

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

قسم علم المكتبات

والعلوم الوثائقية



كلية العلوم الانسانية

والعلوم الإسلامية

الممارسات المهنية في توزيع الكتاب في الجزائر استعمال الموارد الإلكترونية للمعلومات

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تكنولوجيات الكتاب و الارشيف

إشراف:

إعداد الطالبة

الأستاذ: عبد الإله عبد القادر

فانون رشيدة

أعضاء لجنة المناقشة :

رئيسا

الأستاذ سنوسي محمد أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 1

مشرفا ومقررا

الأستاذ عبد الإله عبد القادر أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 1

عضوا مناقشا

الأستاذ عبد اللاوي عبد الله أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 2

عضوا مناقشا

الأستاذ مهدي العربي أستاذ التعليم العالي جامعة وهران 2

السنة الجامعة: 1436 - 1437 هـ / 2015 - 2016 م

الإهداء

أحمد الله تعالى الذي قدرني على إتمام هذا العمل بفضله وتوفيقه .

أهدي ثمرة جهدي التي طالما تمنيت إهدائها و تقديمها :

إلى التي حملتني وهنا على وهن، و قاست و تألمت لألمي، إلى من رعتني بعطفها وحنانها إلى والدتي الغالية التي لم تأل جهداً في تربيتي وتوجيهي.

إلى من أحمل اسمك بكل فخر وأفتقدك مبكرا و يرتعش قلبي لذكرك
يا من أودعتني الله أهديك هذا العمل أبي العزيز

إلى جميع أفراد عائلتي أخواتي وأخواني

إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها ،إلى من عرفت معها معنى الحياة
أختي حياة

إلى روح أخي عبد الرزاق وروح جدي وجدتي أسكنهم الله جميعا فسيح جنانه .

إلى جميع أحبائي وزملائي وأصدقائي .

شكر وعرفان

الشكر أولا وأخيرا لله عز وجل الذي وفر لي الطاقة الكامنة ،وجعل في نفسي الثقة ووفقني في انجاز هذا العمل العلمي المتواضع

أوجه خالص شكري وامتناني إلى المشرف الأستاذ الدكتور عبد الإله عبد القادر الذي تحمل مشقة هذا العمل و تتبع خطواته لإخراجه في شكله الأخير فكان نعم المشرف ونعم الموجه .

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذتي بقسم علم المكتبات جامعة وهران 1 ،عرفانا بجهودهم .كما أشكر أعضاء لجنة المناقشة الدين شرفوني بمناقشة هذا العمل .

كذلك أشكر كل من ساعد على إتمام هذا البحث وقدم لي العون ومد لي يد المساعدة وزودني بالمعلومات اللازمة لإتمامه وأخص بالذكر الأستاذ بطوش كمال بقسم علم المكتبات والتوثيق جامعة قسنطينة (2) والمغفور لها الأستاذة سمرة حليلة .

كما أشكر رئيس مديرية الكتاب بوزارة الثقافة ومختلف دور النشر ومدارائها بوههران وسيدي بلعباس والجزائر العاصمة .

وأخيرا، يكون الاعتراف بالجميل ناقصا إن لم يشمل عمال المكتبة الوطنية ومكتبة قسم علم المكتبات ومختلف مراكز البحث والتوثيق CERIST ومديرية الأرشيف الوطني بالجزائر العاصمة .

إلى هؤلاء جميعا، أنقدم بشكري وامتناني.

01.....	مقدمة.....
12.....	المدخل : المصطلحات الخاصة بالكتاب ومهن الكتاب
22.....	الفصل الأول: نظرة شاملة للنشر بالجزائر.....
23.....	1-1 - وضعيّة النشر.....
23.....	1-1-1 - خلال فترة الاستعمار.....
28.....	1-1-2 - مرحلة ما بعد الاستقلال.....
31.....	• مرحلة 1966 – 1982.....
32.....	• مرحلة 1982-1988
34.....	مرحلة 1990حتّى المرحلة الراهنة.....
40.....	الفصل الثاني: نشر وتوزيع.....
41.....	2 - 1- العلاقة بين النّشر والتّوزيع.....
43.....	2 - 2- مشكلة النّشر.....
45.....	2 - 1-2- على صعيد الإنتاج.....
47.....	2 - 2-2- على صعيد التّوزيع.....
66.....	الفصل الثالث: الممارسات الخاصّة بتوزيع الكتاب بالجزائر.....
67.....	3-1 - واقع التّوزيع.....
67.....	3-1-1 - عدد النّاشرين – الموزعين.....
68.....	3-1-2 - الجودة.....

