

ملخص عن

شروط وكيفيات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية

المرسوم التنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 06/03/2012

(الجريدة الرسمية عدد 15 صادرة بتاريخ 14 مارس 2012).

1/ تعريف الفضاءات التجارية:

الفضاء التجاري هو كل حيز أو منشأة مبنية أو غير مبنية مهيأة ومحددة المعالم تمارس فيه مبادلات تجارية بالجملة أو بالتجزئة.

2/ الهدف من وضع شروط خاصة لأماكن تواجد الفضاءات التجارية:

- حماية المحيط؛
- حماية الآثار والأماكن التاريخية؛
- حماية صحة المواطنين وسلامتهم؛
- احترام النظام العام.

3/ الفضاءات التجارية:

1-3/ الأسواق:

- أسواق الجملة للخضر والفواكه، لمنتجات الصيد البحري، للمنتجات الصناعية الغذائية، للمنتجات الصناعية؛
- أسواق التجزئة المغطاة والجوارية للخضر والفواكه واللحوم والأسماك والقشريات الطازجة والمجمدة؛
- أسواق التجزئة المغطاة والجوارية للمنتجات الصناعية الغذائية؛
- أسواق التجزئة المغطاة والجوارية للمنتجات المصنعة؛
- الأسواق الأسبوعية أو نصف الأسبوعية للخضر والفواكه، والمنتجات الغذائية الواسعة الاستهلاك والمنتجات المصنعة؛
- الأسواق الأسبوعية لبيع الحيوانات؛
- الأسواق الأسبوعية لبيع السيارات المستعملة.

2-3/ المساحات الصغرى من نوع سوبرمارت : رمز النشاط في المدونة الاقتصادية للنشاطات الخاضعة للتسجيل في

السجل التجاري (تجارة بالتجزئة : 510001 مساحتها بين 120 م² و 500 م²).

3-3/ المساحات الكبرى من نوع متجر كبير ومتجر ضخم: رمز النشاط في المدونة الاقتصادية للنشاطات الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري على التوالي (تجارة بالتجزئة: 510002 مساحتها تفوق 500 م² و تقل عن 2500 م² و 510003 مساحتها تساوي أو تفوق 2500 م²).

4/ شروط وكيفيات إنشاء الفضاءات التجارية:

- الإنشاء يتم وفقا للمخطط التوجيهي للهيئة الحضرية ومخطط شغل الأراضي وكذا مخطط تنظيم الفضاءات المينائية المعتمدة في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم مع مراعاة المخطط الدائم لحفظ القطاعات واستصلاحها عندما يتعلق الأمر بقطاعات محفوفة.
- يخضع كل مشروع لإنشاء فضاء تجاري إلى مصادقة اللجنة المكلفة بإنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية ، إلا أن المساحات الكبرى من نوع متجر ضخم وأسواق الجملة ذات بعد وطني أو جهوي فتخضع للموافقة المسبقة من الوزيرين المكلفين بالتجارة والداخلية؛
- يخضع إنجاز الفضاء التجاري عند الاقتضاء إلى تصميغات الهندسة المعمارية والتهيئة التي تحددها المصالح المؤهلة للولاية وطبيعة النشاط المراد ممارسته والخصائص المحلية.

5/ منجز الفضاء التجاري:

كل متعهد بالترقية خاص أو كل جماعة محلية أو كل شخص معنوي خاضع للقانون العام.

6/ شروط وكيفيات إنشاء أسواق الجملة وأنشطة التوزيع بالجملة وتسييرها:

- تكون أسواق الجملة مهيأة في شكل مربعات و/ أو محلات؛
- يمكن أن تكون المربعات و/أو المحلات موضوع تنازل أو إيجار لصالح متعاملين اقتصاديين بصفتهم أشخاصا طبيعيين أو معنويين؛
- لا يمكن أن تكون موضوع تنازل أو إيجار ثانوي المربعات و/أو المحلات التابعة للجماعات المحلية والمؤسسات العمومية؛
- لا يمكن أن تكون المربعات و/أو المحلات الموجودة داخل السوق موضوع تغيير لنشاطها؛
- يمكن أن يسير السوق كل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون العام أو الخاص؛
- يجب على كل مسير لسوق الجملة الاككتاب لدى المديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا في دفتر الشروط باستثناء البلدية والولاية؛
- تمنع ممارسة كل نشاط تجاري في محيط السوق أو على مستوى الأرصفة؛
- تهيئة محلات ملائمة توضع تحت تصرف مصالح الأمن وأعوان الرقابة التابعين للمصالح البيطرية والصحة النباتية والصيد البحري والنظافة الصحية والتجارة حسب طبيعة النشاط؛

- يجب أن تكون السوق مزودة بمعدات مكافحة الحريق والإسعافات الأولية وكذا التجهيزات الملائمة لحفظ المنتجات وتخزينها وفضاءات للتوقف؛
- تحدد أيام وكذا مواقيت فتح وغلق السوق بموجب قرار من الوالي المختص إقليمياً؛
- يمسك مسير السوق سجلاً يدون فيه أسماء وألقاب وعناوين الوكلاء و/أو تجار الجملة وأرقام قيدهم في السجل التجاري وأرقام التعريف الجبائي، كما يفتح سجل خاص بالشكاوى؛
- يقوم مسير السوق بإعداد كشف للأسعار 03 مرات خلال أوقات البيع ويعلق إجبارياً لإعلام مستعملي السوق؛
- يقوم مسير السوق بجمع ومعالجة المعلومات المتعلقة بتدفق البضائع يومياً (الطبيعة، الكميات، الأسعار، النوعية) وإرسالها للمديرية الولائية للتجارة المختصة إقليمياً.

7/ تنظيم أسواق التجزئة المغطاة والأسبوعية أو نصف الأسبوعية والجوارية:

- يمكن أن يتولى تسيير أسواق التجزئة كل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون العام أو الخاص؛
- يحدد أيام وكذا مواقيت فتح وغلق السوق رئيس المجلس الشعبي البلدي المختص إقليمياً؛
- ترخص السلطات المختصة بممارسة الأنشطة التجارية أو الحرفية خلال يوم واحد أو اثنين في الأسبوع بالنسبة للأسواق الأسبوعية أو نصف الأسبوعية.

8/ شروط إنشاء المساحات الصغرى والكبرى:

- يجب أن تخصص المساحات الكبرى من نوع متجر كبير أو ضخمة نسبة 60% من رقم أعمالها لتسويق المنتجات الوطنية؛
- يجب أن تتوفر في المساحات الكبرى أماكن توقف ملائمة للسيارات.

9/ تعاريف لبعض التسميات الواردة في المرسوم التنفيذي:

- المساحة الكبرى: كل محل تجارة بالتجزئة متخصص أو غير متخصص في أنشطة بيع كل المواد ويتم استغلاله عن طريق حرية الخدمة ويشمل المتجر الكبير و الضخم.
- المركز التجاري: كل مجمع عقاري يأوي عدة متاجر موجهة لممارسة أنشطة تجارية وحرفية متنوعة.
- مستعملو سوق الجملة: المتعاملون الاقتصاديون أو كل المتدخلين الآخرين المؤهلين للقيام بمعاملات تجارية وكذا مقدمو الخدمات الذين يقدمون خدمات ذات صلة بنشاط سوق الجملة.
- الوكيل تاجر بالجملة: شخص طبيعي أو معنوي يقوم إما ببيع أو شراء الخضار والفواكه ومنتجات الصيد البحري بالجملة لحساب الموكل و/أو لحسابه الخاص.
- الجامع المسلم للمنتجات الفلاحية: شخص طبيعي أو معنوي يجمع المنتجات الفلاحية ويتولى تحويلها إلى سوق الجملة للخضار والفواكه لغرض تسويقها.
- السوق الأسبوعي ونصف الأسبوعي والجواري: كل فضاء مهيأ يوضع تحت تصرف تجار التجزئة أو الحرفيين أو الفلاحين.