



جامعة اقلي محند اولحاج - البويرة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم القانون الخاص

دور المعارض الاقتصادية في تشجيع الاستثمار في الجزائر

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذ (ة):

✓ الشيخ فريد

من إعداد الطالبتين:

✓ واقد ديهية

✓ كهان نادية

لجنة المناقشة

جامعة البويرة	رئيسا	كرميش حسان
جامعة البويرة	مشرفا ومقررا	الشيخ فريد
جامعة البويرة	عضوا مناقشا	أركام جودي

السنة الجامعية: 2026/2025



الشكر والتقدير

نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الشيخ فريد على توجيهاته القيمة ومرافقته الدائمة لنا طوال مراحل إعداد هذه المذكرة، وعلى ما قدمه من دعم ونصائح كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل.

كما نتوجه بالشكر إلى جميع أساتذتنا الأفاضل الذين ساهموا في تكويننا العلمي، وإلى إدارة الكلية وطاقمها الإداري على جهودهم في توفير الظروف الملائمة للدراسة. ولا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة لتفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل وإثرائه بملاحظاتهم العلمية القيمة.





﴿وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

بمناسبة تخرجي ونيل شهادة الماستر، أحمد الله تعالى على توفيقه وفضله، وأهدي
ثمرة هذا الجهد وهذا النجاح إلى أعز الناس على قلبي

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا﴾

إلى والديّ الكريمين، أمي وأبي، اللذين كانا سندي وعوني في جميع مراحل حياتي،
واللذين غرسا في نفسي حب العلم والاجتهاد، فلهما مني أسمى آيات الشكر والتقدير
والعرفان، داعياً الله أن يحفظهما ويديم عليهما الصحة والعافية.

إلى إخوتي وأخواتي الأعتاء، اللذين كانوا سنداً وعوناً لي في مسيرتي، شكراً لكم على
تشجيعكم المستمر وكلماتكم المحفزة ومساندكم الدائمة. أسأل الله أن يوفقكم ويحقق
لكم كل ما تتمنونونه من نجاح وتميز.

والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

Dihia





إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا﴾

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، بفضلته وحده وصلت إلى هذه اللحظة التي طالما انتظرتها.
إلى أُمي الغالية..

إلى المرأة التي حملت عني أُنقال الحياة قبل أن أشعر بها، والتي كانت دعواتها تسبقني إلى كل طريق
إليكِ أهدى هذا الإنجاز.

إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله..

رغم أن القدر لم يمنحني فرصة أن أكبر بقربك أو أن أعرفك كما تمنيت، إلا أن محبتك بقيت تسكن قلبي
طوال هذه السنوات. تمنيت لو كنت اليوم بيننا، لترى ما وصلت إليه ابنتك، ولأرى نظرة الفخر في عينيك
بهذه اللحظة التي انتظرتها طويلاً. أهديك هذا الإنجاز وفاءً لذكراك الطيبة.

إلى روما وكاميليا.. أختاي الحبيبتان، أهديكما هذا الإنجاز الذي كنتما جزءاً جميلاً من الوصول إليه.
إلى أخي العزيز مازيغ.. شكراً لأنك كنت السند.

إلى فلذات قلبي أسماء، إسلام، ملاك، أنس، إياد، ميلينا، وإيناس عزيزون على قلبي، وبسمتكم كانت طاقتي.
إلى صديقتي أسماء.

أنتِ لستِ مجرد صديقة، شكرا لكل مرة كنتِ فيها بجانبني عندما احتجتك. ستبقين دائماً من أعز الناس إلى
قلبي..

إلى صديقتي أحلام..

الصديقة التي جمعت بين اللطف وحب الخير..

دعمك كان تحفيزاً في مشواري..

إلى رانيا، أمينة، فاطمة، نسيم، وليندا

شكراً لكنّ على صداقتكن وذكرياتكن الجميلة، فقد كنتم خير الرفقة.

وأخيراً.. إلى نفسي،

أهدي ثمرة جهدي إليك، أنتِ التي تعبتِ حتى وصلتِ..

انا فخورة بكِ..



قائمة الاختصارات

الاختصار	الدلالة
جر	جريدة رسمية
ص	صفحة
ص ص	من صفحة إلى صفحة
P	Page
FIA	معرض الجزائر الدولي
IATF	المعرض التجاري الأفريقي البيني
B2B	المعاملات التجارية بين الشركات

مقدمة

تعد المعارض الاقتصادية من أبرز الآليات التي تعتمد عليها الدول الحديثة لتنشيط اقتصاداتها وتوسيع آفاق تبادلها التجاري، إذ تجاوزت وظيفتها التقليدية المتمثلة في عرض السلع والمنتجات، لتتحول إلى فضاءات استراتيجية متكاملة تجمع بين الترويج التجاري وتشجيع الاستثمار وتعزيز التنافسية، وهو ما جعل منها أداة محورية في رسم السياسات الاقتصادية الرامية إلى النمو والتنويع. فالمعارض الاقتصادية لم تعد مجرد نوافذ مؤقتة لعرض البضائع، بل أصبحت منصات ديناميكية تؤدي أدواراً متعددة الأبعاد، فهي سوق مفتوحة للقاءات المباشرة، ومنتدى للحوار حول الفرص الاستثمارية، وورشة عمل لتبادل الخبرات والتقنيات الحديثة، ومرآة عاكسة لصورة الاقتصاد الوطني في المحافل الدولية. ولعل ما يميز هذه الأداة عن غيرها أنها تتيح في آن واحد التواصل المباشر بين المنتجين والمستثمرين، وتوسيع الأسواق، وإبراز القدرات التنافسية للمؤسسات الوطنية أمام شركائها الإقليميين والدوليين، كما تسهم في خلق حركية اقتصادية داخلية تعود بالنفع على مختلف القطاعات المرتبطة بها كالنقل والخدمات والسياحة والاتصالات.

وفي السياق الجزائري تحديداً، تكتسب المعارض الاقتصادية راهنية خاصة في ظل التحولات الهيكلية التي تشهدها البلاد، لا سيما في إطار مساعي الدولة للتخلص التدريجي من الاعتماد على عائدات المحروقات وبناء اقتصاد وطني متنوع ومستدام. فمنذ تبني الجزائر لبرنامج الإصلاحات الاقتصادية في مطلع الألفية الثالثة، ثم إطلاق رؤية الاقتصاد الجديد ورسم سياسات تنويع مصادر الدخل، أصبحت الحاجة إلى آليات فعالة قادرة على دعم التحول من الربيع إلى الإنتاج، ومن الاستيراد إلى التصدير، ومن الاقتصاد الأحادي إلى الاقتصاد المتعدد القطاعات. وقد أسهم هذا التوجه في منح المعارض مكانة محورية ضمن المنظومة الاقتصادية الوطنية، بوصفها منصة فاعلة للتعريف بالمنتوج المحلي، وتحفيز المبادرات الاستثمارية في القطاعات غير النفطية كالصناعة، والفلاحة، والسياحة، والطاقت المتجددة، والخدمات، ودعم الصادرات خارج المحروقات. وقد استدعى ذلك وضع إطار قانوني ومؤسسي ينظم هذا النشاط ويضمن تحقيقه لأهدافه الاقتصادية والاستثمارية.

تعود أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى دوافع ذاتية وأخرى موضوعية؛ فمن الناحية الذاتية، يعكس هذا الاختيار اهتمامنا العميق بدراسة الأطر القانونية المنظمة للنشاط الاقتصادي، وانعكاساتها على الواقع الاستثماري الملموس، فضلاً عن ندرة الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تناولت العلاقة بين التنظيم القانوني للمعارض الاقتصادية ودوره في ترقية الاستثمار من منظور قانوني تحليلي دقيق. كما أن رغبتنا في المساهمة في إثراء المكتبة القانونية الجزائرية بدراسة تطبيقية تجمع بين النظرية والممارسة كانت حافزاً إضافياً لاختيار هذا الموضوع بالذات.

أما من الناحية الموضوعية، فإن الراهنية الاقتصادية لهذا الموضوع تفرض نفسها بقوة، لا سيما في ظل التحديات الكبرى التي تواجهها الجزائر في مسار تنويع اقتصادها وبناء نموذج تنموي جديد يتجاوز هشاشة الربيع النفطي. حيث يُطرح يوماً وفي مختلف المحافل الاقتصادية والسياسية تساؤل جوهري حول مدى نجاعة الأدوات القانونية والمؤسسية المعتمدة في خلق بيئة استثمارية جاذبة وتحفيز الصادرات غير النفطية. كما أن الغموض الذي يكتنف بعض الجوانب التنظيمية للمعارض الاقتصادية في التشريع الجزائري، لا سيما فيما يتعلق بشروط تنظيم المعارض، وصلاحيات الهيئات المشرفة عليها، وآليات تقييم مردوديتها الاقتصادية، يزيد من الحاجة الملحة إلى دراسة دقيقة ومستفيضة تجمع بين التحليل النظري للمنظومة القانونية والتطبيق الميداني من خلال استقراء واقع المؤسسات الفاعلة في هذا المجال.

ومن هذا المنطلق، وانسجاماً مع الإشكاليات المطروحة في سياق التحول الاقتصادي الجزائري، يسعنا طرح الإشكالية المركزية التالية:

إلى أي مدى ساهمت المعارض الاقتصادية في الجزائر في ترقية الاستثمار وتعزيز التبادل التجاري في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة؟

للإجابة على هذه الإشكالية والإحاطة بمختلف جوانبها، تم الاعتماد على منهجية متكاملة تجمع بين عدة مناهج تكاملية، وذلك على النحو التالي:

المنهج الوصفي التحليلي: وهو المنهج الأساسي المعتمد في هذه المذكرة، حيث تم استخدامه لعرض وتحليل النصوص القانونية والتنظيمية المنظمة للمعارض الاقتصادية في الجزائر، وفهم مضمونها، وتفسير بنودها، وكشف العلاقات القائمة بينها، مع تحليل أثرها على واقع الاستثمار والتبادل التجاري.

ودراسة حالة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) بوصفها المؤسسة العمومية الرائدة في هذا المجال، وذلك من خلال تحليل مخرجات المعارض التي تنظمها، وفي مقدمتها معرض الجزائر الدولي ومعرض التجارة البينية الإفريقية، ودراسة مدى مساهمتها الفعلية في تحقيق الأهداف الاقتصادية المرجوة.

ولغرض الإحاطة الشاملة بموضوع الدراسة ومعالجته معالجة منهجية متكاملة، ارتأينا تقسيمها إلى فصلين أساسيين يكمل كل منهما الآخر ويشكلان وحدة معرفية مترابطة، ويُعدّ هذا التقسيم ضرورياً لتحقيق فهم متكامل للموضوع في شقيه النظري والتطبيقي؛ إذ يُشكّل الفصل الأول الإطار النظري والتنظيمي للمعارض الاقتصادية، حيث سنتعرف من خلاله على مفهوم المعارض الاقتصادية ونشأتها وتطورها التاريخي، ثم نستعرض مختلف أنواعها وأشكالها التنظيمية، وصولاً إلى تحليل الإطار القانوني والمؤسسي المنظم لها في الجزائر، مع رصد أهم النصوص التشريعية والتنظيمية الحاكمة لهذا النشاط.

في حين يُكرّس الفصل الثاني للجانب التطبيقي والتحليلي، من خلال دراسة حالة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) كنموذج للمؤسسات الفاعلة في هذا المجال، حيث سنتناول بالتحليل هيكل هذه المؤسسة ومهامها وأدوارها، ثم نُحلّل إسهاماتها الفعلية في ترقية الاستثمار من خلال تتبع مخرجات معرض التجارة البينية الإفريقية ومعرض الجزائر الدولي، مع رصد التحديات التي تواجهها ومدى قدرتها على تحقيق الأهداف الاستراتيجية المسندة إليها في ظل الإطار القانوني القائم. وسنختم الفصل بجملته من النتائج والتوصيات التي نأمل أن تسهم في تطوير هذا القطاع الحيوي وتفعيل دوره في النهوض بالاقتصاد الوطني.

الفصل الأول

الإطار النظري والتنظيمي للمعارض الإقتصادية

تعد المعارض الاقتصادية من أبرز الأدوات الفاعلة في تعزيز التبادل التجاري وتشجيع الإستثمار، إذ تشكل منصات إستراتيجية تجمع بين مختلف الفاعلين الإقتصاديين، من منتجين ومستثمرين ومستوردين ومستهلكين. وتبين التجارب الدولية والمحلية أن هذه المعارض لا تقتصر على كونها فضاءات للعرض والبيع، بل تتجاوز ذلك لتصبح وسيلة للترويج للمنتجات والخدمات، واكتساب الخبرات، وتوطيد العلاقات التجارية على المستويين المحلي والدولي.

يتناول هذا الفصل الإطار النظري والتنظيمي للمعارض الاقتصادية في الجزائر، وينقسم إلى مبحثين رئيسيين: يركز المبحث الأول على الإطار المفاهيمي للمعارض الاقتصادية، بينما يعنى المبحث الثاني بالإطار القانوني والمؤسسي الذي ينظم هذه المعارض ويحدد الجهات المشاركة والمسؤولة عنها.

في المبحث الأول، سيتم دراسة نشأة المعارض الاقتصادية وتطورها على المستويين الدولي والمحلي، مع إبراز أهميتها الاقتصادية والاجتماعية، إلى جانب تعريف أنواع المعارض وخصائصها والأهداف التي تسعى لتحقيقها. كما يقدم هذا المبحث تحليلاً للمعارض باعتبارها أدوات اقتصادية حيوية تعزز التبادل التجاري، وتسهم في تطوير الإنتاج المحلي وفتح أسواق جديدة.

أما المبحث الثاني، فيركز على الجانب القانوني والمؤسسي، حيث يستعرض التنظيم القانوني للمعارض في الجزائر، بما يشمل شروط تنظيمها والإجراءات الإدارية المتبعة والإلتزامات. كما يسلط الضوء على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين المشاركين، بالإضافة إلى الجهات الحكومية والمهنية المسؤولة عن الإشراف والدعم، مع توضيح دور كل منها في تسيير وتنظيم المعارض الاقتصادية بما يضمن فعاليتها واستدامتها.

وبناءً على ذلك، يوفر هذا الفصل قاعدة معرفية متكاملة لفهم المعارض الاقتصادية في الجزائر من منظور نظري وتنظيمي (المبحث الأول)، مع إبراز أهميتها ودورها في تحفيز النشاط الاقتصادي ودعم التنمية المستدامة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمعارض الاقتصادية

تعد المعارض الاقتصادية من أهم الآليات الحديثة التي تساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية وتعزيز التبادل التجاري، إذ تشكل فضاءً حيويًا يلتقي فيه مختلف الفاعلين الاقتصاديين من منتجين ومستثمرين ومتعاملين، لعرض منتجاتهم وخدماتهم وتبادل الخبرات وبناء علاقات تجارية جديدة.

قد عرفت هذه المعارض تطورا ملحوظا عبر التاريخ، سواء على المستوى الدولي أو الوطني، لتصبح أداة فعالة لدعم التنمية الاقتصادية ومواكبة التحولات التي يشهدها الاقتصاد العالمي.

تقتضي دراسة هذا المبحث إلى تقديم فهم شامل للمعارض الاقتصادية من خلال ثلاثة مطالب رئيسية، دراسة نشأتها وتطورها تاريخياً ودولياً وفي الجزائر (المطلب الأول)، توضيح ماهية المعارض الاقتصادية وأنواعها وخصائصها (المطلب الثاني)؛ إبراز أهميتها الاقتصادية وأهدافها ودورها في دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز التبادل التجاري (المطلب الثالث). من خلال هذا التناول، يمكن استيعاب القيمة الاقتصادية والاجتماعية للمعارض وسبل تطويرها بما يخدم التنمية المستدامة.

المطلب الأول نشأة وتطور المعارض الاقتصادية

ظهرت المعارض الاقتصادية في العالم كوسيلة لعرض المنتجات وتبادل الخبرات بين التجار والدول، حيث مرت بمراحل من النشأة والتطور جعلتها فضاءات دولية لدعم الإستثمار والتعاون الاقتصادي. وسيتناول هذا المطلب دراسة نشأة وتطور المعارض الاقتصادية على الصعيد الدولي (الفرع الأول) ثم التطرق إلى نشأتها وتطورها في الجزائر (الفرع الثاني).

الفرع الأول: نشأة وتطور المعارض على الصعيد الدولي

عرفت المعارض الاقتصادية عبر العالم مسارا تاريخيا متدرجا، حيث بدأت في شكل تجمعات محدودة للتبادل التجاري، ثم توسعت لتصبح تظاهرات دولية كبرى تجمع مختلف الفاعلين الاقتصاديين. وهو ما يستدعي التطرق إلى بداياتها التاريخية (أولا) ثم مراحل تطورها عبر العصور الحديثة (ثانيا).

أولاً: البدايات التاريخية للمعارض الاقتصادية

تعد المعارض منصات هامة لعرض الابتكارات والمنتجات من مختلف أنحاء العالم، وتعكس التطور الاقتصادي والثقافي عبر العصور، وقد بدأ تقليدها عام 1851 مع "المعرض الكبير" في هايد بارك بلندن¹، الذي افتتحته الملكة فيكتوريا واستقطب أكثر من ستة ملايين زائر خلال ستة أشهر. تلتها معارض كبرى، أبرزها معرض أولمبيا بلندن عام 1886، والمعرض العالمي بباريس عام 1889² الذي خلف برج إيفل وشارك فيه ما يزيد على ستين ألف عارض. وفي عام 1947 أُقيم معرض هانوفر³ للتصدير بهدف إعادة إعمار الاقتصاد الألماني في أعقاب الحرب العالمية الثانية، ومع تطور الزمن تحوّلت هذه الفعاليات إلى مراكز متخصصة كبرى.

ثانياً: تطور المعارض الاقتصادية

شهد قطاع المعارض الاقتصادية تطوراً ملحوظاً إستجابة للتغيرات الاقتصادية والتحويلات في هيكل الأسواق، حيث أصبحت هذه المعارض منصات متكاملة لعرض المنتجات وتبادل الأفكار وعقد الصفقات التجارية والاستثمارية⁴.

في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا، لم تعد المعارض التجارية مقتصرة على الفضاءات الحضرية فقط، إذ توجد إلى جانبها معارض افتراضية تُنظّم عبر بيئات رقمية مفتوحة. هذا التنوع أتاح للشركات الوصول إلى جمهور عالمي واسع، وفتح قنوات جديدة لاكتساب العملاء والترويج للمنتجات بتكلفة أقل⁵ وفعالية أكبر، مما منحها مرونة أكبر لتحقيق أهدافها التجارية والتسويقية.

¹Auerbach, J.A. (1999), The Great Exhibition of 1851: A Nation on Display Yale University Press, New Haven, p. 1

²Picard A. (1891-1892), Exposition universelle internationale de 1889 à Paris : rapport général, imprimerie nationale, paris, p.4

³Schneider, K. (1999), The Function of Conference Organisers and the Marketing for information Technology Seminars of Small and Medium-Sized Industries, Diplom de, Hamburg, p. 18.

⁴ بودوشن ياقوتة، راتول محمد، "دور المعارض التجارية المحلية والدولية في التطوير المستمر للاقتصاد الألماني"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 15، جامعة الشلف، ص 230.

⁵ صليحة جعفر وسماعين جوامع، "التسويق الرقمي للصادرات كخيار استراتيجي للدخول إلى الأسواق الدولية"، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 09، العدد 02، 2024، ص 431.

اليوم، تعتبر المعارض الاقتصادية ركيزة استراتيجية في منظومة الاقتصاد الدولي، حيث تزداد شعبيتها وتحتل مكانة بارزة في أجندة السياسات التجارية للدول، مما يعزز دورها كوسيلة فعالة لتحفيز الاستثمار وتنشيط التبادل التجاري على المستويين الإقليمي والعالمي.

الفرع الثاني: نشأة وتطور المعارض الاقتصادية في الجزائر

نشأت المعارض الاقتصادية بعد الإستقلال، بهدف تعزيز النشاط التجاري وترويج المنتج الوطني من خلال عرض الإنتاج المحلي وبناء شراكات دولية. تطورت هذه المعارض تدريجياً لتصبح فعاليات دولية كبرى، مما يستدعي دراسة نشأتها (أولاً) وتطورها (ثانياً).