77.....	3-1-3- المنتج
78.....	3-1-4- التمرکز الجغرافي
78.....	3-2- تحليل الوضعفة
79.....	3-2-1- العلاقة / ناشر / موزع / صاحب المكتبة
81.....	3-2-2- العلاقة / مستورد / موزع / صاحب المكتبة
84.....	3-2-3- الدولة وتوزفف الكتاب من خلال النصوص الدشرفة و الجبائفة
106	خاتمة
.....	بفبلفو غراففة البعث
.....	الملاحق
.....	الفهارس

مقدمة

مقدمة

مع تقدّم التكنولوجيات الحديثة للإعلام الرقمي؛ فإنّ تعقّد مشكلتي الكتاب والقراءة يقتضي
منا دراسة تأخذ في الحسبان عوامل عدّة من أهمّها:

- هيكل وعمل مختلف الأطراف الفاعلة المتعلقة بمهنة الكتاب (المؤلف، الناشر، الموزع).
- العلاقات القائمة والموجودة فيما بين كافة قطاعات الكتاب.
- تفاعلات منظومتي الكتاب و القارئ مع المحيط الثقافي، الاقتصادي، القانوني والسياسي.

و يعتبر الكتاب أولاً وقبل كلّ شيء مكسبا ثقافياً و قطاعا صناعياً وتجاريّاً. حيث بإمكاننا أن
نطّق تجاهه أساليب تجارية في تسيير وتطبيق علوم التسويق المعروفة، إذ تؤدي اللّوجيستية بهذا
القطاع الخاص دورا هاماً، يعتبر فيه التوزيع حلقة مركزية، وقطبا لا يمكن الاستغناء عنه. بحيث
يفرض دوره الاستراتيجي في رفع عدد من التحديات والمتطلبات العديدة وذلك نظراً لمكانته
الجوهرية.

ومن الواضح أن اللّوجيستية المسخّرة في توزيع الكتاب في الجزائر لا ترقى للمستوى
المطلوب، وذلك يختلف من ناشط في ميدان ما لآخر، علماً بأنّ النشاط بهذا القطاع متعدّدون
ومتنوّعون وكذلك قنوات التوزيع المختلفة لديهم متعددة؛ والتي تخضع عادة لأساليب تسيير مختلفة
وغير مكتملة الضج بالجزائر.

ومن الواضح أن التشخيص المعتمد في هذا المجال يختلف من بلد لآخر وحسب درجة
النمو. بحيث سيأخذ هذا التباين بعين الاعتبار في رسم السياسة الوطنية للكتاب في كلّ بلد.

وسيشكل عملنا المتواضع هذا؛ فرصة لوضع حوصلة لوضعية التوزيع في قطاع الكتاب،
وفروع الكتاب خصوصاً دوره في التوزيع الذي يشهد تحوّلاً بفضل اعتماد أساليب مهنية جديدة،
فيما يخص النشر والإعلام، و ذلك بدعم هياكل التوزيع مع تعدد نطاق البيع. كلّ ذلك سيكون
عاملاً ضرورياً لوضع سياسة وطنية لنشر وتوزيع الكتاب، بالموازاة مع تنظيم فترات تكوينية دائمة
في ميدان تقنيات نشر وتوزيع الكتاب.

لقد أتى بروز الكتاب الرقمي إلى تعقيد الوضعية بتجاوزه للصعيد الوطني وإدخاله لناشطين أجنب جدد في سلسلة الكتاب (مزودو الدخول إلى الانترنت، محرّكات البحث، فهرس على الخط إلى ...)

أصبحت التكنولوجيات الجديدة والممارسات في صلب هذا التحوّل: فالآليات المعلوماتية في سرعة متزايدة، وأصبحت آلات الطباعة للمطبعة الرقمية هي كذلك مع تزايد الهيات والخواص المستعملين لنظام الانترنت، الناشرون، دور النشر. يستوجب تعدّد المهنيين، والكفاءات التي تعتمد التكنولوجيات الجديدة للإعلام في إطار ممارساتها المهنية.

اختيار الموضوع:

يتمحور موضوع عملنا المتواضع هذا حول التحوّلات العميقة لاقتصاد الكتاب، ولتطوّر التكنولوجي الذي لم يسبق له مثيلا مع تطوّر النظام الرقمي، مع كشف لحال الوضع وكذلك الآراء المتداولة حول بعض الآراء وصياغة التحاليل والمقترحات الواجب طرحها وإبرازها.

