

المحور الثامن: الرقابة على التسويق وفقا للأصول المرتبطة بالسوق

اولا: الأجهزة الخارجية (تنظيمية و الرقابية)

1-الأجهزة الرسمية.

أجهزة الرقابة و الضبط هي الأجهزة المسئولة عن تنظيم النشاط التجاري، و على هذا الأساس يدعم المشرع الجزائري فعاليتها، و يكرس لحماية النشاطات الاقتصادية آليات قضائية من شأنها ضمان مشروعية الأنشطة التجارية ، ومن أهم الأجهزة ما يلي:

- المديرية الولائية للتجارة
- المديرية الجهوية للتجارة
- مجلس المنافسة
- مصالح الأمن (الضباط وعناصر الشرطة القضائية)
- إدارة الضرائب (الأعوان المؤهلون في هذا المجال).
- مهام مديرية التجارة .

تتولى المديرية الولائية للتجارة ، بالتعاون مع الوزارة ، مهمة مراقبة وتقييم نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لها إقليميا وتنظيم و/أو إجراء دراسات استقصائية على المنافسة الاقتصادية، التجارة الخارجية، الجودة، حماية المستهلك وسلامة المنتجات.

وفي إطار الرقابة، تكلف بما يلي :

- التحضير، بالتعاون مع الإدارة المركزية والمديرية الولائية للتجارة، لب ارمج المراقبة والسهر على تنفيذها،
- التخطيط والتنظيم وتنسيق العمليات المراقبة ما بين الولايات،
- فتح تحقيق عند الضرورة، وفي اختصاصها الإقليمي، إذا تعلق الأمر بالمنافسة، الممارسات التجارية، الجودة، حماية المستهلك وأمن المنتجات.

تتكفل المديرية الولائية للتجارة بمهمة تنفيذ السياسة وطنية في مجالات التجارة الخارجية، المنافسة، الجودة، حماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية و المهن الخاضعة للتنظيم والرقابة الاقتصادية و الغش.

وفي إطار المراقبة، تكلف بما يلي :

- السهر على تطبيق القانون والتنظيم المتعلق بالتجارة الخارجية، الممارسة التجارية، المنافسة، التنظيم التجاري، حماية المستهلك ومحاربة الغش،
- وضع برنامج المراقبة الاقتصادية ومحاربة الغش واقتراح الإجراءات الهادفة إلى تطوير وتدعيم عمل المراقبة.
- التكفل ومتابعة القضايا العالقة المتعلقة بالنشاطات.

ثانيا: الرقابة الإدارية على عمليات التسويق في السوق الجزائرية

يمكن للسلطة الإدارية المختصة أن تقوم في أي وقت، و في أي مرحلة من م ارحل عرض المنتج للاستهلاك بتحريرات لمراقبة المطابقة، قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة المستهلك و أمنه، أو التي تمس مصالحه المادية، بالإضافة إلى البحث عن

المخالفات التي تحدث في مجال التسويق و اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لردعها، و آليات الرقابة المحددة لمجال التسويق في الجزائر تتم من خلال:

- مراقبة مطابقة المنتجات و الخدمات.
- مراقبة إعلان الأسعار و الممارسات التجارية.
- مراقبة سلامة المنتجات و الخدمات.