

## المحور السادس: الضوابط القانونية للتسويق

### أولاً: الضوابط المالية لتكريس الحماية القانونية لنشاط التسويق.

تتمثل الضوابط المالية في تنظيم كل ما له علاقة بالتسويق من استثمار وتمويل للمؤسسة من أجل القيام بأنشطتها المختلفة، بالإضافة إلى ضبط القواعد الضريبية التي تخضع لها المؤسسة و الإعفاءات التي تتمتع بها

### 1 - ضوابط الاستثمار و دورها في تكريس الحماية القانونية لنشاط التسويق:

لقد أورد المشرع النظام المطبق على الاستثمار بموجب الأمر 30/ 01 المتعلق بتطوير الاستثمار، حيث حدد فيه كلا من المزايا الممنوحة للمستثمرين و الالتزامات المفروضة عليهم.

حرص المشرع الجزائري على وضع ضوابط تقنية للمنتجات و الخدمات، و ذلك لضمان حماية للمستهلك باعتباره الطرف المتضرر من العملية الاستهلاكية إذا لم تكن المنتجات المستهلكة مضبوطة من حيث الجودة و المواصفات و السلامة ، و تتمثل هذه الضوابط التقنية في قواعد التقييس.

- فرض المشرع الجزائري عدة ضوابط على المستثمر مثل وجوب طلب ترخيص مسبق بالاستثمار و تنفيذ التزاماته المفروضة عليه.

- وجوب تنفيذ المستثمر لالتزاماته: يجب على كل مستثمر تنفيذ الالتزامات المفروضة عليه في إطار تنفيذ استثمار و ذلك تحت طائلة سحب المزايا الممنوحة له، و هذا ما نصت عليه المادة 33 من قانون الاستثمار.

### 2 - ضوابط التمويل وفقا للأنظمة التشريعية المتعلقة بنشاط التسويق.

يعتبر تمويلا كل المصادر الضرورية لإنشاء مؤسسة أو شركة وضمان سير نشاطها وكذا توسيعها أي كل الموارد التي تجعل الشركة تنتج أكثر في ظروف أحسن مما يجعلها قادرة على تحقيق تدفقات نقدية.

-التمويل الذاتي هو وسيلة تحويلية جد هامة وهي أكثر استعمالا بحيث يسمح لتمويل نشاطها الاستغلالي بنفسها دون اللجوء إلى أي عميل آخر.

- تمويل خارجي يكون هذا التمويل بلجوء المشروع إلى المدخرات المتاحة في السوق المالية أو عن طريق زيادة رأس مالها بطرح أسهم جديدة في السوق.

### ثانياً: ضوابط جبائية في مجال التسويق .

-تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة و التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار التسويقية .

-الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع و الخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار التسويقي .

-الإعفاء من دفع رسم نقل الملكية بعوض فيما يخص المقتنيات العقارية في مجال السوق و التي تمت في إطار الاستثمار

### ثالثاً: الضوابط المتعلقة بمراقبة السوق في الجزائر بالسوق.

- وضع المشرع العديد من الضوابط تتعلق خصوصا بطرق التوزيع والترويج على اعتبارها من أهم عناصر المزيج التسويقي.

- تنظيم ضوابط الرقابة المتعلقة بطرق توزيع المنتجات و الخدمات في مجال التسويق .

- حماية المستهلك في اطار المنتجات و الخدمات التسويقية عن طريق المراقبة الخاصة بمشروعية المنافسة و احترام مواصفات الجودة في الاسواق .

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب الاسواق.

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك في مجال التسويق .

رابعاً: الضوابط المتعلقة بأساليب ترويج المنتجات و الخدمات.

### 1- ضبط التسويق وفقاً لأحكام الإشهار التجاري.

لقد تبني المشرع الجزائري بموجب المرسومين التنفيذيين ( 91 / 101) و ( 91 / 103) معظم المبادئ العامة الواردة في مدونة القواعد الدولية المرعية في مجال الإعلان، تحت عنوان و من بين هذه المبادئ:

- وجوب أن تكون الرسالة الاشهارية مطابقة لمقتضيات الصدق و اللياقة و احت ارم الأشخاص و عدم المساس بمصداقية الدولة.

- ابتعاد الإعلان عن جميع أنواع الميز العنصري أو الجنسي أو الإشارة إلى العنف أو استخدامه بشكل مباشر أو غير مباشر كالتحريض على التجاوزات أو التهور أو التهاون.

- عدم تضمين الرسالة الإعلانية لأي عنصر من شأنه أن يؤدي إلى خدش القناعات الدينية أو الفلسفية أو السياسية للأشخاص.

- ابتعاد الإعلان عن تضليل المستهلك بشكل مباشر أو غير مباشر سواء بطريق الترك أو الغموض أو المبالغة.

### 2- ضبط التسويق وفقاً لقانون المنافسة (الأسعار).

#### - قاعدة حرية الأسعار:

لقد كانت أسعار وهوامش الربح لكل المنتوجات النهائية الموجهة للاستهلاك المباشر، محددة وذلك منذ الاستقلال و في إطار الإصلاحات الاقتصادية التي اعتمدت آنذاك، تم تكريس مبدأ حرية الأسعار، و قد بقي معمولاً بهذا المبدأ حتى مع قانون المنافسة الحالي (رقم 03/03 المعدل و المتمم)، إلا أنه ط أرت عل هذا المبدأ استثناءات سنتطرق إليها.

#### - الاستثناءات الواردة على قاعدة حرية الأسعار

خلال التعديل الأخير لقانون المنافسة بموجب القانون 12/08 فإنه تم تعديل المادة الخامسة بإد ارج أحكام جديدة تسمح بتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها وذلك على أساس اقتراحات القطاعات المعنية. و بموجب هذه التعديلات يمكن تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها ، قصد حماية مصلحة المستهلك.