سيجعل تطوير التقنيات العصرية لإنجاز الكتب، خلافا لما كان عليه الوضع سابقا، نشر الكتاب أكثر يسرا.

والجدير بالملاحظة إلى أنّ إنتاج الكتاب أصبح سهلا بفضل التطوّر التكنولوجي المسجّل حاليا. لقد قمنا بعرض كل ما يتعلق بمنظومات توزيع الكتاب والتي تستوجب إعادة النظر والتفكير فيها.

فمن ضمن سلسلة الكتاب الكبيرة التي تطرح على القراء أفكار المؤلفين، ستظلّ الحلقة الغامضة هي حلقة التوزيع . وسنحاول من خلال عملنا المتواضع هذا رفع الحجاب عن النشاط الرئيسي المتعلّق بحركة سير الكتاب مع وصف للمكانة التي يحتلّها التوزيع ضمن سلسلة الكتاب وكذلك الحالة المالية للمؤسسات المتخصصة في توزيع الكتاب؛ إذن صار من الأهمية بمكان التطرّق عن قرب لواقع النشر - التوزيع، بالنظر للصعوبات التي تحول دون التمكن من توزيع الكتاب في ظروف عادية، أضف إلى ذلك مختلف البحوث التي أثارها هذه المسألة فيما يخصّ النشر و نشاط بائعي الكتب بحيث تعتبر كلّ تلك العوامل مبررات كافية لاختيارنا لهذا الموضوع.

هدف الدراسة:

لقد طرأت أشكال جديدة على أساليب النشر والتوزيع مما أثر بشكل واضح على شركات التوزيع وأصحاب المكتبات: لقد أصبح النهج الإلكتروني وخصوصا شبكات الانترنت نمطا "متموّزا" ولو بصفة تدريجية فيما يخص شراء وبيع الكتب. فالكتب تعرض مباشرة على الزبائن وبعض الشركات الأجنبية الهامة، لشركة أمازون أو غوغل مثلا اللتين اختارتا إستراتيجية خاصة في توزيع مؤلفاتها بحيث يسهل الإطلاع عليها وتحميلها عن بعد بسهولة ويسر، مما شكّل خروجاً عن النمط التقليدي في عملية النشر والتوزيع، والمتداولة خلال سنين قلائل مضت، بخلاف ما يقع بالجزائر وذلك راجع لعدة أسباب سنأتي على ذكرها في موضعها.

لقد لاحظت بأن أغلبية دور النشر تشكو من صعوبات كبيرة في توزيع الكتاب. فطرحنا عدة تساؤلات في هذا الشأن خصوصا بالدول العربية، بدءاً بانعدام سياسة انفتاحية وكذلك استراتيجية مقنعة وفعالة في الهيكلة و التوزيع قصد التعرف إلى ميدان مهن الكتاب مع إدراك الكيفية التي يتم فيها عمل توزيع الكتاب، كما هو متعارف عليه عند المهنيين على مستوى سلسلة الكتاب بأكملها مع إظهار الواقع أو الأثر الناجم عن إرساء التكنولوجيات الجديدة بقطاع الكتاب.

يقتصر هذا العمل على أهداف متعددة نذكر من بينها:

- 1- التعرف بقطاع الكتاب بالجزائر.
- 2- تحديد وحصر العراقيل الموجودة على مستوى تواجد الكتاب في الجزائر.
- 3- التعرف إلى الشّطاء المتعددين لسلسلة الكتاب بالجزائر.
- 4- إظهار أثر التكنولوجيات الجديدة المترتبة على تطوّر وترقية الكتاب بالجزائر.
- 5- إبراز العراقيل التي تعرض على تطبيق التكنولوجيات الجديدة في ميدان توزيع الكتاب.
- 6- تحليل الممارسات المهنية في توزيع الكتاب في عهد التكنولوجيات الجديدة.

لقد أوردت فيما يلي الفرضيات التي يمكن معها بلوغ هذه الأهداف.

الإشكالية:

لقد كان لعالم الكتاب "وقعا" تربويا وثقافيا على المجتمع، كما أنه يحقق مصالح صناعية واقتصادية خاصة بقطاع الكتاب بعد مرور عدة سنوات من ظهور التكنولوجيات الجديدة للإعلام؛ فأصبحت تعرف مؤخرا نجاحا عالميا بالنظر للآثار المترتبة على نشاطاتها في الميدان خصوصا بالخارج لتصل للعالم من حولنا.

