

## دراسة تحليلية للقيود القانونية الواردة على نشاط الاشهار في الجزائر

*An analytical study of legal constraints regarding the activity of publicity*

ط. د ياسمين قزاتي<sup>(1)</sup>

كلية الحقوق

جامعة بن يوسف بن خدة - الجزائر 1 (الجزائر)

y.guezati@univ-alger.dz

تاريخ النشر  
02 نوفمبر 2021

تاريخ القبول:  
16 سبتمبر 2021

تاريخ الارسال:  
03 أفريل 2021

### الملخص:

ان الاشهار تقنية تجارية وابداع فني. وان كان عقد الاشهار يخضع لمبدأ سلطان الارادة ولحرية المعاملات التجارية فان محل عقد الاشهار يخضع لبعض الضوابط القانونية وهذا من حيث انتاج الاشهار من جهة؛ وتوزيعه من جهة اخرى، وتتدرج هذه الضوابط من التنظيم الى الحظر تبعا للمصلحة المراد حمايتها والمتعلقة اساسا بحماية كل من النظام العام والآداب العامة، والحماية من المنافسة غير المشروعة وحماية كل من الطفل والمرأة والمستهلك، وحماية البيئة التراث الثقافي وامن الطرقات. ولقد وضع المشرع آليات رقابة لضمان احترامه الحدود القانونية التي فرضها، كما انه عاقب عدم احترام البعض من القيود بعقوبة تكون اما ادارية، واما جزائية .

**الكلمات المفتاحية:** اشهار- اعلان - المستهلك- منافسة - علامة - الطفل - المرأة.

### Abstract:

Publicity is a commercial technique as well as an artistic creation. Eventhough the publicity contract is subject to autonomy and the free will of business transactions, the substance of the contract is subject to some legal controls concerning the production of publicity and it's distribution, and these controls range from regulation to prohibition depending on the service they want to protect, which relates mainly to public order, public decency, the protection against unfair competition, protecting children and women and the consumer as well as protecting the environment, cultural heritage and road safety. For this end, the legislator has put control mechanisms to guarantee the respect of these legal boundries, it has also put sanctions, administrative or penal, according to the case in hand.

**key words:** Publicity - advertising - the consume - concurrence - trademark - children - women

<sup>(1)</sup> المؤلف المرسل: ط. د ياسمين قزاتي \_\_\_\_\_ Email: y.guezati@univ-alger.dz

## مقدمة:

ان تطور التكنولوجيا والعولمة ادى الى تسهيل الانتاج وخلق تدفق للسلع والخدمات، فاصبح تسويق المنتج بحثا عن مستهلك يقتنيه من الاهتمامات الاساسية للمتعاملين الاقتصاديين، ويعد الاشهار الوسيلة الاكثر فعالية في التأثير على المستهلك واقتعال فيه قرار الشراء.

ويعرف الاشهار قانونا على انه جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الاعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية<sup>1</sup>، وأي شكل مصمم أو رسالة محررة أو صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجر أو تعويض، سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حربي أو مهنة حرّة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة<sup>2</sup>.

تتعدد النصوص القانونية التي تؤطر نشاط الاشهار، ويتمثل اهمها في: القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛ والقانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش؛ والقانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير سنة 2014 المتعلق بالنشاط السمي البصري؛ والمرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016 يتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة لبث التلفزيوني أو لبث الإذاعي؛ والقانون رقم 18-11 الممضي في 02 يوليو 2018 المتعلق بالصحة. ولا يوجد اي نص قانوني يشمل بمفرده اهم الاحكام القانونية للاشهار، بل ان كل نص قانوني صدر لتأطير نشاط معين او لحماية فئة معينة تضمن احكام الاشهار المتعلقة بهذا النشاط او تلك الفئة، ودراستنا هذه تهدف الى استخراج كل الاحكام القانونية المتعلقة بالاشهار المتواجدة في مختلف النصوص القانونية وذلك للكشف على كل القيود القانونية الواردة على هذا النشاط.

يعد الاشهار نشاط تجاري حديث النشأة في الجزائر مقارنة بالدول المتقدمة<sup>3</sup>، وهو يخضع لمبدأ حرية التعبير وحرية التجارة طبقا للدستور الجزائري، وبالإضافة الى القواعد القانونية العامة التي تحكم الأنشطة التجارية، فانه توجد بعض الاحكام الخاصة التي تحد من حرية هذا النشاط لتندرج من الحظر المطلق الى مجرد التنظيم وهذا بهدف حماية المستهلك المستهدف من الاشهار. ويعرف الاشهار تطور مستمر في تأطيره القانوني فلم يعد يشمل النظام الحمائي للاشهار المستهلك فقط وانما تعداه ليشمل حماية النظام العام والاداب العامة اضافة الى حماية المتعاملين الاقتصاديين كذلك. وهذا ما يلزم التعرف على الحدود القانونية لحرية نشاط الاشهار التجاري الذي يكون موضوعه السلع والخدمات من حيث انتاجه وتوزيعه.

ان الاشهار تقنية تجارية وابداع فني، ناتج عن عقد اشهار يربط كل من المعلن المتمثل في طالب الاشهار بقصد تسويق سلعته او خدمته، والوكالة الاشهارية التي تتولى الاشهار بالتخطيط والاعراج للمنتوج الاشهاري تحت اقتراحات ورقابة المعلن، ويشكل محل عقد الاشهار الدعاية الاشهارية التي يتم نشر الاشهار بواسطتها<sup>4</sup>. ويخضع عقد الاشهار لمبدأ سلطان الارادة ولحرية المعاملات التجارية، الا ان محل عقد الاشهار يخضع لبعض الضوابط القانونية فما هي هذه الضوابط من حيث انتاج الاشهار من جهة؛ وتوزيعه من جهة اخرى؟ وسيتم معالجة هذا الموضوع بمنهج تحليلي من خلال الخطة المنهجية الاتية:

المبحث الاول: الحدود القانونية لانتاج الاشهار

المبحث الثاني: الحدود القانونية لتوزيع الاشهار

### المبحث الأول: الحدود القانونية لانتاج الاشهار

وضع المشرع الجزائري حدودا قانونية لانتاج الاشهار تميزت بالتدرج في الحد من حرية نشاط الاشهار لتبدأ بالتنظيم ثم الحظر المطلق الا ان هذا التاطير القانوني لم يمنع المشرع من اللجوء الى اسلوب التحفيز على اللجوء الى الاشهار في بعض الانشطة<sup>5</sup>. مما ينبغي التفصيل في هذه الاحكام ضمن ما يلي:

#### المطلب الأول: تنظيم انتاج الاشهار

لجأ المشرع الى تنظيم لجوء المتعامل الاقتصادي الى الاشهار في حالة ما اذا كان يمارس بعض الانشطة المقتنة. ويمكن اعتبار ان نشاطا ما مقننا اذا كان يخضع للقيد في السجل التجاري، ويستوجب بطبيعته، وبمحتواه وبمضمونه، توفر شروط خاصة للسماح بممارسته<sup>6</sup>، وذلك لتعلق النشاط بانشغالات او مصالح اساسية للمجتمع والدولة معا<sup>7</sup>. وتتمثل الانشطة التي نظم المشرع كيفية اللجوء الى الاشهار بشأنها تارة وكيفية تحديد مضمون الاشهار عند انتاجه تارة اخرى فيما يلي:

#### الفرع الاول: نشاط انتاج وتوزيع المواد الصيدلانية

لقد علق المشرع اللجوء الى الاشهار فيما يخص الادوية الصيدلانية بالنسبة لكل من منتجي المواد الصيدلانية وكل متعامل متخصص في الترقية الطبية<sup>8</sup> على شرط الحصول على رخصة من الادارة كقاعدة عامة لذلك<sup>9</sup>. ولقد ميز المشرع بين الاشهار للمواد الصيدلانية المسجلة بصفة منتظمة والتي من بينها ما هو واجب البيع بوصفة طبية وقابل للتعويض وبين الاشهار للمواد الصيدلانية الغير قابلة لتعويض، فبينما لم يسمح باللجوء الى الاشهار بالنسبة للمواد الصيدلانية القابلة للتعويض الا للمهنيين فقط دون الجمهور واشترط لذلك الحصول على ترخيص مسبق من الوكالة الوطنية للمواد الصيدلانية<sup>10</sup>، فانه لم يسمح بالاشهار للجمهور

الا فيما يخص المواد الصيدلانية الا بالنسبة للدواء المستعمل في الطب البشري والمسجل والمصادق عليه بصفة قانونية والغير قابل للتعويض<sup>11</sup>. وذلك بشرط الحصول على تأشيرته تسمح بالاشهار تسلم من طرف الوكالة الوطنية للمواد الصيدلانية أيضا، مع تقديم مسبقا جميع عناصر انتاج الاشهار<sup>12</sup>.

ولقد تم تحديد اجباريا جزء من مضمون الاشهار بهدف اعلام المستهلك وحمايته<sup>13</sup>. كما انه لنفس غرض حماية المستهلك تم استثناء بعض الادوية من الاشهار والتي تتعلق اساسا بالامراض التي يصعب شفاؤها لعدم احداث الامل الزائد لدى المرضى مثل مرضي السرطان والعقم<sup>14</sup>.

### الفرع الثاني: نشاط انتاج وتوزيع الادوية البيطرية

لقد علق المشرع اللجوء الى الاشهار فيما يخص الادوية البيطرية بالنسبة لكل من الطبيب البيطري والصيدلي، المسؤول عن مؤسسات تحضير الادوية البيطرية وبيعها بالجملة أو توزيعها<sup>15</sup> على شرط الحصول على رخصة من الادارة لذلك تسمى الترخيص ويسلمها وزير الفلاحة<sup>16</sup>، ولا تسلم هذه الرخصة الا في حالة ما اذا كان الدواء يرخّص بوصفه وتسليمه<sup>17</sup>، ولا يتطلب وصفة طبية لبيعه<sup>18</sup>. ولقد تم تحديد اجباريا جزء من مضمون الاشهار بهدف اعلام المستهلك بالمنتج ومصدره<sup>19</sup>.

### الفرع الثالث: نشاط انتاج وتوزيع مواد الصحة النباتية

بالاضافة الى اعتبار ان نشاط توزيع مواد الصحة النباتية هو نشاط مقنن<sup>20</sup>، فان الاشهار الذي يكون موضوعه مواد الصحة النباتية يشترط فيه ان تكون تلك المواد موافق عليها من طرف سلطة الصحة النباتية<sup>21</sup> بموجب قرار اداري هي الاخرى، والا يتضمن الاشهار الا اوجه الاستعمال المذكورة في قرار الموافقة<sup>22</sup>.

### الفرع الرابع: نشاط امتياز بيع السيارات الجديدة

لقد نظم المرسوم التنفيذي رقم 15 - 58 المؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، والذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة؛ نشاط امتياز بيع السيارات الجديدة الا انه لم يضع حدودا كثيرة لحرية الاشهار على بيع السيارات الجديدة، وانما اشترط فقط الا يكون مضمون الاشهار من شأنه ان يمس بامن مستعملي الطرقات كالتحريض على السرعة مثلا<sup>23</sup>.

### المطلب الثاني: الحظر عند انتاج الاشهار

ان أكبر قيود قانونية للاشهار تنصب على الممنوعات يجب تفاديها عند انتاج الاشهار، وتتعلق هذا الممنوعات اساسا بالنشاط محل الاشهار وبموضوع نشاط المتعامل الاقتصادي محل الاشهار وبمحتوى الاشهار وهذا ما سوف نفصل فيه في الفروع الثلاثة الاتية:

#### الفرع الاول: الحظر بناء على النشاط محل الاشهار

تخضع بعض المهن الى الحظر المطلق من اللجوء الى اجراء الاشهار وذلك باعتبار انها مهن ذات اخلاقيات يمنع فيها المنافسة بين ممارسيها مثلما هو الحال لدى التجار، كما انه لا يجوز لهؤلاء المهنيين استغلال سوء دراية المستهلك بمهنتهم والخدماتهم أوالمنتجات التي يعرضونها للبيع والتاثير بالتالي على خياره، وتتمثل هذه المهن فيما يلي:

- نشاط الطب، وطب الاسنان<sup>24</sup>؛

- نشاط الصيدلة<sup>25</sup>؛

- الحمامة<sup>26</sup>؛

- النشاط السياسي<sup>27</sup>.