أولاً: النشأة

شهدت نشأة المعارض في الجزائر تحولاً إستراتيجياً عقب الإستقلال، حيث انتقلت من تظاهرات عرض بسيطة إلى أداة اقتصادية وثقافية منظمة. بدأت هذه المرحلة مع إنشاء "قصر المعارض" بالصنوبر البحري في العاصمة بين عامي 1967 و1970¹، الذي احتضن أول معرض دولي. وفي عام 1971، تأسس الديوان الوطني للمعارض الذي أصبح لاحقاً شركة صافكس. تطورت المعارض لتشمل جوانب تخصصية ووثائقية، مثل المعارض التاريخية والصالونات الدولية التي تدعم سياسة التصدير والتبادل الاقتصادي².

ثانياً: تطوره

بعد استقلال الجزائر سنة 1962، دخل الإقتصاد الوطني مرحلة جديدة من التحولات العميقة، حيث عملت الدولة على بناء إقتصاد مستقل ودعم الإنتاج المحلي. في هذا الإطار، برزت المعارض التجارية كوسيلة استراتيجية لتنشيط الحركة الاقتصادية، التعريف بالمنتجات الوطنية، وتعزيز العلاقات التجارية مع الخارج.

¹ بونشمة إكرام، نفلة صبرينة، "أهمية المعارض والصالونات الدولية في النفاذ للأسواق الدولية للمؤسسات الجزائرية - دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة ماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2024، ص40

² نبيلة دحماني زناتي، مكانة المعارض التجارية ضمن السياسة التسويقية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، 2017/2016، ص

1- البدايات:

بدأ تنظيم المعارض مباشرة بعد الاستقلال:

- سنة 1963 تم تنظيم أول معرض وطني للمنتجات الجزائرية والأجنبية، بهدف إبراز الإمكانيات الاقتصادية وتشجيع التبادل التجاري.
- في أكتوبر 1964 أقيم أول معرض دولي بالجزائر، بمساحة عرض قدرت بـ 200.000م¹،² وهو ما يعكس الاهتمام الكبير الذي أولته الدولة لهذه التظاهرة الاقتصادية.

2- تنوع المعارض:

مع مرور السنوات، توسعت طبيعة المعارض لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية، مثل: المعارض التجارية العامة والمتخصصة، معارض البناء ومواد البناء، معارض الأشغال العمومية، معارض التشغيل، معارض الإعلام والكتاب، معارض السياحة والأسفار، معارض الصناعات الغذائية والفلاحة، إضافة إلى معارض السيارات.

وقد أصبحت هذه الفضاءات منصات للترويج، عقد الصفقات، وتبادل الخبرات بين الفاعلين الاقتصاديين.

3- إستضافة أبرز المعارض الدولية

شهدت الجزائر تطورا ملحوظا في تنظيم المعارض الاقتصادية، مما أهلها لإستضافة العديد من التظاهرات الدولية الكبرى. ومن بين أبرز هذه المعارض التي ساهمت في ترسيخ مكانة الجزائر على المستوى العالمي نذكر منها:

- معرض الجزائر الدولي: أكبر حدث اقتصادي سنوي، يجمع مشاركات وطنية ودولية واسعة، ويهدف إلى تعزيز المبادلات التجارية وجذب الاستثمارات. (سيتم دراسته في الفصل الثاني)
- SIPSA FILAHA: معرض للفلاحة والصناعات الغذائية، يساهم في تطوير القطاع الفلاحي وتعزيز الأمن الغذائي.²

¹ نبيلة دحماني زناتي، مرجع سابق، ص 252

² الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX). معرض الجزائر الدولي - تقديم عام. وزارة التجارة الجزائرية، متاح على الرابط: <https://www.algeriaexhibitions.dz/en/about-us/?utm>، تاريخ الاطلاع: 16 ماي 2026 على الساعة 17:00.

المطلب الثاني مفهوم المعارض الاقتصادية

تعد المعارض الاقتصادية نشاطاً استثمارياً متميزاً، يختلف عن الأسواق التقليدية في كونه يقوم على العرض المؤقت والتواصل الدوري بين مختلف المتعاملين الإقتصاديين، بدلا من البيع والشراء اليومي المستمر. ولإلقاء الضوء على حقيقة هذا النشاط، سيتناول من خلال ثلاثة فروع: يُخصَّص الأول لتعريف المعارض، والثاني لخصائصها، والثالث لأنواعها.

الفرع الأول: تعريف المعارض الاقتصادية

تشكل المعارض الاقتصادية فضاءً مفتوحاً للتعريف بالنشاطات التجارية والصناعية، تلتنقي فيه المؤسسات مع الجمهور والخبراء لفترة زمنية محدودة. ولأننا بصدد التعرف على هذا النشاط، فقد خصصنا تعريفه لغةً (أولاً)، واصطلاحاً (ثانياً)، وقانوناً (ثالثاً).

أولاً: التعريف اللغوي

كلمة معارض في اللغة العربية هي اسم وهي جمع لكلمة معرض وتأتي الكلمة من الفعل عرض والذي يعني سوق Fair، مشتق من الفرنسية Foire والأصل اللاتيني Feriae بمعنى "عيد"، ويقابله مصطلح Messe المشتق من اللاتينية Mass بمعنى "الجماهير"، ويشمل المعرض مختلف السلع والمنتجات والفعاليات، وهو تجمع دوري أو عرضي يلتقي فيه البائعون والمشترون بهدف التبادل التجاري¹.

ثانياً: التعريف الإصطلاحي

اختلف الباحثون في تحديد مفهوم المعرض إصطلاحاً تبعاً للمصطلح المستخدم، إذ يميز في هذا الشأن بين مصطلحين رئيسيين:

أ. **مصطلح Fair**: يشير إلى اجتماع يلتقي فيه البائعون والمشترون بهدف عرض المنتجات وتبادلها، ويعرف كذلك بأنه فضاء مخصص لعرض السلع أو نماذج عن المنتجات العلمية والفنية والصناعية والفكرية، إذ يقوم كل معرض على فكرة أو موضوع محدد يعكس فلسفته وأهدافه، وينظم إما بصفة دورية أو عرضية، ساعياً إلى تحقيق غايات تجارية أو ترويجية.

¹ موسى سويدان، المشاركة في المعارض الخارجية - الأسس والاستراتيجيات-، كيفية مشاركة مؤسسات الأعمال في المعارض المحلية والإقليمية والدولية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010، ص106.

ويُستخدم هذا المصطلح في الغالب للدلالة على حدث دولي يضم مجموعة واسعة ومتنوعة من السلع.

ب- مصطلح **Exhibition¹**: يُشير إلى عرض منظم لمنتجات أو خدمات يقدمه المنتجون لفترة زمنية قصيرة وبصفة منتظمة، وغالباً ما يكون دورياً. ويُستعمل هذا المصطلح عادةً للدلالة على حدث محلي أو وطني، أو على معرض متخصص يركز على قطاع صناعي بعينه أو سلع متجانسة أو مكملّة، كمعارض الأثاث والسيارات.

وبوجه عام، تُعدّ كلٌّ من Fair و Exhibition وسيلتين منظمّتين لعرض الأعمال الفنية والعلمية والصناعية، بهدف جذب اهتمام الجمهور، والترويج للمنتجات، وتوسيع نطاق التجارة، وإبراز التطور والإنجازات في مختلف الأنشطة الإنتاجية.

ويعرف أيضاً المعرض بأنه فعالية منظمة تحمل طابعاً اقتصادياً مباشراً وغير مباشر، وتتميز بأبعاد اقتصادية متعددة الجوانب، ويُقام في موقع معرّف ومحدد للجمهور العام والخاص، خلال فترة زمنية معينة، حيث تُعرض فيه المنتجات والإنجازات بالإضافة إلى تقديم المعلومات والأفكار².

ثانياً: التعريف القانوني:

تنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 07-217³ على تقسيم التظاهرات التجارية الدورية إلى نوعين رئيسيين: أولاً، المعارض والتظاهرات النصف شهرية ذات الطابع الاقتصادي، والتي تُنظّم مرتين في الشهر وتهدف بالأساس إلى عرض وبيع منتجات جديدة سواء كانت غذائية أو صناعية، مع إمكان تقديم عروض تخفيضية في إطار نشاط تجاري دوري ومنتظم؛ وثانياً، المعارض العامة المخصصة لبيع أو تبادل السلع المستعملة. من هذا المنطلق، عرف

¹ صياد آمنة، "دور المعارض التجارية في ترقية مبيعات المنتجات المحلية الجزائرية - دراسة ميدانية للمؤسسات الاقتصادية المشاركة في المعارض التجارية السابقة"، مذكرة ماستر، تخصص تسويق صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2020، ص4.

² محمد عبد الحافظ، المزيج الترويجي، طبعة 1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2009، ص279

³ أنظر المادة 02 مرسوم تنفيذي رقم 07-217 مؤرخ في 25 جمادى الثانية عام 1428 الموافق 10 يوليو سنة 2007، يحدد شروط و كفاءات تنظيم التظاهرات التجارية الدورية و سيرها (ج.ر رقم 46-2007).

المعارض الاقتصادية بأنها تظاهرات منظمة بشكل منتظم كل نصف شهر، تهدف إلى تسويق وعرض المنتجات الجديدة وتشجيع المبادلات التجارية في سياق نشاط منتظم ومخطط له.

الفرع الثاني: خصائص المعارض الاقتصادية

تتميز المعارض الاقتصادية بكونها أداة استراتيجية متعددة الأبعاد، ويمكن إيجاز خصائصها الجوهرية في النقاط التالية:

- ❖ نشاط منظم ومخطط: لا تعد المعارض مجرد تجمعات عشوائية، بل هي أنشطة تخضع لتخطيط دقيق يسبق التنفيذ، لضمان توافق الأهداف مع المنتجات المعروضة وتنسيق جهود مختلف الأطراف (المنظمون، العارضون، وشركات الخدمات).¹
- ❖ محدودية الزمان والمكان: تقام في فترات زمنية محددة وأماكن مهيأة خصيصاً (مثل قاعات العرض أو الفنادق)، مما يسهل على المهتمين الوصول إليها.²
- ❖ فضاء للتدريب والتطوير: تعد بيئة مثالية لتدريب فرق المبيعات على مهارات التواصل المباشر، واختبار كفاءة الموارد البشرية في بيئة تنافسية.
- ❖ الفعالية في التواصل والترويج: تعد من أقوى الوسائل الترويجية لقدرتها على الجمع المباشر بين العارضين (الشركات) والطلب (الزوار)، مما يتيح تقديم معلومات دقيقة وشاملة عن المنتجات.
- ❖ التفوق على وسائل الترويج التقليدية: تتفوق على الإعلانات التقليدية بقدرتها على تحقيق مبيعات فورية، استقبال الطلبات، وطرح المنتجات الجديدة مباشرة في السوق.
- ❖ تمنح المؤسسة حرية اختيار أسلوب العرض الذي يتماشى مع استراتيجيتها، مما يساعد في تعزيز صورتها الذهنية لدى الجمهور المستهدف.
- ❖ توسيع الآفاق التجارية: تساهم في فتح أسواق جديدة للمنتج الوطني، وتعد بوابة أساسية للمؤسسات الراغبة في التصدير أو توسيع نشاطها الخارجي.

¹ أمينة بن زرارة، "الوسائل الاتصالية للترويج للاقتصاد الدائري: الصالون الدولي لإعادة تدوير وتثمين النفايات في الجزائر (REVAD) أنموذجاً"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج 07، ع 02، أبريل 2022، ص 964.

² خالد أحمد علي العريفي، "دور التسويق في المعارض المتخصصة في زيادة عملاء شركات التغليف والتصنيع: معرض جلفود للتصنيع بدبي نموذجاً"، مجلة العربية للنشر العلمي، العدد 37، الإصدار 2، كانون الثاني 2024، ص 252.

❖ خلق بيئة تنافسية: توفر إطاراً للمنافسة المشروعة التي تحفز المؤسسات على تحسين جودة منتجاتها وخدماتها¹.

الفرع الثالث: أنواع المعارض الاقتصادية

تتعدد المعارض الاقتصادية وتتنوع أشكالها تبعاً لجملة من المعايير نذكر من بينها:

أولاً: حسب نوعية المنتجات

أ- المعارض العامة الشاملة:

تجمع هذه المعارض جميع أنواع المنتجات التي تعرض للبيع بشكل عام، سواء كانت منتجات استهلاكية يومية أو منتجات صناعية وزراعية، إضافة إلى منتجات خاصة أو حرفية. وتهدف هذه المعارض إلى عرض مجموعة واسعة من المنتجات لجذب جمهور متنوع، وهي توفر مساحة واسعة لعرض مختلف الأصناف، سواء كانت محلية أو مستوردة.

ب- المعارض المتخصصة:

تركز هذه المعارض على فئة محددة من المنتجات، على عكس المعارض العامة التي تشمل كل المنتجات. وغالباً ما تختار هذه المعارض منتجات تنتمي إلى مجال معين، مثل المنتجات الفلاحية أو الإلكترونية، لتلبية احتياجات جمهور محدد².

¹ رتيبة طيبي، محمد اسلام تلي، "دور المعارض التجارية في ترقية مبيعات المؤسسة - دراسة حالة غرفة التجارة والصناعة مزى، الأغواط"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات السداسية، المركز الجامعي إليزي، ع 04، جوان 2019، ص 34.

² بهتان عبد الباقي، طبيب ساسي، دور المعارض في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 2020/2019، ص 57.

ج- المعارض الخاصة:

تتعلق هذه المعارض بفئة ضيقة من المنتجات المتخصصة، ويتم اختيارها بعناية لتلبية احتياجات محددة، مثل معارض السيارات أو القوارب أو الطائرات، حيث تكون المنتجات المقدمة ذات طابع تقني أو صناعي محدد¹.

ثانيا: حسب التغطية الجغرافية**أ- المعارض الوطنية:**

تنظم داخل حدود الدولة بمشاركة عارضين من مختلف ولايات الوطن²، دون حضور أجنبي. تعرض فيها منتجات محلية الصنع، إضافة إلى مؤسسات توزيع وخدمات. عادةً ما تُقام هذه المعارض بشكل دوري وعلى مدار السنة في عدة ولايات.

ب- المعارض الدولية:

تتميز بمشاركة عارضين من أكثر من دولة، تتسم بتنوع كبير في المنتجات، حيث تعرض كل دولة ما يتناسب مع طبيعة المعرض، سواء كان عاما أو متخصصا في مجالات محددة مثل التراث، الطاقة، أو قطاعات اقتصادية أخرى.

ثانيا: المعارض حسب الهدف

تقسم المعارض بناءً على الغرض الرئيسي، مثل المعارض التجارية التي تهدف إلى بيع المنتجات وزيادة المبيعات مباشرة، والمعارض الترويجية لعرض الابتكارات وبناء العلامات التجارية دون بيع فوري، والمعارض الاستهلاكية لجذب المستهلكين العاديين، أو الخيرية لدعم قضايا إنسانية.

¹ بهتان عبد الباقي، طبيب ساسي، المرجع نفسه، ص 59.

² كرام عبد الرزاق، "مشاركة المؤسسات الاقتصادية في المعارض التجارية أداة ترويجية فعالة - دراسة حالة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX"، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، ص 71.

ثالثا: حسب مجال التنظيم

تعتمد التصنيفات هنا على طبيعة الجهة المنظمة، فتشمل المنظمين الخاصين مثل شركات متخصصة في المعارض التجارية أو المؤتمرات، والمنظمين الحكوميين أو شبه الحكوميين الذين يركزون على التنمية الاقتصادية والإستثمار، حيث تساعد هذه التصنيفات في تنظيم القطاع ورفع جودته.

رابعا: المعارض الاقتصادية والتجارية

تخصص لعرض المنتجات والخدمات من قبل المنتجين والموردين، وتهدف إلى تعزيز التبادل التجاري، وتوسيع فرص البيع والشراء، ودعم الاقتصاد الوطني، إضافة إلى توطيد العلاقات بين الفاعلين الاقتصاديين.

خامسا: المعارض العلمية

تركز هذه المعارض على الجوانب العلمية، حيث تشارك فيها المؤسسات البحثية والمعاهد العلمية ودور النشر المتخصصة، وتهدف إلى إبراز المشاريع والابتكارات، وتشجيع البحث والتطوير، وتبادل المعرفة بين المشاركين.

سادسا: المعارض الثقافية

تركز على الأنشطة الثقافية المتنوعة مثل الفنون والمسرح، وتهدف إلى نشر الثقافة، وتعزيز الهوية الوطنية، وتشجيع الإبداع الفني¹.

سابعا: المعارض الزراعية

تختص بعرض المنتجات الزراعية والآلات والمعدات الخاصة بالزراعة، وتهدف إلى دعم الفلاحين، وتحفيز الابتكار في المجال الزراعي².

¹ بهتان عبد الباقي، طبيب ساسي، المرجع السابق، ص 60.

² صياد آمنة، المرجع السابق، ص 07.

ثامنا: المعارض الفنية

تهتم هذه المعارض بالإبداعات الفنية¹ مثل اللوحات والأعمال اليدوية والموسيقى والأدب، وتهدف إلى إبراز المواهب وتشجيع الفنانين المحليين.

المطلب الثالث أهمية المعارض الاقتصادية وأهدافها في تعزيز التبادل التجاري

تكمُن أهمية المعارض الاقتصادية في قدرتها على تعزيز الاستثمار والتبادل التجاري، مما يجعلها أداة استراتيجية للنمو الاقتصادي والشراكات الدولية. وفي هذا المطلب، سنتطرق أولاً إلى أهميتها (الفرع الأول)، ثانياً إلى أهدافها (الفرع الثاني)، ثالثاً إلى مزايا مشاركة المستثمرين فيها (الفرع الثالث).

الفرع الأول: أهمية المعارض الاقتصادية

تتجلى أهمية المعارض في كونها قناة فعالة لتعزيز الترويج للمنتجات، وفتح أسواق جديدة، وبناء علاقات تجارية وإقتصادية متينة، فضلاً عن دورها في تنشيط المنافسة وتحسين جودة السلع والخدمات المقدمة في السوق. وفي هذا الإطار، تبرز أهمية المعارض من جانبين رئيسيين: من ناحية العارضين (الشركات والمؤسسات المشاركة)، ومن ناحية الزوار الذين يمثلون العملاء والمستثمرين.

أولاً: أهمية المعارض بالنسبة للعارضين والزوار

- تبرز أهمية المعارض في دورها المحوري بتعريف المستهلكين بالمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسات المنتجة.

- كما تُعد المعارض واحدة من أبرز وسائل الترويج للصادرات²، حيث تستند إليها العديد من المؤسسات حول العالم لتعزيز تواجدتها في الأسواق القائمة واستكشاف فرص جديدة من خلال المشاركة في المعارض، تتمكن الشركات من فتح آفاق تجارية أوسع وتوسيع شبكات التوزيع على المستوى المحلي والدولي.

¹ جمال أنس، بياز رستم، "أثر المعارض والتنظيمات على زيادة المبيعات - دراسة ميدانية لمؤسسة Sabrinel"، تقرير تربص لنيل شهادة الليسانس، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2024، ص10.

² فؤاد عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر التكنولوجيا، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2002، ص125.

- تعتبر المعارض التجارية ذات أهمية كبيرة في تسهيل إبرام العقود والاتفاقيات التجارية، بالإضافة إلى دورها في بناء وتطوير علاقات التوزيع ومنح التوكيلات على المستوى الدولي، مما يسهم بشكل فعال في تعزيز التبادل التجاري بين الشركات والمؤسسات.¹

تكمن أهمية المعارض في دورها الفعال كوسيلة للدعاية والترويج للمنتجات والخدمات والمنشآت².

- تكمن أهمية المعارض بالنسبة للزوار في تمكينهم من التواصل المباشر مع المعارضين، والتعرف عن قرب على المنتجات والخدمات، والحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة.

ثانياً: الأهمية الاقتصادية للمعارض

- تتمثل الأهمية الاقتصادية للمعارض في قدرتها على إبراز الفرص الاستثمارية المتاحة في المنطقة المستضيفة، وتعزيز مكانتها كوجهة جاذبة لرؤوس الأموال، مما يسهم في تحفيز تدفق الاستثمارات وتوسيع النشاط الاقتصادي على المستويين المحلي والدولي.³

- تسهم المعارض في توفير وظائف مؤقتة ودائمة في مجالات التنظيم، الأمن، النقل والخدمات، مما يساعد على تقليص معدلات البطالة.