ويعتمد بالجزائر المسار نفسه بحيث تتبّع سلسلة الكتاب الأسلوب نفسه المتبع بالخارج بدءا بالإنتاج ثم التسويق، فالشر، ثم التوزيع وأخيرا الاستهلاك.

يجب بداية طرح السؤال على الناشر لمعرفة حسن توزيع الكتاب (الطبيعي أو الرقمي) بعبارة أخرى: هل الإنتاج الافتتاحي السنوي يعتبر بالقوة الكافية التي تسمح بميلاد وسيلة إعلام جديدة بخصوص تطوّر الكتاب؟ .

يجب أن يندرج المشروع الخاص بتوزيع الكتاب في إطار محيط يكون فيه الكتاب متممّا بمكانة مرموقة.

بفضل استيعاب أسلوب عمله، ونوعية النشاط به، وكذلك الأطر السياسية والسوسيو – تاريخية واقتصادية الخاصة بهذا الفرع منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، وكذلك اكتشاف الواقع الخاص بكل حلقة من حلقات سلسلة الكتاب. ومن المفيد كذلك فهم الدور الاقتصادي الذي تلعبه هذه السلسلة لصالح الاقتصاد القومي للبلاد.

فالإحصائيات الخاصة بفرع الكتاب تعتبر غير دقيقة، ويصعب حصرها من طرف المتعاملين في ميدان الكتاب المكلفين بالتسيير المؤسساتي للكتاب، أضف إلى هذا عدم اكتمال المعلومات الخاصة بهذا الميدان.

وهذا ما يبرر اختيارنا لهذا الموضوع، هو التواجد الإقليمي الضيق الخاص بتوزيع الكتاب بأرجاء الوطن والمفسر للرهانات المتعلقة بتوزيع الكتب.

إنّ تطوير عالم النشر والتوزيع يسمح لنا فهم وإدراك العلاقات الموجودة بين مختلف مكونات سلسلة الكتاب التي تهدف إلى سدّ الطلب الخاص بالكتاب بالنسبة لكافة شرائح المجتمع في عهد الإلكترونيك ، ممّا يدفعنا لطرح تساؤلات ضمن نفس الغرض.

و إذا ذهبنا من المبدأ القائل بأنّ هنالك ممارسات مهنيّة في الجزائر فما هي تلك الممارسات؟ وهل يقوم الموزعون باستعمال أدوات التكنولوجيات الجديدة؟

- كيف نفوّر عدم وصول المنتج أو الكتاب للقارئ أو بالأحرى وصوله متأخراً.
- كيف لا تسمح الممارسات المهنية غير معتمدة على التكنولوجيات الجديدة ب بروز النشر أو جزء منه.

الفرضيات:

رغم اختلافها المبدئي، فإن مهنتي الناشر والموزع تكون في غالب الأحيان متّصلة ومسوّة ضمن شبكة غالبا ما يكون الناشر / الموزعون الرئيسيون متّصلون أو آتون بالأغلبية من عدّة دور للنشر.

تعتبر التكنولوجيات الجديدة بصفة عامة والرقميّة بصفة خاصة رافعة للتطوّر بالنسبة لمهن سلسلة الكتاب شريطة أن تعتمد طريقة موجّهة نحو المستقبل. فلقد تمّ تنظيم و تطوير سلسلة الكتاب، مع مرور السنين خلال مختلف المهن مستفيدين من الكفاءة والخبرة.

ويمكن تلخيص عناصر الفرضيات كما يلي:

- 1- يعتبر قطاع الكتاب "جديداً" من حيث التوزيع ممّا يؤلّي إلى انعدام الكتاب بالأماكن المخصّصة له حسب التقاليد.
- 2- لهذا الغرض أصبح من الضروري تدعيم التعاون نشر - إذاعة / توزيع - مكتبة ومعرفة حسن التّموّع تجاريا وتقنيا.
- 3- تكون للتكنولوجيات الجديدة للاتصال بصفقتها أدوات تكوين وإعلام وترفيه أثر على الممارسات المهنية للشّطاء في ميدان الكتاب لتغيير السلوك فيما يخصّ عادات الاستهلاك

بفضل خدمات الانترنت والدعامات الجديدة التي تسمح بتكوين القوى لوظيفة سلسلة الكتاب.