#### الفرع الثاني: الحظر بناء على موضوع نشاط المتعامل الاقتصادي

يمنع الاشهار بشأن المواد المحظورة والانشطة المحظورة بالاضافة الى الاسلحة والذخيرة والاسلحة البيضاء<sup>28</sup>، كما انه يمنع الاشهار الذي يكون محله بعض المواد رغم ان المتاجر بها مسموح به قانونا وذلك لعدم التشجيع على استهلاكها، وتتمثل هذه المواد في التبغ<sup>29</sup> والكحول<sup>30</sup>.

#### الفرع الثالث: الحظر بالنسبة لمحتوى الاشهار

ان اكبر تدخل للمشرع في نشاط الاشهار يتعلق بمحتوى الاشهار عند انتاجه وذلك بوضعه حدودا قانونية لحماية فئة معينة من الاشخاص من جهة ولحماية مصالح اساسية في الدولة والمجتمع من جهة اخرى.

#### أولا - الحظر حسب فئة الاشخاص المستهدف حمايتهم:

##### 1- الانسان في حقوقه الاساسية:

يمنع استخدام كل مضمون اشهاري من شأنه ان يمس بسلامة جسد الانسان كالاشهار للتبرع بالاعضاء<sup>31</sup>، وكما انه يمنع تضمن الاشهار ما قد يمس بكرامة وشرف الانسان وكل ما لا يليق بهما<sup>32</sup> مثل التمييز العرقي والجنسي<sup>33</sup>. ويمنع ايضا في هذا السياق الاعتداء على الحقوق اللصيقة بالشخصية من خلال تصوير اي شخص دون الموافقة الصريحة على اخذ صورته من جهة، ودون الموافقة الصريحة على نشرها من جهة أخرى<sup>34</sup>.

## 2- حماية الطفل:

- <sup>35</sup> لقد أكد المشرع في عدة نصوص قانونية على ضرورة احترام حقوق الطفل وحمايته ولقد تم التفصيل في مظاهر هذه الحماية على الوجه الآتي:
- منع الاشهار لبدائل الرضاعة الطبيعية<sup>36</sup>،
  - عدم استغلال سذاجة الأطفال،
  - عدم تضمن الاشهار أي إشارة أو تلميح من شأنه أن يسبب لهم أي ضرر<sup>37</sup>،
  - عدم استعمال الاطفال في وصف المنتج أو الخدمة محل الاشهار<sup>38</sup>،
  - عدم استعمال الاطفال كممثلين رئيسيين، إلا في حالة ما إذا وجدت صلة مباشرة بينهم وبين المنتج أو الخدمة محل الاشهار<sup>39</sup>.

## 3- حماية المرأة:

منع المشرع المساس بالمرأة سواءا كان ذلك المساس ماديا او معنويا، مباشرة او غير مباشرة، ولقد اكد خاصة على عدم المساس بكرامتها او شرفها<sup>40</sup>.

## 4- حماية بعض الشخصيات وهيئات الدولة:

لم ينص المشرع على حماية بعض الشخصيات وهيئات الدولة في النصوص القانونية التي عالجت موضوع الاشهار، الا ان ذلك ليس اغفالا منه وانما لانه قد سبق له وان شدد في حمايتهم وذلك بالنص في قانون العقوبات على ان المساس بهم باي طريقة تعبير كانت يشكل جريمة معاقب عليها قانونا. وهكذا يعاقب قانون العقوبات الجزائري كل من يسيء إلى رئيس الجمهورية بعبارات تتضمن إهانة أو سبا أو قذفا<sup>41</sup>، كما يعاقب كل من يسيء إلى احد الرسل والانبياء<sup>42</sup>، كما انه يعاقب ايضا كل من يهين او يسب أو يقذف البرلمان أو إحدى غرفتيه أو الجهات القضائية أو ضد الجيش الوطني الشعبي أو أية هيئة نظامية أو عمومية أخرى<sup>43</sup>. وعليه فانه طبقا للقواعد العامة يحظر ان يتضمن الاشهار عند انتاجه أي مساس بالاشخاص وهيئات الدولة المذكورين اعلاه ولو كان ذلك بنية الفكاهة او لاي حسن نية أخرى.

## 5- حماية المستهلك:

ان من أهم القيود الواردة على حرية نشاط الاشهار هي تلك التي تهدف الى حماية المستهلك، فبالإضافة الى القواعد العامة لحماية المستهلك الواردة في القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فلقد شدد المشرع على بعض اوجه حماية المستهلك بالتأكيد عليها في عدة نصوص خاصة وبالتدقيق في مظاهرها، وعلى هذا الاساس فانه يوجد عدة ممنوعات عند انتاج الاشهار تتعلق بحماية المستهلك نلخصها فيما يلي:

#### 5-أ- الكذب في الاعلان فيما يتعلق بوصف وخصائص المنتج<sup>44</sup> :

ولقد اكد المشرع بموجب نصوص على حظر الكذب في الاشهار وضروره التحلي بالصدق بالنسبة لعدد نشاطات فصلها فيما يلي:

- صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية<sup>45</sup> ؛

- وكالات السياحة والأسفار<sup>46</sup> ؛

- المؤسسات الخاصة للتكوين العالي<sup>47</sup> ؛

#### 5-ب- احداث اللبس في ذهن المستهلك :

منع المشرع من اي مضمون اشهاري من شأنه ان يحدث اللبس في ذهن المستهلك سواء اكان ذلك بطريقة مباشرة او غير مباشرة<sup>48</sup> . ويقصد باللبس عدم اعطاء كل المعلومات المتعلقة بالمنتج او الخدمة محل الاشهار اللتي تكون كافية ونافية للجهالة طبقا لاحكام المادة 17 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش اللتي نصت على حق المستهلك في الاعلام، ومختلف احكام المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة باعلام المستهلك. وينصب اللبس المحظور في الاشهار اساسا على المعلومات اللتي يجب اعلام المستهلك بها والمتعلقة بوصف وخصائص المنتج<sup>49</sup> .