الفرع الثاني: أهداف المعارض الاقتصادية

تسعى المعارض إلى تحقيق جملة من الأهداف، من أبرزها:

- اقناع الجمهور بقدرة المنتج على تلبية احتياجاتهم، مما يؤدي إلى اقتناعهم به.
- بناء علاقة ايجابية بين المؤسسة والجمهور.
- إثارة اهتمام المستهلكين بالمنتج وتحفيزهم على الشراء.
- جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية من خلال عرض الفرص والمشاريع المتاحة.

¹ هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، الطبعة الثالثة، دار الوائل، الأردن، 2004، صفحة 311.

² أحمد محمد المصري، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة، دون طبعة، مصر، 2000، صفحة 90.

³ مسعي عبد الكريم، ترقية المبيعات من المعارض التجارية (معرض الجزائر الدولي للكتاب 2018/2019)، مجلة افاق للعلوم، المجلد 6، العدد 4، الاكاديمية العسكرية بشرشال، الجزائر، 2021، صفحة 540.

- فتح مجالات للتعاون والشراكات بين المؤسسات.
- إتاحة الفرصة للمستهلكين لرؤية المنتج عن قرب¹.
- تجهيز نماذج توضيحية وملصقات إرشادية لما لها من دور في الشرح والتوجيه وتعزيز الإقناع.
- العمل على استقطاب فئة جديدة من العملاء لصالح الشركة².
- طرح منتجات جديدة في السوق مع توضيح خصائصها ومميزاتها وبيان كيفية تشغيلها وصيانتها.

الفرع الثالث: مزايا مشاركة المستثمرين في المعارض الاقتصادية

إن مشاركة المستثمرين في المعارض لا تقتصر على مجرد عرض المنتجات أمام الزوار، بل تعد استثماراً إستراتيجياً يفتح أمامهم أفاقاً واسعة من الفرص والمنافع، ومن هنا، تبرز مجموعة من المزايا الرئيسية لمشاركة المستثمرين في المعارض، التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- عقد الصفقات والشراكات، تفتح المجال لعقد عقود عمل وصفقات مع مستثمرين محليين وأجانب، مما يزيد المبيعات والأرباح ويدعم النمو الاقتصادي للمؤسسات.
- الحصول على الدعم والمساندة، بحيث تواجد أصحاب الاختصاص والمسؤولين في الفعاليات يتيح للمستثمرين الحصول على الدعم الفني والإداري، خصوصاً المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الحصول على آراء ومقترحات الزوار بصراحة، يساعد على تطوير المنتجات ورفع جودتها مستقبلاً.
- تعزيز المنافسة وإنعاش الاقتصاد الوطني.

¹ عدلي نسيم، بوطاجين سيليا، النظام القانوني للصفقات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون العون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016/2015، ص 14.

² بورناز حياة، برجم حنان، "دور المعرض في التقديم بالصناعة التقليدية والحرف - دراسة ميدانية في غرفة الصناعة التقليدية عابنة"، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، مج 03، ع 01، 2021، ص 19.

- نقل الخبرات وتبادل المعرفة، مشاركة المستثمرين ذوي الخبرة تمنح الشباب الطموحين فرصة للتعلم واكتساب ثقافة ريادة الأعمال.
- نشر الوعي الاقتصادي وتعزيز ثقافة الاستثمار.
- اللقاء المباشر مع الزبائن والمستهلكين يؤدي الى بناء الثقة والمصداقية خاصة مع امكانية تجربة المنتج ونقاش تفاصيله على المباشر.

المبحث الثاني الإطار القانوني والمؤسسي للمعارض الاقتصادية في الجزائر

يتعين أن يخضع تنظيم المعارض الاقتصادية في الجزائر لإطار قانوني ومؤسسي متين، إذ قام التشريع الجزائري بتنظيمها بشكل شامل لضمان سلاستها وفعاليتها الاقتصادية، بدعم من الهيئات المختصة. وفي هذا السياق، يتناول هذا المبحث الإطار القانوني والمؤسسي الناظم للمعارض، حيث يفصل المطلب الأول التنظيم القانوني للمعارض من خلال الشروط والإجراءات والإلتزامات الملازمة لأطرافها، بينما يركز المطلب الثاني على الأشخاص المؤهلين للمشاركة سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين، أما المطلب الثالث فيبرز دور الهيئات الرسمية في تنظيم المعارض الاقتصادية والإشراف عليها.

المطلب الأول التنظيم القانوني للمعارض الاقتصادية

تخضع المعارض الاقتصادية لإطار تشريعي يضبط تسييرها ويحدد مسارها، وقد حرص المشرع الجزائري على ترسيخ قواعد قانونية تنظم هذا النشاط وتكفل حسن سيره. وعليه، سنتناول في هذا المطلب التنظيم القانوني للمعارض من خلال ثلاثة فروع؛ نستعرض في الفرع الأول شروط تنظيم المعارض وفق التشريع الجزائري، ثم الإجراءات الإدارية في الفرع الثاني، لنختم بالفرع الثالث الذي يعالج التزامات أطراف المعارض الاقتصادية.

الفرع الأول: شروط تنظيم المعارض وفق القانون الجزائري

اشترط المشرع الجزائري وجوب توافر جملة من الشروط يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

أولاً: الصفة القانونية للمشاركة:

إشترط المشرع في المادة 4 أن يكون المشارك في التظاهرة التجارية تاجراً أو حرفياً مسجلاً في السجل التجاري أو سجل الحرف والمهن، أو مربيّاً أو منتجاً أو فلاحاً حائزاً على بطاقة فلاح فردية، أو منظماً في إطار جمعية أو تعاونية أو تنظيم مهني فلاحي مشترك، ويشمل ذلك كلاً من الشخص الطبيعي والشخص المعنوي¹.

¹ المادة 04 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

ومفاد هذا الشرط أن المشرع إستبعد كل من يمارس نشاطاً غير رسمي أو غير مسجل، ربطاً للأهلية بالتسجيل القانوني الرسمي بوصفه ضماناً لمشروعية النشاط المعروض.

ثانياً: التسجيل في السجل التجاري أو سجل الحرف والمهن مع رمز النشاط المناسب:

أكدت المادة 3 صراحة على وجوب تقييد المشارك بالسجل التجاري¹ أو سجل الحرف والمهن بموجب رمز نشاط يتناسب مع طبيعة تنظيم التظاهرة أو المشاركة فيها. ويعد هذا الشرط إمتداداً منطقياً للشرط السابق، حيث يشترط المشرع تطابق رمز النشاط المسجل مع طبيعة النشاط الممارس في الفعالية.

ثالثاً: ترتيب المنتجات وفصلها حسب النوعية:

أوجبت المادة 8 ترتيب المنتجات المعروضة للبيع وفصل السلع حسب نوعيتها²، مع الفصل بين منتجات التغذية والأدوات الحديدية والألبسة أو أي منتج من نوع آخر. وييسر هذا الشرط عملية الرقابة على النوعية ويضمن وضوح العرض للمستهلك.

رابعاً: مشروعية المواد المعروضة وامتنالها للتشريع:

تنص المادة 9 على ضرورة وجود المواد المعروضة في التظاهرة التجارية قانونية وقابلة للتسويق، وألا تشكل أي خطر على صحة وأمن المستهلكين. كما يجب أن تستوفي هذه المواد متطلبات التشريع والتنظيم الساري في مجالات حماية المستهلك والممارسات والأنشطة التجارية³.

الفرع الثاني: إجراءات تنظيم المعارض الاقتصادية

يضع المشرع تنظيم المعارض الاقتصادية ضمن إطار إجرائي محكم يتضمن مراحل قانونية وإدارية مترابطة، تشمل الإعداد وتقديم الطلبات، منح التراخيص، ومتابعة النشاط. يهدف هذا التنظيم إلى تحقيق الشفافية والانضباط وضمان سير الفعاليات بشكل منظم، مما يحافظ على التوازن بين الأطراف الفاعلة في القطاع الاقتصادي.

¹ المادة 03 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

² المادة 08 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

³ المادة 09 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

أولاً: مراجعة الطلب والتحقق من الشروط

نصت المادة 13 على ألا يُسلم رئيس المجلس الشعبي البلدي المختص الرخصة للمعني إلا بعد التأكد من احترام الشروط المحددة في هذا المرسوم، وتُرسل نسخة من الرخصة المُسلّمة في هذا الإطار إلى مديرية التجارة الولائية المختصة إقليمياً. وتُجسّد هذه المرحلة دور الرقابة الإدارية المسبقة في ضمان استيفاء الشروط الموضوعية قبل الترخيص¹.

ثانياً: تقديم طلب الحصول على رخصة مسبقة

حسب المادة 11 يخضع إقامة كل تظاهرة تجارية لرخصة مسبقة يُسلّمها رئيس المجلس الشعبي البلدي المختص إقليمياً، بناءً على طلب يُقدّمه المعني وفق ما هو منصوص عليه في المادة 12 أدناه. وتعتبر هذه الرخصة عن دور الدولة في الإشراف المسبق على النشاط التجاري الجماعي².

ثالثاً: إيداع ملف الطلب الكامل

حددت المادة 12 المحتويات الإلزامية لملف الطلب المقدم كتابياً، والتي تشمل: تاريخ التظاهرة التجارية، ومكان إجرائها، ومدتها، وطبيعتها، وأوقات الفتح والإغلاق، مرفقاً بنسخة مصادق عليها من مستخرج السجل التجاري. كما يجب أن يوضح الطلب طبيعة التظاهرة التجارية المراد إقامتها إلى جانب أوقات الفتح والإغلاق³.

رابعاً: البت في الطلب خلال خمسة عشر يوماً مع أثر الصمت الإداري

يلتزم رئيس المجلس الشعبي البلدي بالرد خلال خمسة عشر (15) يوماً، ويُعتبر عدم الرد قبولاً ضمنياً للطلب. وفي حالة الرفض الصريح، يحق للمنظم الطعن لدى الوالي المختص إقليمياً. وقد أحكم المشرع هذا الأجل بضمانة مزدوجة لصالح المتعاملين، إذ يحول الصمت الإداري دون التعسف في رفض الطلبات.

¹ المادة 13 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

² المادة 11، 12 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

³ المادة 12 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

الفرع الثالث: التزامات أطراف المعارض:

- إقامة التظاهرة في فضاء مهياً يستوفي شروط الأمن والنظافة والسلامة، حيث نصت المادة 5 على أنه لا يمكن إقامة التظاهرة التجارية إلا في فضاء مغطى أو غير مغطى مهياً خصيصاً لهذا الغرض، ومستوفياً لكافة شروط الأمن والنظافة والسلامة. ويجسد هذا الشرط حماية للصحة العامة وسلامة المتعاملين والجمهور على حد سواء.

- أضافت المادة 6 التزامات تقنية دقيقة تتعلق بالفضاء ذاته، إذ يجب أن يشتمل على أماكن لتوقف السيارات ومدخل ومواصفات ضرورية للمشاركين والزوار، وأن يكون مهياً بصفة جيدة مع الفصل بين مساحات العرض ودورات المياه والكهرباء، وأن تكون المداخل والطرق الداخلية واضحة المعالم.

- عدم تجاوز مدة خمسة عشر يوماً وعدم قابلية التجديد، حدّدت المادة 15 الأجل الأقصى لإقامة التظاهرة بخمسة عشر (15) يوماً غير قابلة للتجديد، ويهدف هذا الشرط إلى التمييز الواضح بين التظاهرة التجارية الدورية ذات الطابع المؤقت وبين النشاط التجاري الدائم¹.

المطلب الثاني الأشخاص المشاركون في المعارض الاقتصادية

تستوجب تنظيم المشاركة في المعارض تحديد الفئات المخول لها قانوناً هذا الحق، سواء تعلق الأمر بالأشخاص الطبيعية أو الأشخاص المعنوية، وذلك وفقاً لمعايير وضوابط يحددها القانون المعمول به.

كما يستلزم الأمر بيان الفئات المستبعدة من هذا الحق، بما يضمن الحفاظ على النظام العام وتعزيز مبادئ الشفافية والنزاهة في إطار هذه التظاهرات الاقتصادية.

وعليه، سيتم في هذا المطلب التطرق إلى تحديد مختلف الفئات التي يثبت لها حق المشاركة في المعارض بداية بالأشخاص الطبيعية (الفرع الأول) ثم الأشخاص المعنوية (الفرع الثاني)، مع بيان الأشخاص غير المؤهلين قانوناً للمشاركة فيها (الفرع الثالث).

¹ المادة 15 من المرسوم رقم 07-217 المرجع السابق.

الفرع الأول: الأشخاص الطبيعيون المؤهلون للمشاركة في المعارض الاقتصادية

يقصد بالأشخاص الطبيعيين الأفراد الذين يمنحهم القانون الشخصية القانونية منذ ولادتهم الحية¹، مما يمكنهم من اكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات، كحق التملك وإبرام العقود ورفع الدعاوى. تبدأ هذه الشخصية منذ الولادة الحية وتنتهي بالوفاة، مع استثناءات يجيزها القانون قبل الولادة، مثل حق الجنين في الإرث شريطة أن يولد حياً.

أولاً: التاجر

يعرف التاجر في القانون التجاري الجزائري بموجب المادة الأولى من الأمر رقم 75-259 (المعدل والمتمم) بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس بصفة إعتيادية ومهنية الأعمال التجارية. وتكتسب هذه الصفة أهميتها من كونها تخضع صاحبها للنظام القانوني التجاري الخاص، مما يترتب عليه العديد من الآثار القانونية الجوهرية، كخضوعه لقواعد الإفلاس والتسوية الوقائية، ووجوب مسك الدفاتر التجارية، وتطبيق آجال التقادم التجاري، فضلاً عن الإختصاص القضائي التجاري.

يشترط لتحقيق صفة التاجر توافر عنصرين أساسيين هما ممارسة عمل من الأعمال التجارية المحددة قانوناً، وأن تكون هذه الممارسة اعتيادية ومهنية مما يعني أن التجارة تمثل حرفة أساسية للشخص وليست نشاطاً عرضياً. كما تجدر الإشارة إلى أن القيد في السجل التجاري لا يُنشئ صفة التاجر بل يعتبر إجراءً إثباتياً فقط إذ تكتسب الصفة بفعل ممارسة الأعمال التجارية بصفة معتادة³.

¹ محمد صغير بعلي، المدخل إلى العلوم القانونية، نظرية القانون ونظرية الحق، دار العلوم، عنابة، 2006، ص 84.

² أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-09 مؤرخ في 5 مايو 2022، ج ر عدد 32 مؤرخة في 14 مايو 2022.

³ الهادي عثمان، دراسة قياسية لتوزيع التجارية بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نمذجة اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012، ص 44.

ثانياً: الحرفي

يعرف الحرفي من خلال الأمر رقم 96-101¹ ولا سيما المادة 10 منه، أن الحرفي هو كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، يقوم بمزاولة نشاط حرفي أو تقليدي، مع توليه بنفسه تنفيذ نشاطه وإدارته وتسييره وتحمله المسؤولية الكاملة عنه. ويعد هذا التأطير القانوني ضماناً لمصداقية الفاعلين المشاركين في النشاط الاقتصادي². وفي هذا السياق، جاء المرسوم التنفيذي رقم 07-217 المؤرخ في 10 يوليو 2007، والمتعلق بشروط تنظيم التظاهرات التجارية الدورية وسيرها، ليشترط في مادته الرابعة أن يكون المشاركون من الحرفيين المسجلين في سجل الحرف والمهن، وهو ما يعكس توجه المشرع نحو تنظيم المعارض الاقتصادية على أسس مهنية، بما يعزز من جاذبيتها ويُسهم في ترقية الاستثمار من خلال إبراز المنتج الوطني وتشجيع المبادرة الفردية.

ثالثاً: أصحاب النشاط الفلاحي

يُعدّ المربّون والمنتجون والمزارعون الحائزون على بطاقة الفلاح من الفئات الأساسية المؤهلة للمشاركة في المعارض الاقتصادية، وذلك وفقاً لما نصّ عليه المرسوم التنفيذي رقم 07-217 المؤرخ في 10 يوليو 2007 في المادة 4 يُمنح هذا الحق سواء كان نشاطهم يُمارس بصفة فردية أو في إطار منظم³، كالتجمعات أو التعاونيات أو الجمعيات أو التنظيمات المهنية الفلاحية المشتركة المرتبطة بطبيعة النشاط. ويهدف إشراك هذه الفئة إلى إبراز المنتجات الفلاحية المحلية وتعزيز تسويقها، فضلاً عن دعم الإقتصاد الفلاحي وتشجيع الإنتاج الوطني ضمن إطار منظم يضمن الشفافية والمنافسة المشروعة في المعارض.

¹ انظر المادة 10 من الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج ر عدد 03 الصادر في 14 جانفي 1996.

² نقادي سعاد ، هدار عالية، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر ، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2022 ، صفحة 13.

³ راجع المادة 04 من المرسوم رقم 07-217، مرجع سابق.

الفرع الثاني: الأشخاص المعنوية

يقصد بالأشخاص المعنويين تلك الجهات والمؤسسات والجماعات التي يعترف بها قانونًا. يمنحها القانون القدرة على القيام بجميع أنواع التصرفات القانونية، سواء في التعامل اليومي أو اكتساب الحقوق أو تحمل الالتزامات. كما تتمتع هذه الكيانات بذمة مالية مستقلة¹ تمامًا.

أولاً: الشركات التجارية (العمومية، الخاصة)

تسعى الشركات التجارية الوطنية والخاصة باستمرار إلى اعتماد أساليب واستراتيجيات فعالة لتعزيز تواجدها في السوق وزيادة فرص النمو. من بينها تبرز المعارض والفعاليات كمنصات حيوية تجمع بين الشركات والعملاء المحتملين، حيث تمكن المؤسسات من عرض عينات منتجاتها² بشكل مباشر أمام المستهلكين، مما يسهم في التعريف بهويتها التجارية، ويفتح أمامها آفاقاً استراتيجية لدخول أسواق جديدة أو تعزيز مكانتها في الأسواق القائمة مما يجعلها خياراً مفضلاً للإستثمار فيه.

مثال على ذلك مشاركة شركة كوندور للأجهزة الالكترونية والكهرومنزلية وشركة سيفيتال للصناعات الغذائية بقوة في أبرز المعارض الوطنية والدولية بالجزائر منه معرض الإنتاج الوطني.

ثانياً: المؤسسات المالية

المؤسسات المالية هي شركات متخصصة في المجال المالي، حيث تتكون أصولها بشكل أساسي من أصول مالية أو التزامات ومستحقات على الغير، مثل الأسهم والسندات والقروض، بدلاً من الأصول المادية كالمنشآت والأجهزة والمواد الأولية كما هو الحال في شركات الأعمال التقليدية. وتقوم هذه المؤسسات أيضاً بمنح القروض للعملاء، أو شراء والاستثمار في الأوراق

¹ خالد الطاهر، القانون الإداري، دراسة مقارنة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، بغداد، ط1، 1418 هـ - 1998 م، ص 84.

² خطابت أمينة، دور المعارض التجارية في الرفع من أداء المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص: تسويق العمليات المالية والمصرفية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر -3، 2013، ص 09.

المالية المطروحة في سوق المال. ومن أبرز الأمثلة على هذه المؤسسات: البنوك التجارية، شركات التأمين، ومؤسسات الاستثمار¹.

تلعب المؤسسات المالية دوراً مهماً في المعارض الاقتصادية بالجزائر، إذ تهدف مشاركتها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تخدم البنك والمستثمر والاقتصاد الوطني في آن واحد. ومن أبرز هذه الأهداف:

- تمويل الصفقات والمعدات المعروضة في الأجنحة.

- جذب العملاء الجدد وايضا دعم المصدرين وعقد شراكات استراتيجية (B2B)²: من خلال ربط الشركات الوطنية بالشركاء الأجانب، وتسهيل فرص التعاون التجاري واستقطاب رؤوس الأموال: عبر توفير فرص للمستثمرين الوطنيين للتعرف على الشركاء الأجانب والمشاريع الاستثمارية الواعدة.

ومثال على ذلك مشاركة البنك الوطني الجزائري في افتتاح الطبعة 14 الصالون البنوك والتأمينات والمنتجات المالية.

الفرع الثالث: الأشخاص الممنوعة من المشاركة في المعارض الاقتصادية

نصت المادة الثامنة من القانون رقم 04-08³ المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية على استبعاد فئة معينة من الأشخاص، إذ حرمت كل من صدر بحقه حكم إدانة في جرائم بعينها من التسجيل في السجل التجاري، أو مباشرة أي نشاط تجاري، بما في ذلك المشاركة في المعارض الاقتصادية.