وتطرح عدة تساؤلات للأسئلة الرئيسية و التي نذكرها كما يلي:

- انعدام سياسة واضحة للكتاب وغياب استراتيجية ترمي إلى تثمين توزيع الكتاب.
- إسهام التكنولوجيات الجديدة في توزيع الكتاب.
- ما هي المشاريع التي ينتهجها الموزعون تجاه النشر الرقمي؟ .
- ما هو حجم التوزيع لتلبية وضمان تنوع العرض الافتتاحي؟ .
- ما هي الأعمال الواجب القيام بها على مستوى العلاقات المهنية المتبادلة؟ .
- ما هي التغيرات وكيف ستكون في هذا الميدان؟ .
- كيف سيأخذ التوزيع في الحسبان التحولات الرقمية الحالية؟ .
- اكتساب معارف تقنية ومنهجية في ميدان الرقمية لإعادة استغلال المحتويات مع إثرائها.
- هل يمكن لنا مقارنة وضعية الموزعين الجزائريين و الأجانب؟ .

الأسلوب المنهجي:

قطاع الكتاب غير معروف رغم أهميته الاقتصادية والثقافية، حيث لم ينجز تحقيق كامل حول توزيع الكتاب بالجزائر بحيث لا تتوفر إلا على إحصائيات قليلة حول هذا الموضوع.

وحتى نحسن جمع المعلومات الخاصة بتوزيع الكتاب ارتأينا أن نحسن أداة مهمة هي الاستجواب الموجه لكل دار للنشر مع إجراء لقاءات مع بعض مسؤولي سلسلة الكتاب. حيث ستسمح لنا تلك اللقاءات بتحديد سبل التفكير لاستخراج المعلومات انطلاقا من تجارب قد تمت أو حيز التنفيذ، مع التعرف على الحاجيات المتكررة والمعونات الخصوصية التي قد تطلب أو تلك المطلوبة والممنوحة للناشرين وأصحاب المكتبات.

الصعوبات المطروحة

كانت الصعوبات المطروحة التي واجهتني أثناء تحضير هذا العمل على النحو التالي:

- عدم وجود وثائق حديثة تعالج هذا الموضوع.

- قلة توفر الوثائق باللغة العربية التي تعالج الموضوع.
 - الموقع الجغرافي البعيد لدور النشر والتوزيع المختلفة التي كانت موضوع دراستنا.
 - صعوبة كبيرة في الوصول إلى بعض دور النشر.
 - رفض بعض مسؤولي دور النشر إعطائي المعلومات الكافية.
 - ظروف عملي التي لم تسمح لي بالتنقلات اللازمة لإتمام بحثي.
- كل المعطيات السابقة قابلة لتفصيل، أضف إلى ذلك المشاكل المتصلة بالاتصال، النقل، انعدام الجدول على خط الاكتفاء ببعض الجداول على شكل أقراص مضغوطة CD-ROM، انعدام الشروط التجارية الخاصة بأصحاب المكتبات كما أكد لنا ذلك بعضهم بالإضافة إلى عدم احترام سلسلة الكتاب، وإرسال المتأخر للمعلومات الخاصة بالإصدارات الجديدة، فيجب على صاحب المكتبة أن يقوم بإبلاغ الناشرين الذين يتعامل معهم بالمعلومات المتعلقة بالمبيعات وكذلك طلبات الجمهور، بفعل اتصاله المباشر مع الزبون النهائي، حيث أن علاقة هرمية تربطهم بصاحب المكتبة من جهة والناشر من جهة أخرى في الاتجاهين معا من الأعلى إلى الأسفل ومن الأسفل إلى الأعلى.

الدراسات السابقة:

- 1- ماستر مقّم من طرف "محمود بوعباد" في 1985 في إطار الدراسات حول الكتاب والقراءة رقم 22 "عن الكتاب والقراءة في الجزائر"؛ والوثيقة جزء من سلسلة من الدراسات الوطنية الموحدة و التي قامت مؤسسة اليونسكو بنشرها حول وضعية الكتاب والقراءة في بعض البلدان .
- 2- أطروحة دكتوراه قدمت من طرف "عبد الإله عبد القادر" سنة 2002 بجامعة ميشال دي مونتاني بوركو في فرنسا تمحورت حول "شبكة توزيع الكتاب في الجزائر: عرض القراءة وأساليبها ومظهرها الخارجي من خلال مدينة وهران نموذجا. ويتعلق موضوع الدراسة هذه بمقاربة شبكة توزيع الكتاب في الجزائر وأساليب المظهر الخارجي لعرض القراءة، بصفة عامة، من خلال مثال مدينة وهران خلال مرحلة 1999-2001.