#### 5-ج- تضليل المستهلك :

اعتبر المشرع أن أي مضمون اشهاري من شأنه ان يؤدي الى تضليل المستهلك سواء اكان ذلك بطريقة مباشرة او غير مباشرة اشهارا غير قانوني وبالتالي محظور<sup>50</sup> . ويقصد بتضليل المستهلك ان يكون مضمون الاشهار يؤدي الى جعل في ذهن المستهلك معلومة غير صحيحة<sup>51</sup> .

#### 5-د- استغلال سذاجة المستهلك :

يعد المستهلك طرفا ضعيفا بالنسبة للمهني ولهذا اعتد المشرع في تحديده مضمون الاشهار بمعيار الرجل البسيط وليس رب الاسرة الحريص ولا حتى معيار الرجل العادي، وذلك انطلاقا من السذاجة اللتي يتسم بها المستهلك مقارنة بالمتخصصين في مهن الاشهار والتجارة. وعلى هذا الاساس منع المشرع من استعمال أي مضمون اشهاري من شأنه استغلال سذاجة المستهلك<sup>52</sup> .

وفي اطار حماية المستهلك من استغلال سذاجته فان المشرع منع صراحة من استغلال نفوذ ومصداقية بعض الشخصيات العمومية او ممارسي بعض الوظائف لدفعه على الشراء، فمنع عند انتاج الاشهار اللجوء من اجل التمثيل الى كل من الأشخاص اللذين يقدمون بصفة منتظمة النشرات الإخبارية السمعية البصرية والمجلات الإخبارية، في وسائل الإعلام العمومية،

واعضاء او مدير السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني من جهة<sup>53</sup>، والأشخاص الذين يشكلون مثل ساء للمجتمع بان يكونوا محل متابعة جزائية من جهة أخرى<sup>54</sup>.

#### 6- حماية المتعاملين الاقتصاديين:

يخضع انتاج الاشهار الى مبادئ المنافسة النزيهة بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين<sup>55</sup>، ولهذا فلقظ حظر المشرع اللجوء الى بعض الممارسات التي من شأنها المساس بالنزاهة والتي نذكرها فيما يلي:

##### 6-أ- حظر المساس بسمعة ومصداقية اي متعامل اقتصادي:

يمنع المساس بسمعة ومصداقية اي متعامل اقتصادي من خلال محتوى الاشهار، وذلك سواء أعلق الامر باستعمال طرق مباشرة بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته، أو بطرق غير مباشرة بإحداث خلل في تنظيمه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية<sup>56</sup>.

##### 6-ب- حظر الاشهار المقارن:

يقصد بالإشهار المقارن قيام المعلن بالدعاية لمنتجاته عن طريق المقارنة بإبراز المزايا المعلن عنها مقارنة بعيوب غيرها<sup>57</sup>. وعليه فانه يحظر اللجوء في مضمون الاشهار الى المقارنة بين منتج أو خدمات متعامل اقتصادي آخر بتحديدده أو الإشارة اليه شخصيا أو الإشارة الى السلع التي ينتجها والخدمات التي يقدمها<sup>58</sup>، أو اية عنصر من عناصر الملكية الصناعية التي يملكها<sup>59</sup>.

##### 6-ج- حظر تقليد علامة متعامل اقتصادي آخر:

لقظ جرم المشرع فعل تقليد علامة تجارية طبقا لاحكام المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات<sup>60</sup>، ورغم ذلك فانه اكد حماية لحقوق المتعاملين الاقتصاديين في المادة 27 من القانون رقم 02 - 04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على منع تضمن اي اشهار تقليدا للعلامات المميزة لاي عون اقتصادي، ولقد وسع المشرع في مفهوم التقليد حماية للمتعاملين الاقتصاديين بمنعه تقليد ليس العلامة فحسب بل حتى تقليد المنتجات أو الخدمات أو محتوى الاشهار الذي يقوم به متعامل اقتصادي منافس<sup>61</sup>.

#### ثانيا - الحظر حسب المصلحة المراد حمايتها:

##### 1- النظام العام والآداب العامة:

يمنع ان يتضمن الاشهار اي مساس بالنظام العام والآداب العامة؛ سواء أعلق الامر بسيادة الدولة<sup>62</sup>، أو المواد المحظورة<sup>63</sup> حتى وان كان في شكل لعب<sup>64</sup>.

## 2- اللغة العربية؛

ان اللغة العربية هي اللغة الرسمية للدولة الجزائرية بموجب نص دستوري وهذا ما يعد من النظام العام، ورغم ذلك فلقد اكد المشرع في عدد كبير من النصوص القانونية الخاصة على الزامية انتاج الاشهار باللغة العربية وذلك منذ سنة 1991<sup>65</sup>، ثم اثر تعديل الدستور وجعل اللغة الأمازيغية اللغة الرسمية الثانية للدولة سمح سنة 2016 بانتاج الاشهار بهذه اللغة ايضا، ولقد سمح استثناءا باستعمال لغة اجنبية بشرط توفر عنصر الضرورة والحصول على رخصة من سلطة ضبط السمعي البصري<sup>66</sup>.

## 3- الدين؛

ان دين الدولة هو الاسلام بموجب نص دستوري وهذا ما يعد من النظام العام ايضا، الا ان المشرع منع اي مساس بدين الاسلام من خلال الاشهار بموجب نصوص خاصة<sup>67</sup>، كما منع ان يكون موضوع الاشهار اي ديانة اخرى<sup>68</sup>.

### المبحث الثاني: الحدود القانونية لتوزيع الاشهار

يتم توزيع الاشهار عبر دعائم متعددة تتنوع بتنوع الاشهار فبالنسبة للاشهار المكتوب وهو اقدم انواع الاشهار فان دعائمه تتمثل في النشريات الدورية سواءا أكانت في شكل جرائد أو مجلات، والكتيبات الاشهارية، والتعليق في الاماكن العمومية، والانترنت. أما بالنسبة للاشهار السمعي فان دعائمه تتمثل في الراديو، في حين انه بالنسبة للاشهار السمعي البصري فان دعائمه تتمثل في التلفزة والانترنت والسمما. ويتميز كل نوع من الاشهار بقيود خاصة بالنسبة لتوزيعه عبر الدعائم الخاصة به وتندرج هذه القيود من التنظيم الى الحظر وهذا ما سنتفصله في المطبين الآتين تباعا:

#### المطلب الأول: تنظيم توزيع الاشهار في بعض الدعائم

يختلف تنظيم توزيع الاشهار بحسب الوسيلة المستعملة التي اما ان تكون مكتوبة واما ان تكون سمعية بصرية.

