة والتجهيزات الرياضية	من 18 إلى 22
أكتوبر			
	صا فكس	المعرض الدولي للسيارات الصناعية والنفعية	
نوفمبر			
	صا فكس/ وزارة الأشغال العمومية	المعرض الدولي للأشغال العمومية	
ديسمبر			
	صا فكس	معرض الإنتاج الوطني	

وزير التجارة يستقبل الوزير الاسباني للتجارة

معالي الوزير يستقبل سفير الامارات

معالي الوزير يستقبل السفير الموريتاني

معالي الوزير يستقبل السفير الماليزي

معالي الوزير مع رئيس غرف البحر الابيض المتوسط

الوزير يستقبل وزير التجارة والاستثمار الاجنبي الكوبي

الوزير يتوج أحسن مؤسسة مصدرة

تكريم احد المشاركين في التكوين على حرفة التصدير

الوزير يشرف على لقاء غرف التجارة

معالي الوزير يشرف على توقيع اتفاقية مع الجمارك الجزائرية

معالي الوزير مع لجنة متابعة التجارة الخارجية

معالي الوزير في ندوة صحفية

معالي الوزير في توجيهات الى الموظفين بولاية باتنة

معالي الوزير ضع حجر الاساس لمفتشية بولاية تيزي وزو

الوزير مع مسيري أسواق الجملة

برفقة الوزير الاول وزير التجارة يفتتح معرض الجزائر الدولي

برفقة الوزير الاول وزير التجارة يفتتح معرض الجزائر الدولي

برفقة وزير الداخلية، وزير التجارة يسلم أحد الشباب محل تجاري بعين الدفلى

معالي الوزير يكرم الحصص الخاصة بالمستهلك

معالي الوزير يدشن سوق جواري للشباب بولاية عنابة