3- رسالة ماجستير مقدمة من طرف "تّرا عبد الكريم" في 2002 بالعاصمة، جامعة الجزائر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد علم المكتبات والعلوم الوثائقية عن "مساهمة في دراسة سياسة افتتاحية وطنية: تقييم إسهام من تيريس ناشر/ مضيع في قطاع النشر المدرسي في الجزائر" واقتصت الأطروحة على تحليل وضعية النشر في الجزائر والتي كان يتلقاها الناشرون خصوصا النشر المدرسي في الجزائر، وتتعلق الدراسة حول تجربة شركة خاصة من القانون الجزائري، متخصصة في النشر المدرسي لوضع حسيطة عن النشاطات لفائدة المؤسسات الوطنية.

4- رسالة ماجستير مقّمة من طرف "ونزار مولودي نادية" في 2011 بوهرا، جامعة وهران كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، معهد علم المكتبات والعلوم الوثائقية حول "الناشرون الجزائريون و الانترنت، إشكالية وترقية الكتاب عبر مواقع الانترنت".

المنهجية:

بغرض التدقيق في لروضيات المطروحة أعلاه وباستعمال مناهج البحث كأسلوب النسيقة فإنّ المنهجية ستقتصر على إتباع الخطوات التالية:

- إحصاء الوثائق المكتوبة والإلكترونية.
- انتقاء الموضوع يتطلب إجراء أبحاث وتحقيقات على مستوى المكتبات العمومية والمصالح الوثائقية بالعاصمة، وهران و قسنطينة وكذلك المكتبة الوطنية.

ستأخذنا الإشكالية المطروحة للقيام بزيارة لمديرية الكتاب بمقر وزارة الثقافة بالنظر للمنصب الذي أشغله بمكتبة المعهد الفرنسي بوهرا، حيث أنني طالبة في قسم ما بعد التدرج فإنّ لي اتصال مباشر مع الناشرين والموزعين للكتب والمجلات الجزائرية والفرنسية بالإضافة للاتصالات مع البلدان الأجنبية التي لها تجربة كبيرة في نفس الميدان.

وبغرض إتمام تحليل من ناحية الكمّ والجودة، سيجري تحقيق يعتمد على عدد معيّن من المتغيرات. حيث تمّ الاحتفاظ بمتغيّرين في إطار العمل هذا.

1- أنماط التوزيع المعتمدة.

2- الأنماط الجديدة للتوزيع المقررة في عهد التكنولوجيات الجديدة.

التحقيق:

الذي يهده إلى تحليل الوضعية وتقديم المقترحات يكون إحداها تنشيط توزيع الكتاب "الموجود"، يرمي إضافة لذلك إلى وضع نموذج اقتصادي جديد واستراتيجي لتوزيع الكتاب بالجزائر. ويتم إجراء التحقيق بطريقة الاستجواب ليكون دليلا للقاء.

وأما في انتهاز فرصة الدراسة هذه للقيام بتبادل حقيقي وإرساء حوارات مهنية للكتاب. لقد اخترنا أسلوب مزاجية طريقة الاستجواب مع اللقاءات الفردية حيث تم الاتصال بعدد من الناشرين لبرمجة موعد، وعدد من حالات الأجوبة وعلى الشكل التالي:

- الرّفض القطعي للمشاركة والإسهام في إتمام الدراسة.
- استحالة تحديد تاريخ لموعد يقترن مع مقامي بالعاصمة نظرا لظروف عملي.
- قبول المواعيد.

لقد أفادت التجربة التي أجريناها في إطار التحقيق الذي أنجز على مستوى مختلف دور النشر والتوزيع بعدة مناطق بالجزائر أكثرها وبصفة رئيسية بالعاصمة، ثم بقسنطينة، وهران، سيدي بلعباس.

حيث قمت بالتعرف على الناشرين - الموزعين - و المذيعين، ثم قمت بتوزيع الاستجابات التي لم تكن كلها مكتملة إلا بعد إتمام المعلومات المتبقية بفضل اللقاءات التي أجريت بالموازاة.

تتمحور المنهجية المعتمدة لمعالجة الموضوع هذا حول نقطتين رئيسيتين، ألا وهي أدوات البحث ومعالجة المعطيات.

أدوات البحث:

تتعلق أساسا" بأداتين :

1- اللقاء.