#### الفرع الاول: تنظيم توزيع الاشهار المكتوب

##### أولا - تنظيم الاشهار المكتوب في النشريات الدورية؛

لا يمكن المبالغة في توزيع الاشهار المكتوب في النشريات والجرائد بحسب القدرة المالية للمعلن باعتبار ان القانون نظم المساحة الاشهارية المسموح بها لأية نشرية دورية للإعلام العام بعدم سماحه بتجاوز المساحة الاجمالية المخصصة للاشهار ثلث (3/1) النشرية الدورية للإعلام<sup>69</sup>.

## ثانيا - تنظيم توزيع الاشهار المكتوب عن طريق التعليق:

يهدف تنظيم الاشهار المكتوب عن طريق التعليق الى الحفاظ على البيئة والتناسق الجمالي للمدينة اضافة الى حماية الامن المروري والنظام العام.

### 1- احتكار الوكالة الوطنية لنشر والاشهار ANEP للتعليق في الاماكن العمومية:

يتعين على كل موزع للاشهار عن طريق التعليق في الاماكن العمومية التعاقد مع الوكالة الوطنية لنشر والاشهار ANEP لتتولى تعليق الاشهار على السنادات الدعاية المخصصة لذلك؛ باعتبار ان لوحات الاعلان ملك لها وأنه تمنح لها امكنة اللصق بطريق التعاقد وبعوض<sup>70</sup>، كما انها هي من تقوم بتهيئة وأنجاز وتسيير المساحات الإشهارية، وذلك بالاتصال مع الجماعات المحلية وكل هيئة أخرى معنية<sup>71</sup>.

### 2- تنظيم الاشهار في الاماكن المصنفة على انها مجال محمي<sup>72</sup>:

يخضع توزيع الاشهار في الاماكن المصنفة على انها مجال محمي الى احكام حماية خاصة تحددها السلطة التنفيذية حسب الحالات، وهي تهدف اساسا الى حماية التنوع الطبيعي؛ ومنع تشويه خصوصية المجال المحمي<sup>73</sup>.

### 3- تنظيم الاشهار في المجمعات السكنية:

سمح المشرع بتوزيع الاشهار في التجمعات السكنية والتي غالبا ما تكون ملصقات، الا انه قيد هذا التوزيع من حيث حجم دعائم الاشهار والتي يجب ان تتناسب مع مقتضيات المكان المراد اللصاق فيه سيما مساحته وارتفاعه وتقنيات الصيانة الواجب اتخاذها<sup>74</sup>.

### 4- تنظيم الاشهار باشتراك رخصة الطرق والشبكات:

يمنع اقامة لوحات واعلانات اشهارية وكل تركيب اشهاري في الملك العمومي للطرق والطرق السيارة بدون رخصة شبكة الطرق<sup>75</sup>، وحتى لو كان ذلك في الممتلكات المجاورة<sup>76</sup>. وتتجسد رخصة الطرق والشبكات في عقد اداري محدد المدد يرخّص بموجبه كل استعمال أو شغل فردي او جماعي لاجزاء من الملك العمومي للطرق والطرق السيارة<sup>77</sup>. لقد شدد المشرع على ضرورة استصدار هذه الرخصة قبلية بترتيب عقوبة جزائية في حالة تخلفها<sup>78</sup>.

## الفرع الثاني: تنظيم توزيع الاشهار السمعي البصري:

تشمل الاحكام القانونية المؤطرة للاشهار السمعي البصري كل من الاشهار السمعي والبصري والاشهار السمعي فقط. ويخضع كلاهما الى نفس القيود القانونية التي تنظم توزيعهما وتتمثل فيما يلي:

- لا يمكن بث اي رسالة اشهارية سمعية بصرية دون الموافقة المسبقة والمكتوبة للمعلن<sup>79</sup>.
- يجب ألا يتجاوز مدد بث مجمل الرسائل الاشهارية ثلاث (3) دقائق، والتي تخضع بدورها

الى قيد زمني آخر يلزم بعدم تجاوز الوقت المخصص لبث مجمل الرسائل الإشهارية ست (6) دقائق عن كل ساعة من البث في المعدل السنوي للقناة<sup>80</sup>.

- للإشهارات المتعلقة بالإحتمالات ذات المنفعة العامة أولوية في العرض مقارنة بالإشهارات التجارية<sup>81</sup>.

- يجب تمييز عرض الإشهار عن باقي البرامج الاعلامية بان يسبقه بعبارة "إشهار"<sup>82</sup>.

- لا يثبت الإشهار الا ضمن الفواصل العادية للبرامج<sup>83</sup>، ولا يجوز ان يقطع بعض البرامج الا بشروط محددة تفصلها فيما يلي:

أ- بالنسبة للأعمال السينماتوغرافية فانه لا يمكن قطعها بإشهار الا في حدود مرتين على الا يتجاوز مجموع وقت بث كلا الإشهارين ست (06) دقائق<sup>84</sup>.

ب- بالنسبة لنقل المنافسات الرياضية التي لا تحتوي على فواصل لبث الرسائل الإشهارية فانه لا يمكن قطعها بإشهار الا بعد مرور ثلاثين (30) دقيقة على الأقل، ما بين فاصلين متتاليين للحصة<sup>85</sup>.

#### **المطلب الثاني: حظر توزيع الإشهار في بعض الدعام**

لم يتدخل المشرع بوضع قيود قانونية مانعة لتوزيع الإشهار الا في حدود ما يضمن حماية الامن في الطرقات من جهة، وحماية البيئة والطابع الجمالي للمدينة من جهة اخرى.

#### **أولا - منع توزيع الإشهار حماية للامن في الطرقات:**

يمنع تعليق أي إشهار مضيء أو جهاز عاكس متألق على المركبات وهذا لانه قد يؤدي الى عدم وضوح رؤية الطريق من طرف مستعمليها، مما قد يكون سببا في حوادث مرور<sup>86</sup>.