وتشمل هذه الموانع مجموعة من الأفعال المجرمة التي تمس بسلامة التعاملات التجارية، وهي:

¹ عبد الغفار حنفي رسمي زكي قزايصة، البورصات والمؤسسات المالية. الدار الجامعة، الاسكندرية، 2002، ص12.

² (B2B (Business to Business) يشير إلى العلاقات والمعاملات التجارية التي تحدث بين المؤسسات والشركات، حيث تتركز هذه العمليات على التعاملات المتبادلة بين الأطراف التجارية دون أن تشمل المستهلك النهائي.

³ مادة 8 من قانون 04-08 مؤرخ في 14 اوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، حر، عدد 52، الصادر ب 18 اوت 2004 المعدل والمتمم.

اختلاس الأموال، الغدر، الرشوة، السرقة، الاحتيال، إخفاء الأشياء، خيانة الأمانة، الإفلاس، إصدار شيكات بدون رصيد، التزوير واستعمال المزور، الإدلاء بتصريحات كاذبة لأغراض التسجيل التجاري، تبييض الأموال، الغش الضريبي، الاتجار بالمخدرات، بالإضافة إلى المتاجرة بسلع أو مواد تضر بصحة المستهلك.

المطلب الثالث الهيئات المعنية في تنظيم المعارض الاقتصادية

تلعب الهيئات دورا محوريا في تنظيم هذه التظاهرات، سواء من خلال الإشراف العام والرقابة على الجودة والشفافية، أو تقديم الدعم للمشاركين، أو تسهيل التواصل بين المتعاملين الجزائريين والشركاء الدوليين. ويهدف ضمان نجاح هذه المعارض وتطويرها المستمر. خصص المشرع هيئات متعددة، سيتم في هذا المطلب تسليط الضوء عليها، وذلك من خلال تقسيمها إلى ثلاثة فروع رئيسية: أولها يتناول الهيئات الحكومية المشرفة، وثانيها يخص الهيئات المنظمة والداعمة، وثالثها يخص للهيئات المهنية المتمثلة في الغرف المختلفة.

الفرع الأول: الهيئات الحكومية المشرفة

تعتبر الهيئات الحكومية هي الجهة الأساسية في الإشراف على تنظيم المعارض الاقتصادية وضبطه، انطلاقاً من الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) (أولاً)، ثم وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات (ثانياً)، مروراً بوزارة الفلاحة والتنمية الريفية (ثالثاً)، ثم إلى وزارة السياحة والصناعة التقليدية (رابعاً)، وصولاً إلى وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني (خامساً).

أولاً: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)

تُعتبر الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) مؤسسة اقتصادية عمومية¹ رائدة، تأسست سنة 1971، وتلعب دوراً محورياً في تنشيط الحركة الاقتصادية وتعزيز التبادل التجاري.

وتتمثل مهامها الأساسية في تنظيم المعارض والتظاهرات الاقتصادية على المستويين الوطني والدولي، إلى جانب تنظيم المنتقيات والندوات والمؤتمرات ذات الطابع الاقتصادي. كما تعمل على مرافقة المتعاملين الاقتصاديين من خلال مساعدتهم على الترويج لمنتجاتهم خارج

¹ خطابت أمانة، مرجع سابق، ص128

الوطن عبر المشاركة في المعارض والصالونات الدولية، فضلاً عن مساهمتها في تطوير التجارة الخارجية من خلال التعريف بالمنتوج الجزائري في الأسواق الدولية¹.

ثانياً: وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات

تعد وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات الجهة الحكومية المسؤولة عن وضع السياسات والإستراتيجيات المرتبطة بتطوير التجارة الخارجية وتعزيز الصادرات الجزائرية، حيث تضطلع بدور استراتيجي في تنظيم المعارض الاقتصادية من خلال التأيير والتنسيق والدعم والترويج للمنتجات الوطنية في الأسواق الدولية، بهدف تعزيز حضورها وترقية الصادرات². وتعتمد الوزارة في ذلك على وضع الإطار التنظيمي والتوجيهي، وإصدار التراخيص والموافقات اللازمة، إلى جانب تقديم الدعم والمرافقة للمتعاملين الاقتصاديين، وذلك استناداً إلى المرسومين التنفيذي رقم 97-25 و 98-25³.

وفي هذا الإطار، تشرف الوزارة على تنظيم المعارض والتظاهرات الاقتصادية وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 07-217، من خلال إعداد البرامج السنوية للمشاركات الوطنية والدولية بالتنسيق مع مختلف الفاعلين الاقتصاديين، بما يضمن فعالية هذه التظاهرات وتحقيق أهدافها. كما تعتمد الوزارة على مجموعة من الهيئات الداعمة، من بينها صندوق دعم الصادرات (FSPE) الذي يساهم في تغطية جزء من تكاليف المشاركة في المعارض الدولية، إلى جانب الهيئة الجزائرية للصادرات، والغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، والشركة الجزائرية للمعارض

¹ لعمالة حاج، حطاب مراد، دور المؤسسات والهيئات الداعمة للصادرات خارج المحروقات في كل مخطط الانعاش الاقتصادي، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، المجلد 17، العدد 02، الشلف، 2024، ص 314.

² قيراع سعيدة، دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، تخصص مالية وتجارة دولية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة غرداية، 2024، الصفحة 32.

³ مرسوم تنفيذي رقم 25-97 مؤرخ في 11 رمضان 1446 الموافق لـ 11 مارس 2025، يحدد صلاحيات وزير التجارة الخارجية وترقية الصادرات، منشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 17، بتاريخ 12 مارس 2025.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 25-98 المؤرخ في 11 رمضان عام 1446 الموافق 11 مارس سنة 2025، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 17، المؤرخة في 12 مارس 2025.

والتصدير، التي تعمل بشكل تكاملي على دعم وترقية الصادرات وتعزيز حضور المنتج الوطني في الأسواق الخارجية.

ولضمان تنظيم احترافي لهذه التظاهرات، تقوم الوزارة بإطلاق استشارات دورية وسنوية لاختيار متعاملين اقتصاديين متخصصين في تنظيم المعارض الاقتصادية على الصعيدين الوطني والدولي، وكان آخرها الاستشارة رقم 06/2025، وذلك في إطار تنفيذ البرنامج الرسمي للتظاهرات الاقتصادية والمعارض¹.

ثالثاً: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري

تُعدّ وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري في الجزائر الهيئة الحكومية المكلفة بتنظيم وتطوير القطاع الفلاحي وتعزيز التنمية الريفية، حيث تضطلع بدور أساسي في دعم الاستثمار الفلاحي وترقية التعاون الاقتصادي من خلال مشاركتها في مختلف المظاهرات الاقتصادية والمعارض المتخصصة².

وفي هذا الإطار، تشرف الوزارة على تنظيم عدد من المعارض الكبرى ذات الطابع الاقتصادي والتقني، والتي تُعدّ مواعيد سنوية هامة، من أبرزها الصالون الدولي للفلاحة وتربية المواشي (SIPSA FILAHA)، الذي يشكل فضاءً لتبادل الخبرات وعرض أحدث التقنيات وتعزيز الشراكات بين الفاعلين في القطاع، بحيث حقق تعزيز الاستثمار التحويلي للخضروات والفواكه، وتطوير صناعة الأسمدة والمنتجات البيطرية محلياً، بالإضافة إلى عصرنة القطاع عبر إدخال تقنيات السقي الذكي وحلول التخزين والتبريد، مما عزز من تنافسية المنتج الوطني وفتح آفاقاً واسعة للشراكات الدولية.

رابعاً: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

تعد وزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر الهيئة الأساسية المسؤولة عن تطوير القطاع السياحي. تتولى الوزارة مسؤولية التخطيط الإستراتيجي والإشراف على تنفيذ السياسات المتعلقة

¹ وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات، الاستشارة رقم 06/2025 المتعلقة بتنظيم المشاركة الجزائرية في التظاهرات الاقتصادية بالخارج، الجزائر ، 2025 ، صفحة 3.

² عبير لكحل عيسى ميمور، الوزارة في النظام الإداري الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2023 ، ص39.

بالسياحة والصناعة التقليدية. كما تسهم بشكل فعال في تعزيز هذين القطاعين من خلال دعم الاستثمارات، مما يؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية وفتح آفاق جديدة لفرص العمل¹.

وفي إطار مهامها، تتولى الوزارة الإشراف على تنظيم المعارض والتظاهرات المتخصصة، بالتنسيق مع مختلف هيئاتها التنفيذية، من خلال إعداد برنامج سنوي لهذه الفعاليات، وتأطير ومرافقة العارضين، ودعمهم، مع العمل على تشجيع الاستثمار عبر إبراز الفرص المتاحة في القطاع، وجذب المستثمرين، إضافة إلى إطلاق حملات ترويجية، ثم تقييم نتائج التظاهرات وإعداد تقارير الحصيلة الخاصة بها².

وبعد الصالون الدولي للسياحة والأسفار مثلاً بارزاً على إشراف الوزارة على التظاهرات السياحية، حيث يُنظَّم تحت وصايتها عبر المحافظة المنظمة، بما يجسد دورها في التأطير والتوجيه. ويُشكل هذا الصالون فضاءً هاماً لعرض المنتجات والخدمات السياحية، وتبادل الخبرات بين الفاعلين، والتعريف بالبرامج السياحية الوطنية، فضلاً عن كونه منصة لتعزيز الاستثمار السياحي من خلال ربط علاقات شراكة بين المستثمرين والفاعلين في القطاع. كما يساهم في تنشيط السياحة الداخلية، ويتميز بتنظيم ندوات علمية تواكب المستجدات وتدعم تطوير الاستثمار السياحي وتحسين مردوديته.

خامساً: وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني

تعرف وزارة الصناعة الصيدلانية بأنها الهيئة التنفيذية المكلفة بتصميم وتنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بالأدوية والمستلزمات الطبية³.

¹ هتهات الشيخ ، واقع السياحة المستدامة في الجزائر و دورها في حماية البيئة، اطروحة الدكتوراه، تخصص ادارة بيئية وسياحية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2023 ، ص79.

² الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، على الموقع <https://www.mta.gov.dz>، اطلع بتاريخ 2026/06/05، على الساعة: 18:41.

³ سليمان الحسين، الصناعة الصيدلانية وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني - دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص: اقتصاد وإدارة الصحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2024، ص72.

وتتجلى علاقتها بالمعارض والتظاهرات الاقتصادية، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 25-187 المؤرخ في 13 يوليو 2025، من خلال ممارستها لمهام الرعاية والتنظيم؛ حيث تمنح الوزارة الرعاية السامية للمعارض الكبرى، مثل معرض Maghreb Pharma، بما يضيف على هذه التظاهرات طابعاً رسمياً ويعزز جاذبيتها لدى المستثمرين الأجانب والمخابر الدولية. كما تسهم الوزارة في الترويج للصادرات من خلال استغلال المعارض كفضاءات لعرض قدرات الإنتاج الوطني، واستقطاب الاستثمارات، ونقل التكنولوجيا، وذلك عبر تنظيم لقاءات ثنائية بين المتعاملين المحليين والأجانب، إضافة إلى عرض مختلف التسهيلات القانونية والتحفيزات التي يقرها المرسوم لفائدة المستثمرين الجدد.

الفرع الثاني: الهيئات المنظمة والداعمة

تلعب الهيئات المنظمة والداعمة دوراً بالغ الأهمية في مجال المعارض الاقتصادية، وسندرس أولاً الهيئة الجزائرية للصادرات، انتقالاتاً إلى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

أولاً: الهيئة الجزائرية للصادرات

تمّ إنشاء الهيئة الجزائرية للصادرات بموجب المرسوم التنفيذي رقم 25-234 المؤرخ في 10 ربيع الأول عام 1447هـ، الموافق لـ 3 سبتمبر 2025، والذي يحدّد تنظيمها وسيرها². وقد عرّفها المادة الثانية من نفس المرسوم على أنّها مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية. أما فيما يخص مهامها، فقد نصّت عليها المادة الرابعة³، حيث تتولى الهيئة المساهمة في إعداد البرنامج السنوي لمشاركة الجزائر في التظاهرات الاقتصادية والتجارية المنظمة بالخارج، إضافة إلى متابعة المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين وتأطير مشاركتهم في مختلف التظاهرات الاقتصادية، لاسيما المعارض والعروض والصالونات المتخصصة المنظمة خارج الوطن.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 25-187 مؤرخ في 17 محرم عام 1447 الموافق 13 يوليو سنة 2025، يحدد صلاحيات وزير الصناعة الصيدلانية، ج ر، العدد 58 المؤرخ في 1 أكتوبر 2020،

² مرسوم تنفيذي رقم 25-234 مؤرخ في 3 سبتمبر 2025، يتضمن انشاء الهيئة الجزائرية للصادرات وتنظيمها وسيرها، ج ر عدد 60 المؤرخة في 7 سبتمبر 2025.

³ راجع المادة 04 من المرسوم 25-234، المرجع نفسه.

ثانيا: الوكالة الوطنية للنفايات

تُعرف الوكالة الوطنية للنفايات، وفقاً لما نصّت عليه المادة 1 من المرسوم رقم 02-175، على أنها مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، يشار إليها في النص بـ الوكالة، وتتمتع بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، وتُوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتهيئة العمرانية والبيئة¹.

وتُعدّ الوكالة فاعلاً منظماً ومشاركاً في المعارض الاقتصادية بالجزائر، من بينها الصالون الدولي لاسترجاع وتثمين النفايات، الذي تنظمه بالتعاون مع الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة. ولا يقتصر دورها في هذا الإطار على المشاركة فحسب، بل يمتدّ إلى إعداد المحاور التقنية واختيار الشعارات، على غرار رقمنة تسيير النفايات، إضافة إلى استقطاب العارضين. كما تشارك الوكالة كعارض في تظاهرات ومعارض أخرى لا تندرج ضمن اختصاصها المباشر في التنظيم، وذلك بهدف التحسيس والتوعية، على غرار معارض التعبئة والتغليف والصالونات الوطنية للصناعة والبيئة، حيث تخصص جناحاً لعرض حصيلة نشاطاتها، وتوزيع مطويات تحسيسية، وتقديم شروحات للمستثمرين حول كيفية إنشاء مؤسسات مصغرة في مجال تدوير النفايات².

الفرع الثالث: الهيئات المهنية (الغرف)

في هذا الفرع، نركز على الهيئات المهنية البارزة في تنظيم المعارض الاقتصادية أولاً بالغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، ثانياً الغرفة الوطنية للفلاحة، ثالثاً الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 02-175 مؤرخ في 20 ماي 2002، يتضمن انشاء الوكالة الوطنية للنفايات وتنظيمها وعلمها، ج ر عدد 37 لسنة 2002.

² جبري محمد، الوكالة الوطنية للنفايات رهانات وتحديات، مجلة القانون العقاري، مخبر القانون والعقار، جامعة البليدة، المجلد 05، العدد 03، 2018، ص 119.

أولاً: الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة

تعد الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI) مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 03 مارس 1996¹، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة، وفقاً لما تنص عليه المادة الثانية من المرسوم. وتمثل الغرفة، على المستوى الوطني، المصالح العامة لقطاعات التجارة والصناعة والخدمات لدى السلطات العمومية، مما يمنحها الصفة القانونية التي تخول لها التدخل في تنظيم وتأطير النشاطات الاقتصادية².

وفي هذا الإطار، خل المشرع الجزائري للغرفة، بموجب المادة الخامسة من نفس المرسوم، صلاحيات واسعة، من بينها تنظيم أو المشاركة في تنظيم مختلف اللقاءات والتظاهرات الاقتصادية داخل الجزائر وخارجها، سيما المعارض والندوات والمناظرات والأيام الدراسية والمهام التجارية التي تهدف إلى ترقية النشاطات الاقتصادية الوطنية وتطوير المبادلات التجارية مع الخارج وتتميتها. كما تشارك في التظاهرات والأعمال التي تبادر بها الهيئات التمثيلية الساعية إلى تحقيق نفس الأهداف، وتمثل الجزائر في المعارض والتظاهرات الاقتصادية الرسمية المنظمة في الخارج. بالإضافة إلى ذلك، تقوم بتنظيم صالونات جهوية بالتنسيق مع مختلف غرف التجارة والصناعة، بهدف الترويج للمنتوج المحلي، كما تنظم الصالون الوطني للمناولة (SANIST) مرة كل سنتين، وتضع تحت تصرف المتعاملين الاقتصاديين مفكرة خاصة بالتظاهرات الاقتصادية والتجارية داخل الوطن وخارجه³.

ويجسد هذا الإطار القانوني دور الغرفة كهيئة مشرفة ومشاركة في المعارض الاقتصادية، باعتبارها أداة فعّالة للتعريف بالفرص الاستثمارية، وتشجيع الشراكات بين المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين والأجانب، والمساهمة في تحسين مناخ الأعمال، مما يجعل دورها

¹ المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 03/03/1996 المتضمن إنشاء غرف التجارة والصناعة، ج ر، العدد 16، صادر سنة 1996.

² مسعودي راوية، تقييم أداء الغرف الفلاحية في تنظيم القطاع الفلاحي الجزائري، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 15، العدد 01، السنة 2024 ص 382.

³ خليفة عبد الحليم، دور الغرف في ترقية وترويج المنتج الجزائري، دراسة حالة غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية سطيف، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2016/2017، ص 83.

القانوني آلية أساسية في دعم الاستثمار وترقية التنمية الاقتصادية الوطنية، وذلك من خلال ترقية النشاطات الاقتصادية وتوسيع المبادلات التجارية مع الخارج، إلى جانب تمثيل الجزائر في مختلف التظاهرات الاقتصادية الرسمية المنظمة في الخارج¹.

شرعت الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة في التحضير لتنظيم الطبعة الـ 7 للصالون الوطني المنعقد للمناولة في بيان صادر عن الغرفة الجزائرية، جاء فيه تحت رعاية وزير التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، تنظم الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة بالشراكة مع الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير الطبعة السابعة للمعرض الوطني المنعكس للمناولة، وذلك من 21 الى 24 أفريل بقصر المعارض الصنوبر البحري جناح القصب².

يهدف المعرض لتعزيز علاقات المناولة بين الشركات الوطنية الصناعية، الشركات الكبيرة، المتوسطة والصغيرة لتعزيز النسيج الصناعي والإدماج الاقتصادي الوطني.

ثانياً: الغرفة الوطنية للفلاحة

تُعدّ الغرف الفلاحية في الجزائر مؤسسات عمومية ذات طابع مهني وصناعي وتجاري، تم تأسيسها في إطار الإصلاحات الهيكلية التي شهدتها القطاع الفلاحي، بهدف تمثيل الفلاحين والدفاع عن مصالحهم والمساهمة في تنظيم النشاط الفلاحي وتطويره. وتؤكد المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 10-214 المؤرخ في 16 سبتمبر 2010 أن الغرف الفلاحية توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالفلاحة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي³.

تلعب هذه الغرف دوراً محورياً في إعداد السياسات الفلاحية، وتقديم الاستشارات التقنية، فضلاً عن كونها فضاءً للحوار بين مختلف الفاعلين في القطاع، مما يعزز فعالية التدخلات العمومية ويضمن استدامة التنمية الريفية.

¹ جلطي غالم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بين التطلعات المستقبلية وعقبات الواقع، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص96:

² خليفة عبد الحليم، نفس المراجع، ص 85.

³ مرسوم تنفيذي رقم 10_214 مؤرخ في 7 شوال عام 1431 الموافق 16 سبتمبر سنة 2010 يحدد القانون الاساسي للغرف الفلاحية.

لا تقتصر مهام الغرفة الوطنية للفلاحة على الطابع التمثيلي أو الاستشاري، بل تمتد لتشمل دوراً تنظيمياً واقتصادياً فعّالاً، لا سيما في تنظيم المعارض والتظاهرات الفلاحية. إذ تتولى الغرفة، بالتنسيق مع مديريات المصالح الفلاحية، الإشراف على تنظيم الصالونات والمعارض الفلاحية المحلية والوطنية والدولية، والمشاركة فيها، بما يجعلها أداة عملية لترقية المنتجات الفلاحية وإعادة الاعتبار للقطاع في الحياة الاقتصادية. وتُعد هذه التظاهرات فضاءات استراتيجية لخلق فرص التواصل بين الفلاحين والمهنيين والمستثمرين، وتبادل الخبرات، والتعريف بفرص الاستثمار الفلاحي، بما يساهم في تحسين مناخ الاستثمار وتشجيع تدفق رؤوس الأموال نحو هذا القطاع الحيوي¹.