وهي اللقاءات المتعلقة بالاتصالات التي تتم مع مختلف المسؤولين لسلسلة الكتاب. ستسمح اللقاءات بجمع المعلومات والشهادات انطلاقاً من الاتصالات أو الأشخاص والموارد المحددة الذين لهم علاقة بميدان النشر والمؤلفون، والناشرون أصحاب المطابع، الموزعون، المذيعون أصحاب المكتبات، بما في ذلك مكتبات المؤسسات المدرسية، الوزير المكلف بالكتاب الجماعات الإقليمية الخ

سيرتكز اللقاء على دليل للقاء متضمناً للأسئلة المقررة مسبقاً وتبعاً لنظام معيّن وكذلك على مقترحات خاصة بإعادة تنشيط لسياسة توزيع الكتاب.

2-1- البحث الوثائقي:

و الذي يقتصر بالأساس على تحليل وترجمة المعطيات والإحصائيات المتعلقة بقطاع الكتاب ونشاطاته، يتم جمع المعطيات هذه على مستوى الناشرين، المذيعين وموزعي الكتاب.

3-1- معالجة المعطيات:

يتم تحليل ومعالجة المعطيات التي يتم جمعها أثناء فترة التحقيق عن طريق الأسلوب الإحصائي، ويقتصر ذلك على استعمال الجداول والرسومات البيانية لتحليل ومعالجة بعض المعطيات.

2- الاستجواب

سيسمح بأن يمنح للمهنيين في النشر إمكانية معالجة وضعية التوزيع وسياسة الكتاب سيقصر الاستجواب وبصفة عملية على طرح كتابي لأسئلة تتعلق بمواضيع معينة تخص الاستثمارات، السوق، التكنولوجيات الجديدة، التشريع، ترقية الكتاب وما يتعلق به. ويخضع استجواب الدراسة لمنهج تقريبي، حيث يرمي إلى تحديد تصرفات وأراء الأشخاص الذين يتم معهم التحقيق فيما يتعلق بتقديرهم الخاص لصناعة الكتاب أخذاً بعين الاعتبار النقاط المذكورة فيما بعد:

1-2- نمطية الاستجواب.

- 2-2- تعريف أهداف الاستجواب.
- 2-3- جمع العيّات.
- 2-4- أساليب الاستجواب.

المدخل

يحتلّ الكتاب في حياتنا اليومية مكانة مميّزة، ويضلّ شيئاً أساسياً ومرغوباً فيه، وهو جزء جوهري من حياتنا المهنية والثقافية، رغم الاستعمال المتزايد لشبكة الانترنت كوسيلة لنشر المعلومات ونموّ الكتاب الإلكتروني، فصناعة الكتاب التقليدي تبقى دائماً قطاعاً اقتصادياً نشطاً مثمراً ومزدهراً.

قائمة المفردات التي ستلي وقائمة المصطلحات تمّ استقاؤها من محتوى معجم مصطلحات الممارسات المهنية لنشر وتوزيع الكتاب.

المصطلحات المستعملة في عملي والمرتبطة بالممارسات المهنية

وظروف العمل في صفقات مهن الكتاب

الوشيك الصدور

يقال عن كتاب لم يتم تداوله من طرف موزّع، سواء تعلّق الأمر بإصدار جديد أو بأي مطبوع آخر ويستعمل لوصف حالة كتاب عند موزّع.

ملصقة ترويجية: بإمكان ملصقة ترويجية أن تساهم في عملية ترقية كتاب، سلسلة ناشر، مؤلّف أو حدث أدبي وتقدّم الملصقة أو تهدي مجانا من طرف ناشر أو مضيع أو راعي لتظاهرة أدبية.

توقّف عن التسويق: عملية التوقف المؤقت أو النهائي عن بيع كتاب قد ينجم التوقف عن تسويق كتاب بسبب منع قانوني أو إرادة لسحب نشر من السوق من طرف موزّع بطلب من الناشر أو المضيع. قد يؤلّي التوقف عن التسويق كذلك إلى استرداد الكميات التي لم تباع.

جدول الإرسال: وثيقة تبيّن خصائص مختلفة الطرود لنفس الإرسال. قد يجدد الجدول حسب عدد الطرود المرسله وكل معلومة هامة خاصة بالطرود هذه تحتوي على: (الطبيعة الوزن الخ...).

سند التسليم: وهو وثيقة مرافقة للبضائع المسلمة، وهو يعطي التفاصيل الدقيقة، ويقوم المستلم بالتوقيع على سند التسليم لإثبات تسلّم البضاعة.

سند الطلبية: وهو وثيقة تجسد طلبية الزبون تجاه المستلم لها والتي تذكر فيها طلبية الزبون تجاه المسلم وتتضمن شروط الشراء. و إسم وعنوان المستلم للبضاعة وكذلك إسم وعنوان الزبون. تتضمن شروط الشراء و تاريخ الطلبية، ووصف البضائع والخدمات المطلوبة، وكذا الأسعار والكميات المطلوبة وأنماط توجيه الطلبية.