#### **ثانيا - منع توزيع الإشهار حماية للبيئة والطابع الجمالي للمدينة:**

يمنع تعليق اي اشهار على العقارات المصنفة على انها آثارا تاريخية، أو طبيعية، أو مواقع مصنفة. كما انه يمنع تعليق الإشهار في المساحات المحمية، وفي مباني الإدارات العمومية، وعلى الأشجار، وكل عقار يكتسي طابع جمالي أو تاريخي<sup>87</sup>.

#### **خاتمة:**

لم يكتف المشرع بوضع حدود قانونية لإنتاج الإشهار فقط وانما وضع آليات رقابة لضمان احترامها تمثلت أساسا في المجلس الاعلى للإعلام، وسلطة الضبط السمعي والبصري، وسلطة ضبط الصحافة المكتوبة، ولجنة مراقبة الإشهار بشأن المنتجات الصيدلانية، والهيئة التربوية الاستشارية لدى النشريات الموجهة للأطفال و/أو الشباب. كما انه جرم عدم احترام البعض من القيود ووضع لها عقوبات تكون حسب الاحوال اما ادارية تندرج من الاعذار ثم

العقوبة المالية ثم تعليق الرخصة، الى سحب الرخصة مع ضرورة اعلام الجمهور بالعقوبة المسلطة، واما جزائية تتمثل في الغرامة و/أو الحبس.

تعد القيود القانونية الواردة على نشاط الاشهار في الجزائر مبررة قانونا وشرعا رغم تعددها وتنوعها، الا اننا نقترح بهدف تطوير نشاط الاشهار رفض بعض القيود لتتوافق مع حرية التجارة والمتمثلة اساسا في الاعضاء من الرخصة الادارية المفروضة بالنسبة للاشهار الذي يكون موضوعه المواد الصيدلانية والادوية البيطرية باعتبار ان الحدود القانونية في هاذين المجالين واضحة ويفترض تطبيقها تلقائيا دون حاجة الى فرض رقابة ادارية مسبقة عليها والتي لا تعد الا عرقلة لنشاط الاشهار. كما اننا نوصي بوضع حد لاحتكار الوكالة الوطنية للنشر والاشهار ANEP للتعليق في الاماكن العمومية لانها تؤثر على حرية الاعلام وتعرقل هي الاخرى نشاط الاشهار. وينبغي ايضا الا يقتصر التاثير القانوني لنشاط الاشهار على وضع قيود قانونية فقط، وانما يجب ان يتعداها ليشمل حماية حرية انتاج الاشهار وتوزيعه باعتباره نشاط تجاري.

### الهوامش:

- <sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- <sup>2</sup> - المادة 07 من القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير سنة 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري.
- <sup>3</sup> - ظل نشاط الاشهار محتكرا من طرف الدولة في الجزائر بموجب الأمر رقم 68 - 78 المؤرخ في 12 أبريل سنة 1968 الذي يتضمن تأسيس احتكار للإشهار التجاري الى غاية تعديل الدستور.
- <sup>4</sup> - قاسمي بلقاسم، المرجع السابق، ص 36-37.
- <sup>5</sup> - لجأ المشرع الجزائري الى اسلوب التحفيز على اللجوء الى الاشهار وذلك في بعض الانشطة وهي كالاتي:  
أ- لقد حفز المشرع كل من النادي الرياضي المحترف، والنادي الرياضي الهواي على اتخاذ جميع التدابير التي من شأنها أن تساهم في تطوير مواردهما المالية، لاسيما من خلال القيام بجميع نشاطات الإشهار والدعم والرعاية، وذلك بنص صراحة على انها تعد من المهام التي يجب ان يسعي الى تحقيقها، باعتبار ان نشاطهما نشاط مقنن يخضع لشروط محددة قانونا من اجل ممارسته. ولقد نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 73 - 15 مؤرخ في 16 فبراير سنة 2015، الذي يضبط الأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف ويحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات الرياضية التجارية على انه: "يكلف النادي الرياضي المحترف، في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما بتحسين مستواه التنافسي الاقتصادي والرياضي وكذا لرياضييه عبر مشاركته في التظاهرات والمنافسات الرياضية المدفوعة الأجر وتوظيف مؤطرين ورياضيين مقابل أجره وكذا ممارسة كل الأنشطة التجارية المرتبطة بموضوعه. وبهذه الصفة، يكلف، لاسيما بما يأتي: ... - القيام بكل نشاط إشهار ورعاية وتكفل من شأنه المساهمة في تطوير موارده المالية....". كما نصت المادة 03 من ملحق المرسوم التنفيذي رقم 74 - 15 المؤرخ في 16 فبراير سنة 2015، الذي يحدد أحكام القانون الأساسي النموذجي المطبق على النادي الرياضي الهواي والمتضمن القانون الأساسي النموذجي للنادي الرياضي على انه: "يتولى النادي الهواي المهام الآتية: ... - اتخاذ جميع التدابير التي من شأنها أن تساهم في تطوير موارده المالية، لاسيما من خلال القيام بجميع نشاطات الإشهار والدعم والرعاية."

ب- لقد حظى المشرع على الاشهار من اجل تنمية استهلاك زيت الزيتون من خلال المصادقة على الاتفاق الدولي لزيت الزيتون لعام 1979<sup>5</sup>، وذلك بهدف تعميم وزيادة استهلاك زيت الزيتون لانها مادة مفيدة لصحة المستهلك وهذا بناء على نص المادة 15 - 1 من المرسوم رقم 80 - 97 المؤرخ في 6 أبريل سنة 1980 الذي يتضمن المصادقة على الاتفاق الدولي لزيت الزيتون لعام 1979. على انه: "1- يتعهد الأعضاء المساهمون في صندوق الدعاية المشار إليه في الفقرة 3 من هذه المادة بأن يضطلعوا بصوره مشتركة بأنشطة عامة للدعاية لزيت الزيتون قصد المحافظة على مستوى استهلاك هذه السلعة وزيادة استهلاكها في العالم، مع الاعتماد في ذلك على استعمال تسمية "زيت الزيتون" حسب تعريفها في المادة 10."