تؤكد المادة 5، الفقرة 3، من المرسوم التنفيذي رقم 10-214² أن من مهام الغرفة تنظيم المعارض والتظاهرات والمسابقات الفلاحية لتسهيل نشر المعلومة العلمية والتقنية والاقتصادية، مما يجعل المعارض آلية اقتصادية رسمية تعتمد على الغرفة لدعم التنمية الفلاحية وتحقيق أهداف الاستثمار في الجزائر³.

ومثال على ذلك: تحتضن الجزائر من 25 إلى 27 نوفمبر 2025 الطبعة الثالثة من الصالون الدولي للتمور بقصر المعارض بالصنوبر البحري، بتنظيم من الغرفة الوطنية للفلاحة، وبمشاركة أكثر من 150 عارضاً وطنياً وأجنبياً ممثلين في منتجين، محولين، حرفيين، مصدرين للتمور، تعاونيات وتنظيمات مهنية، إضافة إلى حاملي مشاريع وشركات ناشئة، معاهد ومراكز تقنية، هيئات البحث والمخابر ومختلف الفاعلين ذوي العلاقة مع هذه الشعبة. ويشترك كبار المنتجين والمصدرين عن دول تونس، ليبيا وتركيا وتنظيمات ذات طابع دولي كمجلس الأعمال الجزائري - الروسي، كما ستعرف التظاهرة زيارة سفراء الدول الأجنبية وممثلي السلك الدبلوماسي بالجزائر.

ويهدف الصالون إلى تعزيز التواصل بين المتدخلين في الشعبة، وتطويرها من خلال تحسين جودة التمور وترقية صادراتها، مع إبراز أهميتها الاقتصادية والتعريف بتنوعها. كما يشكل

¹ خليفة عبد الحليم، مرج سابق، ص 59.

² راجع المادة 5 من المرسوم التنفيذي 10-214، المرجع السابق.

³ علي معطى الله، التنظيمات المهنية الفلاحية في الجزائر، شهادة الماجستير، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بدون سنة، ص 49.

فضاءً لعرض وتسويق المنتجات، ومناقشة التحديات وطرح الحلول، إضافة إلى تنظيم محاضرات وورشات علمية بمشاركة خبراء وباحثين، وذلك تحت شعار "تمورنا.. أصالة واقتصاد مستدام".

ثالثاً: الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف

تعرف الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف باعتبارها مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي¹، ويطلق عليها في النصوص القانونية اسم "الغرفة الوطنية". وتخضع هذه المؤسسة لوصاية الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، وتتكون من غرف الصناعة التقليدية المنتشرة عبر 69 ولاية. وتعد الغرفة الوطنية الشريك الأمثل للسلطات الإدارية والتقنية الوطنية المعنية بتنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف.

وتتمثل مهام الغرفة الوطنية في تنظيم أو المساهمة في تنظيم مختلف اللقاءات والنظارات الحرفية داخل الجزائر وخارجها، بما في ذلك المعارض، الندوات، المحاضرات، الأيام الدراسية، والبعثات التجارية. ويهدف ذلك إلى ترقية النشاطات الحرفية الوطنية، تعزيز المبادلات التجارية مع الخارج، وتطويرها بما يخدم الاقتصاد الوطني².

كما تشارك الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف بانتظام في معارض دولية مرموقة للترويج للمنتجات الجزائرية، من أبرزها معرض الصناعة التقليدية بمدينة ميلانو (إيطاليا)، وتأتي هذه المشاركات في إطار تسليط الضوء على الحلي، الزرابي، والنحاسيات الجزائرية، وإبراز التراث الوطني في محافل عالمية³.

وإلى جانب البعد الترويجي والثقافي، تعد هذه المعارض فضاء استثماريا مهما في مجال

¹ بوجمعة مهدية، دور البيات الدعم الاقتصادية في ترقية الصناعات اليدوية التقليدية والفنية كقطاع اقتصادي وثقافي في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2022_2023، ص96.

² بن قطاف محمد، بن حمودة محبوب، غرفة الصناعة التقليدية والترويج للمنتوج الحرفي الجزائري، مجلة الدراسات في الإقتصاد والتجارة والمالية، المجلد8، العدد01، السنة 2019، ص121.

³ بورناز حياة، برجم حنان، "دور المعرض في التقديم بالصناعة التقليدية والحرف - دراسة ميدانية في غرفة الصناعة التقليدية عناية"، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، مج 03، ع 01، 2021، ص 28.

الصناعة التقليدية والحرف، حيث تُوفّر فرصًا لعقد شراكات اقتصادية، جذب الاستثمارات، وتوسيع آفاق تسويق المنتجات الحرفية الجزائرية على المستوى الدولي، مما يعزز مكانة هذا القطاع كرافد اقتصادي قائم على التراث الوطني.

الفصل الثاني

الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (دراسة حالة)

تعد الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) من أبرز المؤسسات العمومية الإقتصادية التي أوكلت إليها الدولة الجزائرية مهمة تنظيم المعارض الإقتصادية وترقية الصادرات، إذ تشكل حلقة وصل بين المتعاملين الإقتصاديين على المستويين الوطني والدولي، كما تسهم في تعزيز التبادل التجاري وفتح أسواق جديدة أمام المنتجات الجزائرية.

يتناول هذا الفصل دراسة حالة حول هذه الشركة، وينقسم إلى مبحثين رئيسيين، ففي المبحث الأول، سيتم التطرق إلى مفهوم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير من خلال دراسة نشأتها وتطورها التشريعي، والوقوف على تعريفها القانوني، ثم استعراض مهامها في مجال تنظيم المعارض وترقية الصادرات، وصولاً إلى تحديد دورها الفعلي على الصعيدين الوطني والدولي.

أما المبحث الثاني، نبرز إسهامات الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) في ترقية الإستثمار من خلال نماذج تطبيقية لأبرز المعارض التي تنظمها، وفي مقدمتها معرض التجارة البينية الأفريقية ومعرض الجزائر الدولي، مع تحليل النتائج الإقتصادية والإستثمارية والإستراتيجية التي حققتها.

المبحث الأول: ماهية الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

يعتبر التعرف على الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير خطوة أساسية لفهم دورها في المنظومة الاقتصادية الوطنية، إذ تضطلع هذه الشركة بمهام جوهرية في تنظيم المعارض الاقتصادية وترقية الصادرات، وتسهم في تعزيز حضور المنتج الجزائري على الصعيدين الوطني والدولي.

ولدراسة هذه الشركة دراسةً وافية، يقتضي الأمر التطرق إلى مفهومها من حيث نشأتها وتعريفها (المطلب الأول)، ثم استعراض مهامها المحددة قانوناً (المطلب الثاني)، وصولاً إلى تحديد دورها على المستويين الوطني والدولي (المطلب الثالث).

المطلب الأول: مفهوم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

تُعتبر الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) أداة إستراتيجية في التجارة الخارجية الجزائرية، تعكس تطور الإقتصاد الوطني. ولفهم دورها الحالي، يجب الرجوع إلى جذورها القانونية منذ الاستقلال ورصد التحولات التي شهدتها لتتوافق مع التوجهات الاقتصادية الحديثة، خاصة في مجال تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات.

وبناءً على ذلك، سيتناول هذا المطلب عرض نشأة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (الفرع الأول)، ثم ننتقل إلى تعريفها القانوني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: نشأة وتطور الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

مرت الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير بعدة مراحل قانونية عكست تطور السياسة الاقتصادية للدولة الجزائرية، بدءاً من مرحلة التأسيس في الستينات مروراً إلى مرحلة الهيكلة الكبرى في الثمانينات وصولاً إلى مرحلة التحول النهائي في التسعينات، وهو ما يمكن تفصيله وفق الآتي:

أولاً: مرحلة النشأة والتأسيس (مرحلة الستينات):

تعود البداية القانونية لأنشطة المعارض في الجزائر إلى صدور المرسوم رقم 64-157 المؤرخ في 8 جوان 1964¹، الذي أنشأ ديوان معرض الجزائر الدولي مع وضعه تحت الوصاية الإدارية لوزارة الإقتصاد الوطني، وتمثلت مهمته الرئيسية في تنظيم التظاهرات الإقتصادية الدولية وتسييرها، ليكون بذلك الأداة الرسمية للدولة في إبراز قدراتها الإنتاجية وتطوير تبادلاتها التجارية مع الخارج، في أعقاب استعادة السيادة الوطنية.

ثانياً: مرحلة التطور وإعادة الهيكلة (مرحلة الثمانينات):

شهدت سنة 1987 نقلة نوعية في المسار القانوني للمؤسسة، حيث لم يعد الدور مقتصرًا على تنظيم المعارض فحسب، بل امتد ليشمل ترقية الصادرات، وتجسد ذلك من خلال:

تغيير التسمية والقانون الأساسي: بموجب المرسوم رقم 87-63²، تم تغيير اسم "المكتب الوطني للأسواق الدولية والمعارض" إلى "الديوان الوطني للأسواق والتصدير"، مع تعديل قانونه الأساسي بما يتماشى مع المهام الجديدة.

تحويل الوسائل والهيكل: صدر المرسوم رقم 87-64³ الذي قضى بتحويل كافة الهياكل، والوسائل المادية، والأموال، وحتى المستخدمين الذين كانوا تابعين لـ "المركز الوطني للتجارة الخارجية" ليصبحوا تحت لواء "الديوان الوطني للأسواق والتصدير".

¹ المرسوم رقم 64-157 المؤرخ في 8 يونيو 1964 المتضمن إنشاء ديوان معرض الجزائر الدولي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 48، بتاريخ 12 يونيو 1964، ص. 659.

² المرسوم رقم 87-63 المؤرخ في 3 رجب عام 1407 الموافق 3 مارس 1987 يغير اسم المكتب الوطني للأسواق الدولية والمعارض فيجعله الديوان الوطني للأسواق والتصدير ويعدل قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 10، بتاريخ 4 مارس 1987، ص. 340.

³ المرسوم رقم 87-64 المؤرخ في 3 رجب عام 1407 الموافق 3 مارس 1987 يحول إلى الديوان الوطني للأسواق والتصدير الهياكل والوسائل والأموال والأعمال والمستخدمين الذين يحوزهم أو يسيروهم المركز الوطني للتجارة الخارجية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 10، بتاريخ 4 مارس 1987، ص. 345.

ثالثاً: مرحلة التحول إلى شركة أسهم (مرحلة التسعينات):

ومع الانتقال التدريجي نحو اقتصاد السوق، عرفت المؤسسة مرحلة جديدة تمثلت في تحويلها إلى مؤسسة عمومية إقتصادية تتخذ شكل شركة ذات أسهم (SPA)، وهي الصيغة التي حملت إسم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX. وقد أصبحت هذه الأخيرة الخلف القانوني للمؤسسة السابقة، وتمارس نشاطها في إطار الإستقلال المالي والتجاري، تحت وصاية وزارة التجارة¹.

-واليوم، تجاوزت الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX دورها التقليدي في تنظيم المعارض لتتحول إلى ركيزة استراتيجية في المنظومة الاقتصادية الوطنية، وواجهة فاعلة لترقية الصادرات ودعم الإنتاج المحلي، مما كرس مكانتها بوصفها فاعلاً أساسياً في مسار التنمية الاقتصادية.

الفرع الثاني: تعريف الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

تُعدّ الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري²، تتخذ شكل شركة ذات أسهم (SPA)، وتخضع لوصاية وزارة التجارة وترقية الصادرات. ويقع مقرها الرئيسي في قصر المعارض بالصنوبر البحري في الجزائر العاصمة³ على بعد 12 كلم شمال شرق الجزائر العاصمة و10 كلم من مطار هواري بومدين الدولي. وهي الهيئة الرسمية المسؤولة عن إدارة وتسيير أكبر فضاء للعرض في البلاد، حيث تمثل الواجهة الاقتصادية التجارية للجزائر والجهة المرجعية في قطاع تنظيم التظاهرات

¹ بونشمة إكرام، نفلة صبرينة، مرجع سابق، ص40.

² مجلس المحاسبة، التقرير السنوي لعام 1996/1997، "الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)"، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 12، الصادرة بتاريخ 10 مارس 1999، ص. 209.

³ وزارة التجارة وترقية الصادرات، الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)، متاح على الرابط: <https://www.commerce.gov.dz/societe-algerienne-des-foires-et-expositions-safex>، تاريخ الاطلاع:

الاقتصادية الكبرى. كما أنها عضو في الاتحاد الدولي للمعارض (UFI) ومقره باريس¹، ويُقدَّر رأس مالها بحوالي 3.5 مليار دينار جزائري. وقد اضطلعت الشركة على مدار سنوات طويلة بدور محوري في الاقتصاد الوطني، إذ تُعدّ مرآةً تعكس تطور النشاط الاقتصادي الجزائري، وفضاءً رئيسياً لالتقاء المؤسسات الوطنية والدولية بما يتيح فرصاً مهمة لعرض المنتجات والخدمات.

المطلب الثاني: مهام الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

تعتبر الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير واحدة من أهم المؤسسات العمومية التي تلعب دوراً محورياً في تعزيز النشاط الاقتصادي وتطوير التبادلات التجارية على الصعيدين الوطني والدولي. ولا تقتصر مهامها على تنظيم المعارض والصالونات فحسب، بل تشمل أيضاً مرافقة الفاعلين الاقتصاديين، وتشجيع عمليات التصدير، وتعزيز الشراكات التجارية مع الجهات الأجنبية. وبالنظر إلى تنوع هذه المهام وتشابك اختصاصاتها، سيتم تسليط الضوء عليها أولاً من خلال استعراض دورها في تنظيم المعارض والفعاليات الاقتصادية (الفرع الأول)، ثم ثانياً دعم التصدير وتوطيد العلاقات التجارية على المستوى الدولي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مهام الشركة في مجال تنظيم المعارض والتظاهرات الاقتصادية.

تُعدّ مهمة تنظيم المعارض والتظاهرات الاقتصادية من أبرز الوظائف الجوهرية التي أُسندت إلى الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير، إذ تُشكّل الإطار العملي الذي من خلاله تُترجم أهدافها الترقية والتجارية على أرض الواقع. وتتجلى هذه المهام فيما يلي:

¹ (IATF) Groupe SAFEX, Intra-African Trade Fair), متاح على الرابط : <https://2025.iatf.africa/newfront/exhibitor/groupe-safex>, تاريخ الاطلاع : 16 ماي 2026، على الساعة

أولاً: التخطيط وتنظيم المعارض والصالونات المتخصصة

حددت المادة السابعة من المرسوم رقم 63_87¹ من مهام الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير تنظيم المعارض والصالونات، سواء على المستوى الوطني أو الدولي أو المحلي أو الجهوي. وتهدف هذه الأنشطة إلى عرض المنتجات والخدمات، التعريف بالمؤسسات الاقتصادية، وتشجيع التعاون التجاري والاستثماري بين الأطراف ذات المصالح المشتركة.

ثانياً: تنظيم المشاركة الجزائرية في الفعاليات الدولية

تتولى (SAFEX) تمثيل الجزائر في المعارض الدولية عبر انشاء اجنحة وطنية تظهر القدرات الاقتصادية للبلاد وتواكب المؤسسات الوطنية في مشاركتها الخارجية، تشمل هذه المصاحبة الدعم التنظيمي واللوجستي وأحيانا المساهمة في تغطية جزء من تكاليف المشاركة وهو ما يخفف الابعاء المالية على المتعاملين ويحفز انفتاحهم على الاسواق الاجنبية مثل SIAL بباريس، Grune Woche ببرلين، FIARA بالسنغال.

وتجسيدا لهذه المهام عمليا، تعمل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير على تنظيم أكثر من اربعين تظاهرة اقتصادية سنويا تشمل عدة قطاعات، منها الزراعة والصناعات الغذائية، والبناء وتكنولوجيات الاعلام والاتصال والنقل والخدمات اللوجستية، فضلا عن تمثيل الجزائر رسميا في عدد معتبر من التظاهرات الدولية المنظمة بمختلف دول العالم، بما يساهم في تعزيز التبادل التجاري وترقية الاستثمار والصادرات الجزائرية².

¹ راجع المادة 7 من المرسوم 63-87، مرجع سابق.

² بن عيشة سعاد، دور المعارض الاقتصادية في ترقية منتوج الوطني دراسة حال صالون الإنتاج الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2019، ص 45.

ثالثا: تنظيم الندوات والمؤتمرات المهنية

تساهم الشركة في إقامة فعاليات مهنية وندوات علمية ومؤتمرات اقتصادية تجمع بين الخبراء والمتخصصين وأصحاب المصلحة الاقتصاديين. هذه اللقاءات تتيح تبادل التجارب ومناقشة مواضيع ذات صلة بالتجارة والاستثمار¹.

رابعا: إدارة منشآت البنية التحتية للمعارض

تشرف الشركة على إدارة المنشآت والتجهيزات التابعة لقصر المعارض، مع التأكد من جاهزيتها لاستضافة الفعاليات الاقتصادية والتجارية والثقافية. هذا يهدف إلى ضمان تنظيم وتجهيز الأنشطة والأحداث بشكل مثالي².

الفرع الثاني: مهام الشركة في مجال دعم التصدير وترقية العلاقات التجارية الدولية

لا يقتصر دور الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير على الجانب التنظيمي فحسب، بل يمتد ليشمل دعم المتعاملين الاقتصاديين في ولوج الأسواق الخارجية وتعزيز انخراطهم في منظومة التجارة الدولية.

أولا: دعم المتعاملين الاقتصاديين في التجارة الدولية

تقدم الشركة خدمات مرافقة وإرشادات للمتعاملين الاقتصاديين الراغبين في التوجه إلى الأسواق الخارجية، من خلال تزويدهم بالمعلومات الضرورية حول التجارة الدولية ومتطلبات التصدير. هدفها بذلك مساعدة الشركات على تطوير أعمالها وتعزيز قدراتها التنافسية³.

¹ عائشة جبريط، دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة ماستر تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2025، ص 37.

² عائشة جبريط، دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، المرجع السابق، ص 37.

³ Benbetka Ibrahim - Bouiali Zakaria, La contribution de la SAFEX dans la promotion d'exportation des produits Algériens hors hydrocarbures, Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, École des Hautes études commerciales, Alger, 2024_2025, p73.

ثانيا: توفير المعلومات عن قوانين التجارة الدولية

تعمل الشركة على إتاحة المعلومات المتعلقة بالقوانين والتشريعات التي تنظم عمليات التبادل التجاري الدولي، مما يضمن للمؤسسات الاقتصادية الامتثال الكامل للأنظمة القانونية المعمول بها في الدول المستهدفة¹.

ثالثا: ربط علاقات الأعمال مع الشركاء الأجانب

تسهم الشركة في تعريف المؤسسات الجزائرية بفرص الأعمال المتاحة مع الشركات الأجنبية، وتسهيل بناء الشركات الاقتصادية الجديدة من خلال تنظيم لقاءات تجارية وتقديم معلومات عن فرص الاستثمار المتاحة.

رابعا: الإرشاد بشأن التصدير والإجراءات المطلوبة

توفر الشركة توجيهات دقيقة للمصدرين حول جميع مراحل عملية التصدير، بما في ذلك المعاملات الإدارية والجمركية ومتطلبات الوثائق، مما يسهم بشكل فعال في إنجاز عمليات التصدير بصورة قانونية ومنظمة وفي إطار ضمان جودة المنتجات الموجهة للتصدير، تضطلع الشركة بمنح علامة "جيد التصدير" للمنتجات المطابقة للمقاييس التقنية المعتمدة، مع إعداد هذه المقاييس والسهر على تطبيقها².

¹ طرشي اسامة، يحيى شريف مبروكة، دور SAFEX، في ترقية المنتج الجزائري في الاسواق الدولية، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة الليسانس، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة غرداية، 2024_2025، ص 42.

² راجع المادة 7 من المرسوم 87-63، مرجع سابق.

خامسا: إصدار دوريات اقتصادية وكتالوجات تجارية

تقوم الشركة بإعداد ونشر مجلات ودوريات تجارية واقتصادية تحتوي على بيانات ومعلومات شاملة حول المؤسسات المحلية ومنتجاتها وخدماتها بهدف تعزيز سمعتها في السوقين المحلي والدولي¹.

من خلال هذه المهام المتنوعة، تسعى الشركة لتعزيز تنافسية الاقتصاد المحلي ودعمه للتوسع عالمياً، فضلاً عن خلق بيئة محفزة للتعاون والشراكة بين مختلف الأطراف.