ج - لقد حظى المشرع الجزائري على الاشهار المتعلق بالزكاؤ والأنشطة المتعلقة باستثمار الاملاك الوقفية وذلك من خلال جعل اللجوء الى الاشهار في هاتين الحالتين من بين مهام الادارة المركزية لوزارة الشؤون الدينية والاعواق وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000-146 المؤرخ في 28 يونيو سنة 2000 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، وذلك بنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-427 مؤرخ في 07 نوفمبر 2005 الذي يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 2000-146 المؤرخ في 28 يونيو سنة 2000 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة الشؤون الدينية والأوقاف على انه: " تتمم أحكام المرسوم التنفيذي رقم - 2000 146 المؤرخ في 28 يونيو سنة 2000 والمذكور أعلاه بالمادة 6 مكرّر تحرّر كما يأتي: " المادة 6 مكرّر: "... المديرية الفرعية لاستثمار الاملاك الوقفية وتكّلف بما يأتي:--- وضع آليات إعلامية واشهارية لمشاريع استثمار الملك الوقفي. - المديرية الفرعية للزكاؤ وتكّلف بما يأتي:--- تنظيم أيام إعلامية واشهارية...".

<sup>6</sup> - انظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-234 الممضي في 29 غشت 2015، الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة الأنشطة والمهن المنظمة الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري.

<sup>7</sup> - انظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 15-234 الممضي في 29 غشت 2015، الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة الأنشطة والمهن المنظمة الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري.

<sup>8</sup> - انظر الفقرة الاولى من المادة 238 من القانون رقم 18-11 الممضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة.

<sup>9</sup> - وتنص المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 286 المؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري على انه: "تعفى البيانات، التي تذكر على التوضيحات والأوعية، ونشرات التخصصات الصيدلانية أو مذكراتها الإعلامية، من تأشير الإشارات إذا كانت مقتصرة على ما ذكر من بيانات في الملحق بقرار تسجيل المنتج (خلاصة مواصفات المنتج)". كما تنص المادة 12 من ذات المرسوم على انه: "يعفى من تأشير الإشارات كذلك، ما يأتي: - الإشارات الذي يعني التخصصات الصيدلانية والموجه إلى الاطباء والصيدلة وجراحي الاسنان، عندما لا يشتمل على أي زخرفة ويتضمن جميع البيانات المذكورة في الملحق بقرار تسجيل المنتج (خلاصة مواصفات المنتج)،- القواميس والمعلومات من النوع ذاته، الموجهة إلى إعلام السلك الطبي عندما تذكر فيها، بصدد التخصصات الصيدلانية المعنية، جميع المواصفات المذكورة في الملحق بقرار تسجيل المنتج (خلاصة مواصفات المنتج)، - الفهارس المهنية، المتعلقة بأسعار المنتجات الصيدلانية وشروط بيعها. غير أن النصوص والكتب أو الوثائق الإخبارية أو الإعلامية، المعفاة من تأشير الإشارات، يتعين على سبيل الوجوب أن تودع لدى الوزير المكلف بالصحة قبل نشرها."

<sup>10</sup> - تنص الفقرات 01، و02، و04، و07، و08 من المادة 237 من القانون رقم 18-11 ماضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة، على أنه: " يتمثل الاشهار للمواد الصيدلانية الموجه لمهني الصحة في كل نشاط يتم بموجبه

الترويج لوصف المواد الصيدلانية وتسليمها، ويخضع للترخيص المسبق من الوكالة الوطنية للمواد الصيدلانية ولا يجوز الا بالنسبة للمواد الصيدلانية المسجلة بصفة منتظمة. يجب ألا يكون الاشهار تضليلا ولا مضرا بحماية الصحة العمومية. ويجب أن يقدم الدواء أو المنتج بصفة موضوعية ويشجع على حسن استعماله... يمنع الاشهار لدواء ما عندما يكون الدواء محل اعادة تقييم معدل الفائدة بالنسبة للخطر... يمنع الاشهار للمواد الصيدلانية والترويج لها تجاه الجمهور بكل الوسائل الاعلامية. تمنع العينة الطبية في الاشهار والترويج".

11 - انظر المادة 240 من القانون رقم 18-11 امضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة. وكذلك المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 286 مؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

12 - انظر المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 286 مؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

13 - انظر نص المادتين 15، و16 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 286 مؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

14 - انظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 286 مؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

15 - انظر المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 240 مؤرخ في 4 غشت سنة 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها.

16 - انظر المادة 50 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 240 مؤرخ في 4 غشت سنة 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها.

17 - انظر المادة 47 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 240 مؤرخ في 4 غشت سنة 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها.

18 - انظر المادة 48 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 240 مؤرخ في 4 غشت سنة 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها.

19 - انظر المادة 49 من المرسوم التنفيذي رقم 90 - 240 مؤرخ في 4 غشت سنة 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها.

20 - انظر المادة 45 من القانون رقم 87-17 المؤرخ في أول غشت سنة 1987 والذي يتعلق بحماية الصحة النباتية.

21 - انظر المادة 38 من القانون رقم 87-17 المؤرخ في أول غشت سنة 1987 والذي يتعلق بحماية الصحة النباتية.

22 - انظر المادة 43 من القانون رقم 87-17 المؤرخ في أول غشت سنة 1987 والذي يتعلق بحماية الصحة النباتية.

23 - انظر المادة 35 من المرسوم التنفيذي رقم 15 - 58 المؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، والذي يحدد شروط وكيفية ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديد.

24 - انظر المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 276 المؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، الذي يتضمن مدونة أخلاقيات الطب.