المطلب الثالث: آليات عمل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)

يرتبط نجاح الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) في تنفيذ مهامها بتوافر مجموعة من الوسائل والإمكانات التنظيمية والمادية التي تمكنها من تنظيم مختلف الفعاليات الاقتصادية والتجارية على الصعيدين الوطني والدولي. وتعتمد الشركة على برنامج سنوي متكامل يضم المعارض والصالونات والأنشطة الاقتصادية التي تهدف إلى تنشيط حركة التبادل التجاري وتعزيز فرص الاستثمار وزيادة الصادرات. بناءً على ذلك، سيتم في هذا المطلب تناول الوسائل التي تعتمد عليها شركة SAFEX، إضافةً إلى استعراض برنامجها السنوي الذي يمثل أداة محورية لتحقيق أهدافها وتنفيذ استراتيجية عملها.

الفرع الأول: وسائل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

تعمل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير على تقديم مجموعة متكاملة من الخدمات، مستندة إلى وسائل وإمكانات متعددة تهدف إلى تلبية احتياجات العارضين وضمان تنظيم مثالي للفعاليات. أبرز هذه الخدمات تشمل²:

¹ عائشة جبريط، دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، المرجع السابق، ص 38.

² HAMDANI Lila Mohamed, Contribution à l'étude de faisabilité de l'exportation hors hydrocarbures dans le cas d'une entreprise algérienne certifiée, Mémoire de Master, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2018/2019, p132.

أولاً: مركز العارضين

يوفر المركز جميع الخدمات الأساسية والضرورية لمرافقة العارضين طوال مشاركتهم في المعارض والأنشطة الاقتصادية. يتم تقديم هذه الخدمات عبر شبكات موحد وبالتنسيق مع مختلف المصالح المعنية.

ثانياً: قصر المعارض

مجهز بقاعات مصممة لاستضافة المراسم الرسمية، المؤتمرات، والندوات. يتيح هذا الفضاء إمكانية تنظيم فعاليات اقتصادية ومهنية في ظروف تلبى أعلى معايير الجودة والراحة.

ثالثاً: نظام المرافقة والمساعدة

أنشئ للتعامل مع انشغالات وشكاوى العارضين بشكل سريع وفعال. يشمل هذا النظام آليتي "القرب" و "اليقظة التقنية" لضمان استجابة آنية لكافة الطلبات.

رابعاً: إجراءات الرقابة والأمن

تضمن الشركة خلال التظاهرات التجارية توفير عدد كبير من أعوان الرقابة والأمن، الذين يعملون على ضمان سلامة العارضين والزوار، إلى جانب الحفاظ على سير العمليات بشكل سلس ومنظم .

تسعى الشركة من خلال هذه الخدمات إلى تعزيز دورها كمحرك رئيسي في مجال تنظيم التظاهرات الاقتصادية التي تعكس صورة الجزائر كوجهة جاذبة للاستثمار والتعاون الاقتصادي.

الفرع الثاني: البرنامج السنوي (SAFEX)

البرنامج السنوي الذي تقدمه الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) يعتبر أداة تنظيمية مهمة تهدف إلى تحديد قائمة المعارض والصالونات الاقتصادية المقررة على مدار العام. يسعى هذا البرنامج إلى تنظيم النشاط التجاري وتهيئة منصات للتواصل والتبادل بين الفاعلين الاقتصاديين، مما يسهم في تعزيز الاستثمار وتنمية التجارة سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي.¹

أولاً: محتوى البرنامج السنوي (SAFEX)

يعد البرنامج السنوي الخاص بالشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) وثيقة تنظيمية تُبرز تفاصيل مختلف الفعاليات الاقتصادية والتجارية المخطط تنظيمها خلال العام .

يشمل هذا البرنامج المعارض والصالونات المتخصصة التي تُقام داخل قصر المعارض الواقع في الصنوبر البحري، بالإضافة إلى الفعاليات الدولية التي تشارك فيها الجزائر على الصعيد الدولي يتضمن البرنامج عادة ما يلي :

- أولاً: ينظّم الصالون الوطني للإنتاج الجزائري (SNPE) نهاية كل سنة.
- ثانياً: يشمل صالونات متخصصة، مثل: صالون الفلاحة والصناعات الغذائية صالون الصناعات التقليدية، صالون المقاولاتية.
- ثالثاً: مشاركة الجزائر في معارض دولية تحت اشراف الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير.
- رابعاً: يتم تنفيذ البرنامج بالتنسيق مع وزارة التجارة وترقية الصادرات ووزارة الصناعة ويهدف البرنامج الى:

- تمكين المؤسسات الجزائرية من الولوج إلى الأسواق الدولية.
- جمع الفاعلين الاقتصاديين في فضاء تفاعلي.
- تشجيع الصادرات خارج المحروقات.

¹ HAMDANI Lila Mohamed, Contribution à l'étude de faisabilité de l'exportation hors hydrocarbures dans le cas d'une entreprise algérienne certifiée, op.cit, p 132.

- يُعتبر البرنامج السنوي أداة استراتيجية لترويج المنتجات الجزائرية.
- يساهم في دعم السياسة الاقتصادية الجديدة الرامية إلى تنويع الصادرات.¹

ثانياً: الدور الاقتصادي لبرنامج (SAFEX)

دور الوسيط في امضاء العقود تتولى SAFEX تنظيم لقاءات أعمال ثنائية على هامش المعارض، حيث توفر دعماً تنظيمياً ولوجستياً يسهّل إبرام العقود بين المؤسسات الجزائرية والمستوردين أو الشركاء الأجانب.

وخلال معرض المنتجات الجزائرية في دكا، أثمرت هذه اللقاءات التي نسّقتها SAFEX عن توقيع عدد من اتفاقيات الشراكة والتصدير بشكل مباشر، مما يعكس فعاليتها في تعزيز التعاون التجاري والانفتاح على الأسواق الدولية.

- تُسهم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) عبر هذه اللقاءات في خلق بيئة مناسبة لإبرام شراكات استراتيجية طويلة الأمد، كما تعمل على تعزيز تبادل الخبرات مع الشركاء الدوليين، خاصة في القطاعات الحيوية مثل التكنولوجيا والفلاحة والصناعات الغذائية، بما يعكس دورها في دعم الانفتاح الاقتصادي وتطوير التعاون الدولي.

- اتساع الاسواق الخارجية يساهم البرنامج السنوي للمعارض الدولية بشكل فعال في فتح فرص تصديرية جديدة للمؤسسات، مع التركيز على الأسواق الإفريقية والدول العربية. وقد تمكنت عدة مؤسسات من دخول الأسواق الدولية عقب مشاركتها في هذه المعارض.

¹ كرام عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 20.

المبحث الثاني: إسهامات شركة (SAFEX) في ترقية الاستثمار عبر تنظيم المعارض

تعمل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) على تنظيم تظاهرات اقتصادية كبرى تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة استثمارية، وتسهيل الشراكات بين الفاعلين الاقتصاديين المحليين والدوليين.

وفي هذا المبحث، نسلط الضوء على معرضين يعدان من أبرز الوسائل الفعالة لترويج الاستثمار والتجارة الخارجية، ويُمثلان حالة تطبيقية لدور شركة (SAFEX) في خدمة الأهداف الاقتصادية الوطنية والإقليمية. نستعرض أولاً معرض التجارة البينية الإفريقية من خلال تعريفه وأهدافه (المطلب الأول)، ثم نحلل نتائج وتأثيرات معرض التجارة البينية الإفريقية على المستويات المختلفة في (المطلب الثاني)، ونختتم بمعرض الجزائر الدولي من خلال تعريفه وأهدافه ونتائجه على الاستثمار والاقتصاد الوطني (المطلب الثالث).

المطلب الأول: مفهوم معرض التجارة البينية الإفريقية وأهدافه

يعد معرض التجارة البينية الإفريقية (IATF) تظاهرة اقتصادية قارية مهمة تهدف إلى تعزيز التكامل بين دول إفريقيا¹، من خلال توفير فضاء يجمع الفاعلين الاقتصاديين والمستثمرين لعرض الفرص التجارية وتوسيع مجالات التعاون. وتكتسي استضافة الجزائر لهذا المعرض أهمية خاصة، لأنها تعكس مكانتها الإقليمية وسعيها إلى دعم اقتصادها الوطني، والانفتاح أكثر على الأسواق الإفريقية.

وعليه، يتناول هذا المطلب التعريف بمعرض التجارة البينية الإفريقية (الفرع الأول)، ثم عرض أهدافه الاقتصادية والتجارية (الفرع الثاني).

¹ بيان صحفي، "اتفاقيات كبرى بين شركات جزائرية وإفريقية تحت إشراف وزير التجارة الخارجية بمعرض IATF2025"، سبتمبر 2025.

الفرع الأول: التعريف بمعرض التجارة البينية الإفريقية

يعد معرض التجارة البينية الإفريقي أكبر تظاهرة اقتصادية واستثمارية في القارة الإفريقية، إذ يُنظم تحت رعاية البنك الإفريقي للتصدير والاستيراد (Afreximbank)¹، بالتعاون مع مفوضية الاتحاد الإفريقي والأمانة العامة لمنطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية (AfCFTA). ويقوم هذا المعرض على تسهيل إبرام الصفقات التجارية والاستثمارية وجمع المستثمرين وكبار رجال الأعمال من مختلف دول القارة وخارجها، سعياً إلى رفع نسبة التبادل التجاري البيني الإفريقي وبالنسبة للجزائر. ويأتي تنظيم هذا الحدث الكبير تحت إشراف الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)، التي أثبتت قدرتها على استضافة تظاهرات دولية بهذا الحجم²، مما يعكس تطور البنية التحتية للمعارض في الجزائر وبدعم توجه الدولة نحو الانفتاح الاقتصادي وتعزيز الدبلوماسية الاقتصادية²، كما أن استضافت الجزائر لهذا المعرض يُعد اعترافاً من المؤسسات الإفريقية بقدرتها التنظيمية واللوجستية، ويُترجم رؤية السياسة الخارجية الجزائرية القائمة على التكامل الإقليمي ودعم التعاون الاقتصادي داخل القارة.

الفرع الثاني: الأهداف الاقتصادية والاستثمارية للمعرض

لا يقتصر معرض التجارة البينية الإفريقية على كونه تظاهرة تجارية موسمية، بل يندرج ضمن منظومة متكاملة من الأهداف الاقتصادية والاستثمارية الكبرى التي تسعى الجزائر إلى تحقيقها على المستويين القاري والدولي، إذ يُشكل هذا المعرض أداةً استراتيجية لترسيخ حضورها الاقتصادي وتعزيز دورها في مسيرة التكامل الإفريقي ومن أبرز الأهداف التي يسعى المعرض إلى تحقيقه نذكر ما يلي:

¹ الهام هواري، "نتائج معرض التجارة البينية الإفريقية 2025"، موقع أواراس، تاريخ النشر: 13 سبتمبر 2025، متاح على الرابط: <https://www.awras.com>، تاريخ الاطلاع: 22 ماي 2026، على الساعة: 16:15.

² SAFEX, Règlement Général des Manifestations Économiques, article relatif aux conditions de participation, p. 2.

أولاً: تعزيز المكانة الاقتصادية للجزائر

يرمي المعرض في المقام الأول إلى ترسيخ مكانة الجزائر بوصفها مركزاً محورياً للتجارة والاستثمار على مستوى القارة الإفريقية، وذلك من خلال إبراز ثقلها الاقتصادي وتسهيل الضوء على إمكاناتها التنافسية في مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية، مما يُعزز صورتها كوجهة استثمارية موثوقة أمام الشركاء الأجانب، ويُرسّخ دورها القيادي في المشهد الاقتصادي الإفريقي.

ثانياً: تفعيل التكامل الاقتصادي الإفريقي

تسعى الجزائر عبر مشاركتها في المعرض إلى الاستفادة من منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية "زليكاف"، ليس فقط كإطار قاري، بل كوسيلة عملية لفتح أسواق جديدة أمام منتجاتها الوطنية وتسهيل حركة استثماراتها عبر الحدود الإفريقية.

ثالثاً: جذب الاستثمار وتنويع مصادره لصالح الجزائر

يركز المعرض على إبراز القدرات الوطنية الجزائرية في القطاعات الاستراتيجية، مع توفير بيئة قانونية واقتصادية جاذبة للاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتشجيع الابتكار والمؤسسات الناشئة الجزائرية، والترويج للقطاع السياحي الوطني كرافد إضافي للتنمية.

المطلب الثاني: نتائج وتأثيرات معرض التجارة البينية الإفريقية على الاستثمار

تُعد النتائج المترتبة على انعقاد معرض التجارة البينية الإفريقية المقياس الحقيقي لمدى نجاح هذه التظاهرة الاقتصادية في تحقيق أهدافها، ولا تقتصر هذه النتائج على ما يسجل من أرقام وصفقات، بل تمتد لتشمل آثاراً تنظيمية وسياسية عميقة تنعكس على مسار الاستثمار في الجزائر وعلى مكانتها في المنظومة الاقتصادية الإفريقية. ولإحاطة بهذه الجوانب كافة، سنتناول دراسة النتائج التجارية والاستثمارية للمعرض (الفرع الأول)، ثم نتأجه التنظيمية والسياسية وأثره على الدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: النتائج التجارية والإستثمارية للمعرض

أسفرت الطبعة الرابعة من معرض التجارة البينية الإفريقية (IATF 2025) المنعقدة بالجزائر عن نتائج تجارية وإستثمارية ملموسة، تجاوزت كونها مجرد حدث ترويجي لتصبح منصة تعاقدية إستراتيجية. وقد تجلت هذه النتائج في أرقام وحصيلة قياسية تعكس ديناميكية التبادل التجاري القاري، يمكن استعراضها وفق المحاور الآتية:

أولاً: مؤشرات المشاركة والأداء الكمي

شهد المعرض مشاركة واسعة، إذ ضم 132 دولة من بينها 70 دولة بأجنحة عرض رسمية شملت 49 دولة إفريقية، وحضره 14 رئيس دولة وحكومة إلى جانب 41 وزيراً، كما تجاوز عدد العارضين 2148 عارضاً، وبلغ عدد الزوار أكثر من 112 ألف زائر¹ غير أن ما ميّز هذه المشاركة طابعها القانوني الجاد، إذ ألزمت اللائحة العامة للشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) العارضين بتقديم طلبات مشاركة مستوفاة موقّعة من أصحابها أو من ينوب عنهم قانونياً، مع تحديد مهلة لا تقل عن شهر واحد قبل الافتتاح الرسمي² وفي هذا الإطار تخطى عدد المشترين المهنيين 987 مشترياً ملزّمين بصفقات شراء تترتب عليها أحكام جزائية في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، وهو ما نقل المعرض من طابعه الاستعراضي إلى بيئة تعاقدية جادة.³

ثانياً: حجم الصفقات المبرمة

بلغ إجمالي الصفقات المبرمة خلال المعرض ما يزيد على 48 مليار دولار أمريكي⁴، وقد تحوّل منها ما قيمته 11.4 مليار دولار إلى عقود نهائية موقّعة بين مؤسسات جزائرية وشركاء

¹ بقاح مريم، بن موسى كمال، "البنك الإفريقي للتصدير والاستيراد كأداة رئيسية لتنفيذ اتفاقية التجارة الحرة القارية الإفريقية"، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 08، العدد 02، جانفي 2024، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، ص. 677-694.

² تصريح المدير العام للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار عمر ركاش للإذاعة الوطنية، أكتوبر 2024.

³ المديرية العامة للجمارك الجزائرية، "منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية (ZLECAf)"، متاح على الرابط:

<https://douane.gov.dz/spip.php?article806>، تاريخ الاطلاع: 22 ماي 2026، على الساعة: 15:10

⁴ African Export-Import Bank (Afreximbank), Intra-African Trade Fair 2025: Official Report, Algiers, September 2025, p. 12.

أجانب، تمّ إيداعها لدى الجهات الرقابية المختصة كوزارة التجارة وبنك الجزائر مما يُضفي عليها الحجية القانونية اللازمة، فضلاً عن 11.6 مليار دولار إضافية تمثل نوايا تفاوض وصفقات قيد الدراسة. وقد تجاوز المعرض منطق التبادل التجاري البسيط نحو إقامة استثمارات هيكلية حقيقية، إذ أكدت إحصائيات الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AAPI) أن حوالي 44 بالمائة من العقود التي أبرمتها المؤسسات الجزائرية كانت ذات طابع استثماري بقيمة ناهزت 5 مليارات دولار.

ثالثاً: الحصة الاستثمارية للجزائر والقطاعات المستهدفة

تميزت مشاركة الجزائر نحو 44 بالمائة من مجموع العقود التي أبرمتها كانت ذات طابع استثماري بامتياز، إذ بلغت قيمتها ما يقارب خمسة مليارات دولار. وقد تجلّت هذه النتائج بصورة ملموسة من خلال سلسلة الاتفاقيات التجارية الكبرى التي أشرف على توقيعها وزير التجارة الخارجية وترقية الصادرات يومي التاسع والعاشر من سبتمبر 2025، وشملت قطاعات استراتيجية متنوعة، أبرزها قطاع الحديد والصلب من خلال اتفاقيات الشركة الجزائرية القطرية للصلب مع شركاء من ليبيا ونيجيريا، وقطاع الإلكترونيات والأجهزة الكهرومنزلية عبر عقود مجمع إيريس وشركة جيون للإلكترونيات نحو أسواق إفريقية عدة، فضلاً عن شراكات في قطاعات الإسمنت والأسمدة والصناعات الطبية والسكك الحديدية والزجاج الذكي وصناعة الجرارات الزراعية.¹ ويُجسّد هذا التنوع القطاعي انتقالاً نوعياً من مجرد التبادل التجاري العابر إلى إقامة شراكات استثمارية طويلة الأمد ذات قيمة مضافة حقيقية للاقتصاد الوطني.

الفرع الثاني: النتائج التنظيمية والاستراتيجية والسياسية

ساهم معرض التجارة البينية الإفريقية في تعزيز الاستثمار الوطني في الجزائر، متجاوزاً النتائج التجارية المباشرة ليصبح محركاً لإعادة توجيه الاستراتيجية الاقتصادية الوطنية نحو التكامل الإفريقي العميق ويمكن توضيحها على النحو التالي:

¹ القانون رقم 10-20 المؤرخ في 5 ربيع الأول 1442 الموافق لـ 22 أكتوبر 2020، المتضمن الموافقة على اتفاقية إنشاء منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، الموقعة في كيغالي بتاريخ 21 مارس 2018، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 58، بتاريخ 25 أكتوبر 2020.

شكّل هذا المعرض منصة استراتيجية لتفعيل اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية،¹ التي أقرّ المشرع الجزائري الانضمام إليها بموجب القانون رقم 20-10 المؤرخ في 22 أكتوبر 2020، حيث تستفيد الجزائر من منظومة التفكيك الجمركي التدريجي المعتمدة وفق قوائم محددة ابتداءً من 1 يناير 2021، مما يُقلّص بشكل ملموس المخاطر القانونية والتجارية المرتبطة بالتصدير والاستثمار، ويعزّز في الوقت نفسه جاذبية السوق الجزائرية كبوابة رئيسية للأسواق الإفريقية.²

ومن الناحية التنظيمية، وظّفت الجزائر عضويتها المساهمة في البنك الإفريقي للتصدير والاستيراد (Afreximbank) من الفئة "أ" توظيفاً فعالاً، إذ مكّنها ذلك من توفير ضمانات مالية وقانونية متينة للصفقات المبرمة، عبر آليات التمويل والتأمين على التجارة البينية. فضلاً عن ذلك، اعتمدت الجزائر التحكيم الدولي آلية أساسية لحل النزاعات في الصفقات التي تتجاوز مليون دولار أمريكي³ مما عزز الثقة القانونية لدى الشركاء الأفارقة، وأتاح للمنتجات والمشاريع الجزائرية أولوية في التسهيلات الائتمانية عبر أكثر من 40 دولة إفريقية.

أما على المستوى الاستراتيجي، فقد عكست نتائج المعرض تطوراً ملموساً في توجهات الشراكة الاقتصادية متعددة الأطراف وتوطيد العلاقات التجارية والاستثمارية مع الدول الإفريقية. وتعدّ استضافة الجزائر لهذا المعرض تعبيراً عن استراتيجية وطنية تهدف إلى التحول من اقتصاد أحادي إلى اقتصاد منتج ومتنوع، مدعوماً بقانون الاستثمار الذي يوفر إطاراً قانونياً حديثاً يضمن حماية المستثمرين، ويمنح حوافز جمركية وتعريفية، ويُسهّل إجراءات الاستثمار من خلال آلية الشباك الوحيد والوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار⁴.