- 25 - انظر المادة 127 من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 276 المؤرخ في 6 يوليو سنة 1992، يتضمن مدونة أخلاقيات الطب.
- 26 - انظر المادة 12 من القانون رقم 13 - 07 المؤرخ في 29 أكتوبر سنة 2013، يتضمن تنظيم مهنة الحماماء.
- 27 - انظر المادتين 47 و48 من القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير سنة 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، والمادتين 65 و66 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، والذي يتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي من ذات القانون.
- 28 - انظر المادة 68 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 29 - انظر المادة 51 من القانون رقم 18-11 ممضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة.
- 30 - انظر المادة 60 من القانون رقم 18-11 ممضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة، والمادة 44 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 92 - 101 المؤرخ 3 مارس سنة 1992، الذي يعدل ويتمم المرسوم رقم 85 - 12 المؤرخ في 26 يناير سنة 1985 والذي يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها.
- 31 - انظر المادة 432 من القانون رقم 18-11 ممضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة.
- 32 - انظر المادة 37 من دفتر الشروط الملحق بالمرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.
- 33 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 مؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي، والمادة 38 دفتر الشروط الملحق بالمرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.
- 34 - انظر المادة 47 من القانون المدني.
- 35 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، والمتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 36 - انظر الفقرة الثانية من المادة 79 من القانون رقم 18-11 ممضي في 02 يوليو 2018، المتعلق بالصحة.
- 37 - انظر الفقرة الأولى من المادة 64 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، والمتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي، والفقرة الأولى من المادة 40 من ملحق دفتر الشروط الصادر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 مؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 المتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.
- 38 - انظر الفقرة الثانية من المادة 64 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، والمتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 39 - انظر الفقرة الثانية من المادة 40 من ملحق دفتر الشروط الصادر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 مؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال

- المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.
- 40 - انظر المادة 62 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، والمتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 41 - انظر الفقرة الأولى من المادة 144 مكرر من قانون العقوبات.
- 42 - انظر المادة 144 مكرر 2 من قانون العقوبات.
- 43 - انظر المادة 146 من قانون العقوبات.
- 44 - انظر المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 327 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.
- 45 - انظر المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 97 - 37 المؤرخ في 14 يناير سنة 1997، المحدد لشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية.
- 46 - تضمن دفتر الشروط النموذجي الذي يحدد الواجبات المترتبة عن استغلال وكالة للسياحة والأسفار الملحق بالمرسوم التنفيذي رقم 10 - 186 المؤرخ في 14 يوليو سنة 2010، الذي يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 2000 - 48 المؤرخ في أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها، انه من واجبات اصحاب الوكالات السياحية اتجاه الزبائن الامتناع عن الإشهار الكاذب فيما يخص الأسعار أو الخدمات.
- 47 - انظر الفقرة الثانية من المادة 43 مكرر 9 من القانون رقم 08 - 06 المؤرخ في 23 فبراير سنة 2008، الذي يعدل ويتمم القانون رقم 99 - 05 المؤرخ في 4 أبريل سنة 1999 والمتضمن القانون التوجيهي للتعليم العالي.
- 48 - انظر المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- 49 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- 50 - انظر المادة 28 من القانون رقم 02 - 04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والمادتين 47 و48 من القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير سنة 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري.
- 51 - انظر المادة 27 من القانون رقم 02 - 04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 52 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 53 - انظر المادة 21 من القانون رقم 15 - 04 المؤرخ في أول فبراير سنة 2015، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.
- 54 - انظر المادة 59 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 55 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 56 - انظر المادة 27 من القانون رقم 02 - 04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على

الممارسات التجارية.

- 57 - علوش نعيمة، الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون الاعمال، جامعة البليدة 2- كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014-2015، ص289.
- 58 - انظر المادة 63 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي، والفقرة الثانية من المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- 59 - علوش نعيمة، المرجع السابق، ص290.
- 60 - انظر المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات.
- 61 - انظر انظر المادة 27 من القانون رقم 02 - 04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 ، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 62 - انظر المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 63 - انظر المادة 42 من ملحق دفتر الشروط الصادر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 الذي يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، والمادة 67 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 64 - انظر المادة 68 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 65 - انظر المادة 19 من القانون رقم 91 - 05 المؤرخ في 16 يناير سنة 1991 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، والمادة 20 من القانون رقم 91 - 05 المؤرخ في 16 يناير سنة 1991 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، وانظر ايضا المادة 48 من القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير سنة 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري.
- 66 - انظر المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 67 - انظر المادة 39 من دفتر الشروط للمرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 الذي يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.
- 68 - انظر المادة 61 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي.
- 69 - انظر المادة 28 من القانون العضوي رقم 12 - 05 المؤرخ في 12 يناير سنة 2012، المتعلق بالإعلام.
- 70 - انظر المادتين 05 و06 من الامر رقم 71-69 المؤرخ في 19 أكتوبر 1971 المتضمن تأسيس الإحتكار الخاص بالإشهار التجاري.

- 71 - انظر المادة 5 من المرسوم رقم 86 - 283 المؤرخ في 2 ديسمبر سنة 1986 الذي يتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار.
- 72 - انظر المادة 31 من القانون رقم 03 - 10 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.
- 73 - انظر المادة 33 من القانون رقم 03 - 10 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.
- 74 - انظر المادة 67 من القانون رقم 03 - 10 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.
- 75 - انظر المادة 15 - 7 من المرسوم التنفيذي 04-392 المؤرخ في 01 ديسمبر 2004، يتعلق برخصة شبكة الطرق.
- 76 - انظر المادة 19 - 5 من المرسوم التنفيذي 04-392 المؤرخ في 01 ديسمبر 2004، المتعلق برخصة شبكة الطرق.
- 77 - انظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 04-392 المؤرخ في 01 ديسمبر 2004، يتعلق برخصة شبكة الطرق.
- 78 - انظر المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 04-392 المؤرخ في 01 ديسمبر 2004، يتعلق برخصة شبكة الطرق.
- 79 - انظر المادة 58 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 80 - انظر المادة 73 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 81 - انظر الفقرة الثانية من المادة 69 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 82 - انظر المادة 41 من دفتر الشروط الصادر بموجب ملحق المرسوم التنفيذي رقم 91 - 103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991 الذي يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالثب الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، والمادة 57 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 83 - انظر الفقرة الأولى من المادة 69 والمادة 70 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة المحدد للقواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 84 - انظر المادة 71 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 85 - انظر المادة 72 من المرسوم التنفيذي رقم 16 - 222 المؤرخ في 11 غشت سنة 2016، المتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للثب التلفزيوني أو للثب الإذاعي.
- 86 - انظر الفقرة الثانية من المادة 78 من المرسوم التنفيذي رقم 04 - 381 مؤرخ في 15 شوال عام 1425 الموافق 28 نوفمبر سنة 2004، يحدد قواعد حركة المرور عبر الطرق.
- 87 - انظر المادة 66 من القانون رقم 03 - 10 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.