وبصفة إجمالية، أثبت معرض التجارة البينية الإفريقية (IATF 2025) أن الجزائر أصبحت قادرة على توظيف المعارض الاقتصادية الكبرى كوسيلة فعالة متعددة الأبعاد.

¹ African Export-Import Bank (Afreximbank), Annual Report and Financial Statements 2024, Cairo, 2025, pp. 89-94.

² Ministère du Commerce Extérieur, Rapport de performance – Participation algérienne à l'IATF 2025, Alger, 2025, p. 31.

³ Ministère des Affaires Étrangères et de la Communauté Nationale à l'Étranger, Livre Blanc de la Diplomatie Économique Algérienne 2022-2025, Alger, 2025, p. 67.

⁴ Agence Algérienne de Promotion de l'Investissement (AAPI), Rapport Annuel 2024, Alger, 2025.

فعلى الصعيد الاستثماري، حقق المعرض نتائج ملموسة تمثلت في توقيع صفقات وشراكات استراتيجية في قطاعات حيوية، مما يعكس جاذبية الاقتصاد الجزائري وقدرته على جذب الاستثمارات الإفريقية.

أما على الصعيد التنظيمي، فقد عززت الجزائر مشاركتها النشطة في منظومة التجارة الحرة القارية الإفريقية (ZLECAF) من خلال تفعيل الإعفاءات الجمركية والضريبية، وتعزيز الضمانات المالية والقانونية عبر شراكتها مع Afreximbank واعتماد آليات التحكيم الدولي.

وعلى الصعيد الاستراتيجي، أكد المعرض توجه الجزائر الثابت نحو بناء اقتصاد منتج ومتنوع، ودعم التصنيع المحلي والقيمة المضافة.

أما على الصعيد السياسي، فقد رسّخ المعرض مكانة الجزائر كفاعل اقتصادي محوري ومؤثر في المنظومة التجارية الإفريقية، معززا دورها الإقليمي كمحور اقتصادي بين شمال إفريقيا وباقي دول القارة¹.

وبذلك، لم يكن المعرض مجرد حدث تجاري عابر، بل تحول إلى أداة استراتيجية هامة ساهمت في تعزيز الموقع التنافسي للجزائر كفاعل اقتصادي محوري ومؤثر داخل المنظومة التجارية والاستثمارية الإفريقية.

المطلب الثالث: معرض الجزائر الدولي كمنصة دولية لترقية الإستثمار الوطني

بعد دراسة معرض التجارة البينية الإفريقية كتظاهرة قارية كبرى، يأتي معرض الجزائر الدولي ليمثل التجربة الثانية البارزة ضمن الجهود التي تبذلها الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) في ترقية الاستثمار والتبادل التجاري الخارجي.

ويُعد هذا المعرض من أقدم وأبرز التظاهرات الاقتصادية الدورية في الجزائر، حيث يشكل منصة دولية عريقة تجاوزت الخمسين طبعة، ويعتبر البوابة التقليدية للاقتصاد الجزائري نحو الأسواق العالمية. يتميز معرض الجزائر الدولي بطابعه الدولي الواسع الذي يفتح آفاق الشراكات

¹ United Nations Economic Commission for Africa (UNECA), AfCFTA and Industrial Development in North Africa: The Case of Algeria, Addis Ababa, 2024, pp. 45-52.

مع مختلف القارات، مما يجعله أداة استراتيجية أساسية للدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية وتعزيز الاستثمار الوطني.

ويتناول هذا المطلب الإطار التعريفي لمعرض الجزائر الدولي وأهدافه الدولية في (الفرع الأول)، ثم يحلل أبرز نتائجه وتأثيراته على الاستثمار والاقتصاد الوطني في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف معرض الجزائر الدولي:

يعد معرض الجزائر الدولي من أبرز التظاهرات الاقتصادية السنوية في الجزائر، وهو حدث اقتصادي عريق ينظمه الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) بشكل دوري. يقام هذا المعرض بقصر المعارض بالسنوبر البحري، ويُعتبر منصة دولية تجمع بين المتعاملين الوطنيين والأجانب، حيث يتيح عرض المنتجات والخدمات والقدرات الإنتاجية الجزائرية، ويشكل فرصة هامة لتعزيز الإنتاج الوطني، وترقية المنتج الجزائري، وتطوير الشراكات والتبادلات التجارية والاستثمارية مع مختلف الدول.¹ تشرف الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) على تنظيم معرض الجزائر الدولي كجهة منظمة رئيسية، حيث تتولى جميع الجوانب اللوجستية والتنظيمية لهذه التظاهرة. وتشمل مهامها تسجيل العارضين، الإعداد اللوجستي الكامل، برمجة اللقاءات الثنائية (B2B)، وتنظيم الندوات المتخصصة والأنشطة الموازية. يقام المعرض في شهر جوان من كل سنة، ويستقبل آلاف الزوار والعارضين، حيث سجلت بعض الطبقات (مثل الطبعة 55) مشاركة تزيد عن 800 عارض من أكثر من 30 دولة.²

¹ Banque Africaine de Développement, African Economic Outlook 2025 : Algeria Chapter, Abidjan, 2025, p. 112.

² هادف، ع. ر.، معرض الجزائر الدولي 2025.. منصة استراتيجية لإبراز وتجسيد التحول الاقتصادي الوطني، الإذاعة الجزائرية، برنامج "ضيف الصباح"، 7 يناير 2026، متاح على الرابط: <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/66763>، على الساعة: 14:07.

وقد تطورت هذه التظاهرة عبر أكثر من خمسة عقود، لتصل إلى الطبعة السابعة والخمسين (57) في سنة 2026، مما يجسد استمراريتهما كتقليد اقتصادي عريق يعكس تطور الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال.¹

الفرع الثاني: أهداف معرض الجزائر الدولي

يسعى معرض الجزائر الدولي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والتجارية عبر تعزيز التبادل التجاري واستقطاب الاستثمارات وتطوير فرص التعاون بين المؤسسات الوطنية والدولية، مما يجعله فعالية اقتصادية ذات أهمية استراتيجية.

أولاً: الاندماج في الاقتصاد العالمي

تعزيز اندماج الاقتصاد الجزائري في الشبكة العالمية للمبادلات التجارية وسلاسل القيمة الدولية، بما يسهم في تنويع الشركاء الاقتصاديين وتقليل الاعتماد على الأسواق التقليدية.

ثانياً: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من مختلف القارات، ولا سيما من أوروبا وآسيا والشرق الأوسط، عبر تهيئة مناخ استثماري جاذب وتقديم فرص شراكة استراتيجية للمستثمرين الدوليين.

ثالثاً: ترقية المنتج الوطني

تسويق المنتج الجزائري تحت هوية "صنع في الجزائر على الصعيدين الإقليمي والدولي، وفتح أسواق تصديرية جديدة خارج القارة الإفريقية.

¹ وزارة الخارجية الجزائرية، الطبعة الـ 56 لمعرض الجزائر الدولي من 23 إلى 28 جوان 2025، السفارة الجزائرية في هلسنكي، 24 مارس 2025، متاح على الرابط: <https://embhelsinki.mfa.gov.dz/ar/announcements/56th->

رابعاً: نقل التكنولوجيا والخبرات

تسهيل نقل التكنولوجيا الحديثة والخبرات العالمية إلى المؤسسات الجزائرية من خلال إطلاق شركات استراتيجية وتعاون صناعي مع الشركات متعددة الجنسيات¹، مما يسهم في رفع القدرات الإنتاجية.

خامساً: الدبلوماسية الاقتصادية

تعزيز الدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية عبر اختيار ضيف الشرف الدولي في كل طبعة، وتطوير العلاقات الثنائية والمتعددة الأطراف مع الدول المشاركة، بما يخدم المصالح الاقتصادية الوطنية.

سادساً: دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الاندماج في الأسواق العالمية عبر رفع قدراتها التنافسية، وتوفير فرص التعرض للعملاء الدوليين، وتسهيل نقل المعرفة التقنية والإدارية.²

سابعاً: تحسين الصورة الدولية

تحسين الصورة الدولية للجزائر كوجهة استثمارية مستقرة وجذابة وواعدة، وتعزيز الثقة لدى المستثمرين الأجانب من خلال إبراز الاستقرار السياسي والأمني والإطار القانوني المحفز للاستثمار.

الفرع الثالث: النتائج الدولية لمعرض الجزائر الدولي على الاستثمار الوطني

يُعدّ تقييم النتائج الدولية لمعرض الجزائر الدولي المقياس الحقيقي لفاعليته بوصفه أداة لترقية الاستثمار الوطني، إذ يتجاوز دوره حدود التبادل التجاري المباشر ليمتدّ إلى جذب الاستثمارات

¹ الشروق أونلاين، "اختتام الطبعة الـ 56 لمعرض الجزائر الدولي بمشاركة قياسية"، 2025، متاح على الرابط: <https://www.echoroukonline.com/>، تاريخ الاطلاع: 16 ماي 2026، على الساعة: 17:30.

الأجنبية المباشرة وترقية القدرات التصديرية للمؤسسات الوطنية في انسجام مع متطلبات التنوع الاقتصادي، وذلك من خلال النتائج الآتية:¹

أولاً: نتائج المشاركة الدولية

سجّلت الطبعة السادسة والخمسون من معرض الجزائر الدولي حضوراً دولياً لافتاً، تجلّى في مشاركة 684 مؤسسة جزائرية وأجنبية، وتمثّل 31 دولة موزّعة على مختلف قارات العالم، من بينها 28 دولة أقامت أجنحةً وطنيةً رسميةً أضفت على التظاهرة طابعها الدبلوماسي والتجاريّ المزدوج. والأكثر دلالةً في هذا السياق أن عدد المشاركين ارتفع بنسبة 42% مقارنةً بطبعة عام 2022، وهو مؤشرٌ يعكس مساراً تصاعدياً واضحاً في الثقة الدولية بهذه التظاهرة وبمكانة الجزائر شريكاً اقتصادياً جديراً بالاهتمام.

وقد أسهم اختيار سلطنة عُمان ضيفاً شرفاً في هذه الطبعة في إضفاء بُعد دبلوماسي واستراتيجي عميق على المعرض، وفتح آفاقاً جديدة للتعاون مع دول الخليج العربي، إذ شاركت عُمان بجناح واسع ضمّ أكثر من 50 شركةً في قطاعات اللوجستيك والتخطيط العمراني والصناعات التحويلية. وفي السياق ذاته، شهدت هذه الطبعة عودة دول ذات ثقل اقتصادي ككندا وجمهورية التشيك بعد انقطاع عن المشاركة، مما يُعزّز الطابع العالمي للتظاهرة ويُجسّد اتساع نطاقها الجغرافي.²

ثانياً: النتائج الاستثمارية والتعاون الدولي

على الصعيد الاستثماري، أسهم المعرض في تعزيز جاذبية السوق الجزائرية أمام المستثمرين القادمين من أوروبا وآسيا والشرق الأوسط، من خلال تسليط الضوء على الفرص الاستثمارية المتاحة في مختلف القطاعات وتقديمها في إطار تفاوضي منظم. وقد تجاوز عدد المشترين المهنيين الحاضرين 987 مشترياً من مختلف أنحاء العالم، متجاوزاً الهدف المرسوم البالغ 750

¹ وكالة الانباء الجزائرية، معرض الجزائر الدولي، مشاركة قياسية تعكس جاذبية السوق الوطنية ومناخها الاستثماري، 2025/01/29، 21:16.

² وكالة الانباء الجزائرية، معرض الجزائر الدولي، المرجع السابق، ص 16.

متعاملاً بنسبة 32.3%، وهو ما يكشف عن النقل الفعلي الذي باتت تحتله هذه التظاهرة في خارطة الفعاليات الاقتصادية الدولية.

وأتاح المعرض فضاءً خصباً لإقامة شركات جديدة بين المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين ونظرائهم الأجانب، إذ جمع المنتدى الاستثماري الجزائري-العُماني أكثر من 200 مستثمر من البلدين في جلسة واحدة، وأسفرت لقاءات الأعمال المصاحبة للتظاهرة عن توقيع اتفاقيات تعاون في قطاعات الطاقة المتجددة والصناعة، مما يُجسّد نموذجاً فاعلاً للدبلوماسية الاقتصادية التي باتت الجزائر تُوظّفها بصورة متصاعدة.¹

ثالثاً: النتائج القطاعية والترويجية الدولية

كشفت المعرض عن قطاعات واعدة استأثرت باهتمام دولي بالغ، في مقدّمها الصناعات الغذائية والصناعات الكهربائية والكهرومنزلية، إلى جانب قطاعي الصناعات الميكانيكية والحديد والصلب اللذين استقطبا اهتمام شركات أجنبية متعددة، وقطاع البناء والأشغال العمومية الذي عُرضت في إطاره مشاريع استثمارية مقترحة ضمن المنتدى المتخصص. وقد أسهمت هذه الطبعة في الترويج الدولي للمنتجات الجزائرية وإبراز الجزائر وجهةً استثماريةً متميزة، بما انعكس إيجاباً على تنافسية المنتج الوطني وعلى مسار تنويع الاقتصاد وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

وبناءً على ما تقدّم من نتائج، تتضح جلياً مكانة معرض الجزائر الدولي بوصفه منصةً دوليةً حقيقيةً ارتقت بالمنتج الجزائري نحو الأسواق العالمية وعزّزت تنافسيته، وأسهمت في الآن ذاته في ترسيخ صورة الجزائر وجهةً استثماريةً بارزة تستقطب اهتمام الشركاء الاقتصاديين من مختلف أنحاء العالم.²

¹ وكالة الانباء الجزائرية، معرض الجزائر الدولي، المرجع السابق، ص 16.

² وكالة الانباء الجزائرية، معرض الجزائر الدولي، المرجع السابق، ص 16.

خاتمة

في الختام، تسلط هذه الدراسة الضوء على الأهمية المتنامية للمعارض الاقتصادية كأداة استراتيجية لتعزيز المبادلات التجارية، وتنمية العلاقات الاقتصادية والاستثمارية بين مختلف الأطراف الفاعلة على المستويين الوطني والدولي. فلم تعد المعارض تقتصر على عرض المنتجات والخدمات فقط، بل تطورت لتصبح منصات اقتصادية شاملة تُسهم في تأسيس الشركات، ونقل الخبرات، ودفع عجلة الاستثمار، مع إتاحة آفاق تعاون جديدة تدعم التنمية الاقتصادية والتجارية.

من خلال تناول الإطار النظري للمعارض الاقتصادية، استعرضت الدراسة أصول وتطور هذا النشاط عبر التاريخ على المستويات العالمية والوطنية. كما عرّفت بالمفهوم العام للمعارض الاقتصادية وخصائصها، وأبرزت أنواعها المختلفة وأهميتها وأهدافها. وأظهرت نتائج البحث أن لهذه المعارض دورًا محوريًا في الترويج للمنتجات والخدمات، رفع القدرة التنافسية للمؤسسات، وخلق فضاءات لفرص استثمارية جديدة تسهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية.

كما تم التأكيد على أن المشرّع الجزائري أولى تنظيم المعارض الاقتصادية اهتمامًا خاصًا، حيث تم إدراجها ضمن إطار قانوني وتنظيمي يهدف إلى ضمان تنظيمها وإدارتها بكفاءة. وقد ركّز هذا الإطار القانوني على تحديد الشروط والإجراءات المرتبطة بتنظيم المعارض، بجانب حقوق والتزامات الجهات المشاركة والمشرفة عليها. يعكس هذا الإطار التنظيمي مدى الأهمية التي يوليها المشرّع لهذا النشاط باعتباره ركيزة أساسية لدعم النشاط الاقتصادي وتشجيع الاستثمار.

وقد ظهر من خلال دراسة حالة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) أنها من المؤسسات الوطنية الرائدة في تنظيم الفعاليات الاقتصادية والتجارية. ويفضل دورها الحيوي في دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز الصادرات الجزائرية، ساهمت الشركة في خلق بيئات مواتية للتواصل بين المتعاملين الاقتصاديين والمستثمرين، مما أدى إلى توسيع فرص التعاون والشراكة وتعميق التبادل التجاري على المستويين الوطني والدولي.

كذلك، أبرزت الدراسة مكانة معرض التجارة البينية الإفريقية ومعرض الجزائر الدولي كمنصات حيوية لدعم الاستثمار. فقد أثبت معرض التجارة البينية الإفريقية قدرته على تعزيز التعاون الاقتصادي بين الدول الإفريقية وفتح آفاق جديدة للشراكة والتكامل الاقتصادي الإفريقي. أما معرض الجزائر الدولي، فقد شكّل فضاءً مهمًا للترويج للقدرات الإنتاجية الوطنية وجذب المستثمرين من شتى أنحاء العالم، مما عزز من صورة الجزائر كوجهة استثمارية واعدة.

من هذا المنطلق، يمكن الجزم بأن المعارض الاقتصادية تشكّل إحدى آليات تحقيق النمو الاقتصادي المستدام وجذب الاستثمار. فهي تتيح فرص التواصل المباشر بين الفاعلين الاقتصاديين وتسهم بشكل فعّال في تسويق المنتجات والخدمات الوطنية، واستقطاب رؤوس الأموال والخبرات الأجنبية. كما تسلط تجربة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير الضوء على أهمية وجود مؤسسات متخصصة قادرة على إدارة وتنظيم الأنشطة الاقتصادية وفق معايير مهنية عالية لتحقيق الأهداف المرجوة.

استنادًا إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تبرز الحاجة إلى تعزيز جهود تطوير قطاع المعارض الاقتصادية في الجزائر وتكييفه مع التحولات العالمية. يتطلب ذلك تحسين البنية التحتية الخاصة بهذه الفعاليات، وتعزيز استخدام التكنولوجيا الرقمية في عمليات التنظيم والتسويق، وتشجيع مشاركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والناشئة في هذه الفعاليات. إضافة إلى ذلك، فإن التوسع في مشاركة الجزائر في المعارض الإقليمية والدولية من شأنه أن يعزز تنافسية الاقتصاد الوطني ويسهم في تحقيق أهداف الاستدامة والتنمية الاقتصادية الشاملة.

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة، أقترح جملة من التوصيات الكفيلة بتطوير المعارض الاقتصادية وتعزيز مساهمتها في جذب الاستثمار ربط المعارض الاقتصادية مباشرة بهيئات الاستثمار لتقديم خدمات المرافقة والتوجيه للمستثمرين أثناء فترة المعرض.

- إنشاء فضاء المستثمر داخل المعارض يضم مختلف الإدارات والهيئات الاقتصادية لتسهيل الإجراءات وتوفير المعلومات.
- استغلال المعارض كأداة للدبلوماسية الاقتصادية من خلال تعزيز مشاركة الوفود الأجنبية واستقطاب رؤوس الأموال والاستثمارات الخارجية.

-
- استحداث آليات قانونية لمتابعة العقود واتفاقيات الاستثمار المبرمة خلال المعارض وضمان تنفيذها.
 - منح تحفيزات قانونية وجبائية للمؤسسات المشاركة بانتظام في المعارض الدولية التي تساهم في الترويج للمنتج الوطني.
 - تحديث الإطار القانوني المنظم للمعارض الاقتصادية بما يتلاءم مع التطورات الرقمية والاقتصادية الحديثة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

- 1- البكري، فؤاد عبد المنعم، "الاتصال الشخصي في عصر التكنولوجيا، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2002.
- 2- بعلي، محمد الصغير، المدخل إلى العلوم القانونية: نظرية القانون ونظرية الحق، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2006.
- 3- زروقي، سمير، استراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، (د.س.ن.).
- 4- سويدان، موسى، المشاركة في المعارض الخارجية: الأسس والاستراتيجيات، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 5- الضمور، هاني حامد، التسويق الدولي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 6- الطاهر، خالد، القانون الإداري: دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، بغداد، 1998.
- 7- عبد الحافظ، محمد، المزيج الترويجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009.
- 8- عبد الغفار، حنفي قرياصة؛ رسمية، زكي، البورصات والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 9- المصري، أحمد محمد، الإعلان، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000.

ب- المقالات العلمية

- 1- بن زرارة، أمينة، «الوسائل الاتصالية للترويج للاقتصاد الدائري: الصالون الدولي لإعادة تدوير وتثمين النفايات في الجزائر (REVAD) أنموذجاً»، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، أبريل 2022.
- 2- بن قطاف، محمد؛ بن حمودة، محبوب، «غرفة الصناعة التقليدية والترويج للمنتج الحرفي الجزائري»، مجلة الدراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، المجلد 08، العدد 01، 2019.
- 3- بقاح، مريم؛ بن موسى، كمال، «البنك الإفريقي للتصدير والاستيراد كأداة رئيسية لتنفيذ اتفاقية التجارة الحرة القارية الإفريقية»، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 08، العدد 02، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، جانفي 2024.
- 4- بودوشن، ياقوتة؛ راتول، محمد، «دور المعارض التجارية المحلية والدولية في التطوير المستمر للاقتصاد الألماني»، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 15، جامعة الشلف.
- 5- بورناز، حياة؛ برجم، حنان، «دور المعرض في التقديم بالصناعة التقليدية والحرف: دراسة ميدانية في غرفة الصناعة التقليدية بعنابة»، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، المجلد 03، العدد 01، 2021.
- 6- جبري، محمد، «الوكالة الوطنية للنفايات: رهانات وتحديات»، مجلة القانون العقاري، المجلد 05، العدد 03، مخبر القانون والعقار، جامعة البليدة، 2018.
- 7- جعفر، صليحة؛ جوامع، سماعيل، «التسويق الرقمي للصادرات كخيار استراتيجي للدخول إلى الأسواق الدولية»، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 09، العدد 02، 2024.
- 8- طيايية، سليمة؛ سعدي، وردة، «تجربة الجزائر في تنمية الصادرات بين ضرورة التنوع وإشكالية التبعية للمحروقات والتطلعات المستقبلية»، مجلة جامعة قلمة، أكتوبر 2014.
- 9- طيبي، رتيبة؛ تلي، محمد إسلام، «دور المعارض التجارية في ترقية مبيعات المؤسسة: دراسة حالة غرفة التجارة والصناعة مزي بالأغواط»، مجلة آفاق للبحوث والدراسات السداسية، العدد 04، جوان 2019.

- 10- العريفي، خالد أحمد علي، «دور التسويق في المعارض المتخصصة في زيادة عملاء شركات التغليف والتصنيع: معرض جلفود للتصنيع بدبي نموذجاً»، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 37، الإصدار 02، جانفي 2024.
- 11- لعمالسة، حاج؛ خطاب، مراد، «دور المؤسسات والهيئات الداعمة للصادرات خارج المحروقات في مخطط الإنعاش الاقتصادي»، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 17، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2024.
- 12- مسعودي، راوية، «تقييم أداء الغرف الفلاحية في تنظيم القطاع الفلاحي الجزائري»، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 15، العدد 01، 2024.
- 13- مسعي، عبد الكريم، «ترقية المبيعات من المعارض التجارية: معرض الجزائر الدولي للكتاب 2019/2018»، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 06، العدد 04، الأكاديمية العسكرية بشرشال، الجزائر، 2021.

ج- الرسائل الجامعية والأطروحات

أولاً: أطروحات الدكتوراه

- 1- بوجمعة، مهدية، دور آليات الدعم الاقتصادية في ترقية الصناعات اليدوية التقليدية والفنية كقطاع اقتصادي وثقافي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2022/2023.
- 2- دحماني زناتي، نبيلة، مكانة المعارض التجارية ضمن السياسة التسويقية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2016/2017.
- 3- سليمان، الحسين، الصناعة الصيدلانية وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني: دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه الطور الثالث، تخصص اقتصاد وإدارة الصحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2024.
- 4- هتهات، الشيخ، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2023.

ثانياً: رسائل الماجستير

- 1- بوودن، وافية، المعارض ودورها في الترويج للتراث الثقافي المحلي: دراسة ميدانية في المؤسسات الثقافية لولاية جيجل، مذكرة ماجستير، تخصص علم الاجتماع والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020.
- 2- جلطي، غالم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بين التطلعات المستقبلية وعقبات الواقع، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000.
- 3- خالد، الهادي علي، دراسة قياسية لتوزع التجارة بالجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص نمذجة اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.
- 4- خطابت، أمينة، دور المعارض التجارية في الرفع من أداء المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 5- خليفة، عبد الحليم، دور الغرف في ترقية وترويج المنتج الجزائري: دراسة حالة غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية سطيف، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2016/2017.
- 6- علي، معطى الله، التنظيمات المهنية الفلاحية في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، (د.س.ن.).
- 7- كرام، عبد الرزاق، مشاركة المؤسسات الاقتصادية في المعارض التجارية أداة ترويجية فعالة: دراسة حالة الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، (د.س.ن.).

ثالثاً: مذكرات الماستر

- 1- بهتان، عبد الباقي؛ طبيب، ساسي، دور المعارض في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 2019/2020.
- 2- بونشمة، إكرام؛ نفلة، صبرينة، أهمية المعارض والصالونات الدولية في النفاذ للأسواق الدولية للمؤسسات الجزائرية، مذكرة ماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2024.
- 3- لكحل، عبير؛ ميمور، عيسى، الوزارة في النظام الإداري الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2023.
- 4- عدلي، نسيم؛ بوطاجين، سيليا، النظام القانوني للفضاءات التجارية، مذكرة ماستر، تخصص قانون العون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015/2016.
- 5- قيراع، سعيدة، دور هيئات دعم التصدير في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة ماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2024.
- 6- نقادي، سعاد؛ هدار، عالية، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022.
- 7- صياد، آمنة، دور المعارض التجارية في ترقية مبيعات المنتجات المحلية الجزائرية، مذكرة ماستر، تخصص تسويق صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2020.

رابعاً: مذكرات الليسانس وتقارير التريص

- 1- جمال، أنس؛ بياز، رستم، أثر المعارض والتنظيمات على زيادة المبيعات: دراسة ميدانية لمؤسسة Sabrinel، تقرير تريص لنيل شهادة الليسانس، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2024.
- 2- طرشي، أسامة؛ يحيى شريف، مبروكة، دور الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) في ترقية المنتج الجزائري في الأسواق الدولية، مذكرة ليسانس أكاديمية، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2024/2025.

د- النصوص القانونية والتنظيمية

أولاً: الأوامر والقوانين

- 1- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 22-09 المؤرخ في 5 ماي 2022، الجريدة الرسمية، العدد 32، المؤرخة في 14 ماي 2022.
- 2- الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996، المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 03، الصادرة في 14 جانفي 1996.
- 3- القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة في 18 أوت 2004، المعدل والمتمم.
- 4- القانون رقم 20-10 المؤرخ في 22 أكتوبر 2020، المتضمن الموافقة على اتفاقية إنشاء منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، الجريدة الرسمية، العدد 58، المؤرخة في 25 أكتوبر 2020.
- 5- القانون رقم 22-18 المؤرخ في 24 جويلية 2022، المتعلق بالاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 47، المؤرخة في 24 جويلية 2022.

- 1- المرسوم رقم 64-157 المؤرخ في 08 جوان 1964، المتضمن إنشاء ديوان معرض الجزائر الدولي، الجريدة الرسمية، العدد 48، المؤرخة في 12 جوان 1964.
- 2- المرسوم رقم 87-63 المؤرخ في 03 مارس 1987، يغير اسم المكتب الوطني للأسواق الدولية والمعارض ويجعله الديوان الوطني للأسواق والتصدير ويعدل قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية، العدد 10، المؤرخة في 04 مارس 1987.
- 3- المرسوم رقم 87-64 المؤرخ في 03 مارس 1987، يحول إلى الديوان الوطني للأسواق والتصدير الهياكل والوسائل والأماكن والمستخدمين الذين كانوا تابعين للمركز الوطني للتجارة الخارجية، الجريدة الرسمية، العدد 10، المؤرخة في 04 مارس 1987.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 03 مارس 1996، المتضمن إنشاء غرف التجارة والصناعة، الجريدة الرسمية، العدد 16، لسنة 1996.
- 5- المرسوم التنفيذي رقم 02-175 المؤرخ في 20 ماي 2002، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية للنفايات وتنظيمها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 37، لسنة 2002.
- 6- المرسوم التنفيذي رقم 07-217 المؤرخ في 10 جويلية 2007، المحدد لشروط وكيفيات تنظيم التظاهرات التجارية الدورية وسيرها، الجريدة الرسمية، العدد 46، لسنة 2007.
- 7- المرسوم التنفيذي رقم 10-214 المؤرخ في 16 سبتمبر 2010، المحدد للقانون الأساسي للغرف الفلاحية، الجريدة الرسمية، لسنة 2010.
- 8- المرسوم التنفيذي رقم 25-97 المؤرخ في 11 مارس 2025، المحدد لصلاحيات وزير التجارة الخارجية وترقية الصادرات، الجريدة الرسمية، العدد 17، المؤرخة في 12 مارس 2025.
- 9- المرسوم التنفيذي رقم 25-98 المؤرخ في 11 مارس 2025، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات، الجريدة الرسمية، العدد 17، المؤرخة في 12 مارس 2025.

10- المرسوم التنفيذي رقم 25-187 المؤرخ في 13 جويلية 2025، المحدد لصلاحيات وزير الصناعة الصيدلانية، الجريدة الرسمية، العدد 58، المؤرخة في 01 أكتوبر 2025.

11- المرسوم التنفيذي رقم 25-234 المؤرخ في 03 سبتمبر 2025، المتضمن إنشاء الهيئة الجزائرية للصادرات وتنظيمها وسيورها، الجريدة الرسمية، العدد 60، المؤرخة في 07 سبتمبر 2025.

هـ- المواقع الإلكترونية

1- الإذاعة الجزائرية، هادف، ع. ر.، «معرض الجزائر الدولي 2025 منصة استراتيجية لإبراز وتجسيد التحول الاقتصادي الوطني»، برنامج "ضيف الصباح"، 07 جانفي 2026، متاح على الرابط: <https://news.radioalgerie.dz/ar/node/66763>

2- الشروق أونلاين، «اختتام الطبعة الـ 56 لمعرض الجزائر الدولي بمشاركة قياسية»، 2025، متاح على الرابط الإلكتروني.

3- المديرية العامة للجمارك الجزائرية، «منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية (ZLECAf)»، متاح على الرابط: <https://douane.gov.dz/spip.php?article806>

4- الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، متاح على الرابط: <https://www.mta.gov.dz>

5- وزارة التجارة وترقية الصادرات، «الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)»، متاح على الرابط: <https://www.commerce.gov.dz/societe-algerienne-des-foires-et-expositions-safex>

6- وزارة الخارجية الجزائرية، «الطبعة الـ 56 لمعرض الجزائر الدولي من 23 إلى 28 جوان 2025»، السفارة الجزائرية بهلسنكي، 24 مارس 2025، متاح على الرابط الإلكتروني.

7- Groupe SAFEX, Intra-African Trade Fair (IATF), disponible sur le lien : <https://2025.iatf.africa/newfront/exhibitor/groupe-safex>

8- هوارى، إلهام، «نتائج معرض التجارة البينية الإفريقية 2025»، موقع أوراس، 13 سبتمبر 2025، متاح على الرابط: <https://www.awras.com>

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

أ- الكتب

- 1- Auerbach, J. A., The Great Exhibition of 1851: A Nation on Display, Yale University Press, New Haven, 1999.
- 2- Picard, A., Exposition universelle internationale de 1889 à Paris : Rapport général, Imprimerie nationale, Paris, 1891-1892.
- 3- Schneider, K., The Function of Conference Organisers and the Marketing for Information Technology Seminars of Small and Medium-Sized Industries, Diplom.de, Hamburg, 1999.

ب- التقارير والمنشورات الرسمية

- 1- African Export-Import Bank (Afreximbank), Annual Report and Financial Statements 2024, Cairo, 2025.
- 2- African Export-Import Bank (Afreximbank), Intra-African Trade Fair 2025: Official Report, Algiers, September 2025.
- 3- Agence Algérienne de Promotion de l'Investissement (AAPI), Rapport Annuel 2024, Alger, 2025.
- 4- Banque Africaine de Développement, African Economic Outlook 2025 : Algeria Chapter, Abidjan, 2025.
- 5- Ministère des Affaires Étrangères, Livre Blanc de la Diplomatie Économique Algérienne 2022-2025, Alger, 2025.

- 6- Ministère du Commerce Extérieur, Rapport de performance – Participation algérienne à l'IATF 2025, Alger, 2025.
- 7- SAFEX, Règlement Général des Manifestations Économiques, Alger, (s.d.) .
- 8- United Nations Economic Commission for Africa (UNECA), AfCFTA and Industrial Development in North Africa: The Case of Algeria, Addis Ababa, 2024.

ج- الرسائل الجامعية الأجنبية

- 1- Benbetka, Ibrahim ; Bouiali, Zakaria, La contribution de la SAFEX dans la promotion d'exportation des produits algériens hors hydrocarbures, Mémoire de Master, École des Hautes Études Commerciales, Alger, 2025/2024.

الملاحق



Under the high patronage of the president of the republic, Mr Abdelmadjid Tebboune

الوزارة الجزائرية للتجارة الخارجية
Ministry of International Trade
and External Market Regulation

ALGERIA
SAFEX

معرض الجزائر الدولي
ALGIERS
INTERNATIONAL FAIR

23>28 JUNE 2025
Exhibition Center, Pains Maritimes, ALGIERS

56th
Edition

الخميس 26 جوان 2025
الاستثمار في السياحة في الجزائر:
الإطار التحفيزي ومشاريع المستقبل



الفهرس

الصفحة	العنوان
	الشكر والتقدير
	الاهداء
	قائمة الاختصارات
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري والتنظيمي للمعارض الاقتصادية	
6	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي المعارض الاقتصادية
6	المطلب الأول: نشأة وتطور المعارض الاقتصادية
6	الفرع الأول: نشأة والتطور على الصعيد الدولي
8	الفرع الثاني: نشأة والتطور المعارض الاقتصادية في الجزائر
10	المطلب الثاني: مفهوم المعارض الاقتصادية
10	الفرع الأول: تعريف المعارض الاقتصادية
12	الفرع الثاني: خصائص المعارض الاقتصادية
13	الفرع الثالث: أنواع معارض الاقتصادية
16	المطلب الثالث: أهمية وأهداف المعارض الاقتصادية في تعزيز التبادل التجاري
16	الفرع الأول: أهمية المعارض الاقتصادية
18	الفرع الثاني: أهداف المعارض الاقتصادية
18	الفرع الثالث: مزايا مشاركة المستثمرين في المعارض الاقتصادية
20	المبحث الثاني: الإطار القانوني والمؤسسي للمعارض الاقتصادية في الجزائر
20	المطلب الأول: التنظيم القانوني المعارض الاقتصادية
20	الفرع الأول: شروط تنظيم المعارض وفق القانوني الجزائري

21	الفرع الثاني: إجراءات تنظيم المعارض الاقتصادية
22	الفرع الثالث: التزامات أطراف المعارض
23	المطلب الثاني: الأشخاص المشاركون في المعارض الاقتصادية
23	الفرع الأول: الأشخاص الطبيعيون المؤهلون للمشاركة في المعارض الاقتصادية
26	الفرع الثاني: الأشخاص المعنوية
27	الفرع الثالث: الأشخاص الممنوعة من المشاركة في المعارض
28	المطلب الثالث: الهيئات المعنية في تنظيم المعارض الاقتصادية
28	الفرع الأول: الهيئات الحكومية المشرفة
32	الفرع الثاني: الهيئات المنظمة والداعمة
33	الفرع الثالث: الهيئات المهنية (الغرف)
الفصل الثاني: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (دراسة حالة)	
41	المبحث الأول: ماهية الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
41	المطلب الأول: مفهوم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX
41	الفرع الأول: نشأة وتطور الشركة
43	الفرع الثاني: تعريف الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
44	المطلب الثاني: مهام الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
44	الفرع الأول: مهام الشركة في مجال تنظيم المعارض الاقتصادية
46	الفرع الثاني: مهام الشركة في دعم التصدير وترقية العلاقات الدولية
48	المطلب الثالث: آليات عمل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
48	الفرع الأول: وسائل الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير
49	الفرع الثاني: البرنامج السنوي (SAFEX)

52	المبحث الثاني: إسهامات الشركة (SAFEX) في ترقية الإستثمار عبر تنظيم المعارض
52	المطلب الأول: مفهوم معرض التجارة البينية الإفريقية وأهدافه
53	الفرع الأول: التعريف بمعرض التجارة البينية الإفريقية
53	الفرع الثاني: الأهداف الاقتصادية والاستثمارية للمعرض
54	المطلب الثاني: نتائج وتأثيرات معرض التجارة البينية الإفريقية على الاستثمار
55	الفرع الأول: النتائج التجارية
56	الفرع الثاني: النتائج التنظيمية والاستراتيجية والسياسية
58	المطلب الثالث: معرض الجزائر الدولي كمنصة دولية لترقية الاستثمار الوطني
59	الفرع الأول: تعريف معرض الجزائر الدولي
60	الفرع الثاني: أهداف معرض الجزائر الدولي
61	الفرع الثالث: النتائج الدولية المعرض الجزائر الدولي على الاستثمار الوطني
65	خاتمة
69	قائمة المراجع
80	الملاحق
83	فهرس المحتويات

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى مساهمة المعارض الاقتصادية في جذب الاستثمار وترقية التبادل التجاري في الجزائر، باعتبارها من أهم الآليات الحديثة الداعمة للتنمية الاقتصادية وتعزيز الانفتاح على الأسواق الوطنية والدولية. وقد تناولت الدراسة الإطار المفاهيمي والقانوني المنظم للمعارض الاقتصادية، مع إبراز مختلف أنواعها وأهدافها ووظائفها الاقتصادية، إلى جانب دراسة دور الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX) باعتبارها الهيئة المكلفة بتنظيم وتسيير هذه التظاهرات الاقتصادية.

كما ركزت الدراسة على تحليل دور أبرز المعارض الاقتصادية المقامة في الجزائر، وعلى رأسها معرض الجزائر الدولي والمعرض التجاري الإفريقي البيني، من خلال إبراز مساهمتها في التعريف بالفرص الاستثمارية، وتشجيع الشركات الاقتصادية، وتوسيع شبكة العلاقات التجارية بين المتعاملين الاقتصاديين المحليين والأجانب. واعتمدت الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي لفهم مختلف الجوانب القانونية والاقتصادية المرتبطة بالمعارض الاقتصادية وتقييم آثارها على مناخ الأعمال.

وتوصلت الدراسة إلى أن المعارض الاقتصادية تمثل أداة فعالة لدعم الاستثمار وتعزيز المبادلات التجارية، من خلال توفير فضاء للتواصل وعرض المنتجات والخدمات واستقطاب المستثمرين، فضلاً عن مساهمتها في تحسين صورة الاقتصاد الوطني وتشجيع الصادرات خارج قطاع المحروقات. كما أكدت النتائج ضرورة تطوير الإطار التنظيمي لهذه التظاهرات وتعزيز آليات مرافقة المستثمرين لضمان تحقيق أكبر مردودية اقتصادية ممكنة منها.

الكلمات المفتاحية: المعارض الاقتصادية، الاستثمار، التبادل التجاري، معرض الجزائر الدولي، المعرض التجاري الإفريقي البيني، الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (SAFEX)، التنمية الاقتصادية.

Summary

This study aims to analyze the contribution of economic exhibitions to attracting investment and promoting trade exchange in Algeria, considering them among the most important modern mechanisms supporting economic development and enhancing openness to national and international markets. The study examines the conceptual and legal framework governing economic exhibitions, highlighting their various types, objectives, and economic functions. It also explores the role of the Algerian Company for Fairs and Exports (SAFEX) as the institution responsible for organizing and managing these economic events.

The study further focuses on analyzing the role of the major economic exhibitions held in Algeria, particularly the Algiers International Fair (FIA) and the Intra–African Trade Fair (IATF), by emphasizing their contribution to promoting investment opportunities, encouraging economic partnerships, and expanding commercial relations among local and foreign economic operators. The research adopts both the descriptive and analytical approaches to examine the legal and economic dimensions of economic exhibitions and to assess their impact on the business environment.

The findings reveal that economic exhibitions constitute an effective tool for supporting investment and enhancing trade exchanges by providing a platform for communication, showcasing products and services, and attracting investors. They also contribute to improving the image of the national economy and promoting non–hydrocarbon exports. The study further highlights the need to develop the regulatory framework governing these events and strengthen investor support mechanisms in order to maximize their economic benefits.

Keywords: Economic Exhibitions, Investment, Trade Exchange, Algiers International Fair (FIA), Intra–African Trade Fair (IATF), Algerian Company for Fairs and Exports (SAFEX), Economic Development