ويشكل الزبائن الرئيسيون للمذيعين والموزعين (الممونون)، على سبيل المثال المكتبات المستقلة أصحاب المكتبات (باعة الكتب) ، التعاونيات أو مختلف المؤسسات غير المختصة في مجال بيع الكتب كالصيدليات، محلات بيع التبغ، الدكاكين، البساتين، المساحات الكبرى أو أية مؤسسة تتعاطى بيع الكتب.

جدول تجاري: وثيقة حاملة لصور تمثل قائمة المنتجات المعروضة للبيع من طرف مؤسسة، مع بيان الخصائص والأسعار لتلك المنتجات، هناك جداول عامة حاملة للمواضيع أو فضيلة، يمكن إنجاز جدول بناء على دعائم حقيقية، إلكترونية أو افتراضية.

يقوم الناشر أو المذيعون مثلاً بإنجاز الجداول التي تشير إلى توفر الكتب المعروضة وكذلك الرقم الدولي الموحد للكتاب (ISBN).

نخروب: وهو قسم داخل سلم رسمي يسمح بتجميع الكتب التي ستنتشر حسب بعض المعايير، ويمكن تجميع الكتب حسب المواضيع أو سلسلة الناشر أو حسب إمكانيات البيع.

سلسلة المكتبات: تمّز سلسلة المكتبات عن مكتبة مستقلة، حيث أنّها تتشكل من ثلاثة فروع أو أكثر ومن نفس النوع.

رمز الموزع: وهو الرمز الخاص بالمنتج والذي يسلم من طرف الموزع، للكتب المعروضة للبيع، ويتكوّن رمز المنتج من مجموع الخصائص والمواصفات الأبجدية، الرقمية أو الأبجدية الرقمية والتي تعرف المنتج بصفة وحيدة.

الطرد: هو النتيجة الكاملة لعملية التعبئة، المحتوية على التعبئة ومحتواها بقصد حملها، إرسالها و نقلها واستلامها.

تختلف تعبئة الطرد حسب عوامل عدة، كطبيعة البضائع وحاجيات التسويق (مثلاً: الجرائد الرمز على ستة طرود)، وقد يكون على شكل علبة أو غلاف مبطن. ولا يعني هذا المصطلح

الشحنات الصغيرة فقط؛ بل كذلك مجموع الأشياء المكوّنة لشحنة مفردة عند التسليم للناقل، كيفما كان وزنها أو حجمها (من العلبة إلى الحاوي، مروراً بالصندوق و دكة التحميل).

الوديعة: اتفاق بين المذيع (المودع) والزبون (المودع له) الذي ينطبق على مجموعة محدودة من الكتب في إطار حدث خاص أو ترقية لمدة محددة والتي لا تكون فيها إلاّ الكتب غير المسترجعة للموزّع مدفوعة الثمن من طرف الزبون عند إرجاع الكتب غير المباعة أو عند موعد الاستحقاق المحدّد بالاتفاق مسبقاً.

ويظلّ الموزع هو المالك للكتب المودعة عند الزبون.

تاريخ الوضع بالديوان: هو التاريخ الذي يشرع فيه بوضع الكتاب في نظام الديوان، والذي يسلم لأيّ إصدار جديد أو نشر يكون فيها إعادة البيع مبررة بحيث لا يجب الخلط بين مصطلحات تاريخ الظهور، تاريخ النشر، تاريخ الوضع بالديوان وتاريخ التسليم للديوان خلال مدة مطوّلة أو غير معروفة يدفع فيها الزّبون مقابل الكتب التي تمّ بيعها عند موعد الاستحقاق المجدّد بالاتفاق.

الإيداع القانوني: هو حين يقوم الناشر بالتسليم الإجمالي للدولة لعدد معيّن من النسخ عن كلّ نشر لصالح الإصدارات الوطنية ويسمح الإيداع القانوني بجمع كل الإصدارات، والحفاظ عليها ووضعها رهن إشارة الجمهور.

ناشر الكتب: هو شخص طبيعي أو معنوي يمارس الوظائف المرتبطة بنشر الكتب.

وهو يمثل ناشراً واحداً أو عدّة ناشرين على مستوى المكتبات أو في أي مكان مخصّص لبيع الكتب وكذلك على مستوى وسائل الإعلام، و المؤسسات التعليمية والمكتبات.

و تتمّ عمليّة النشر عن طريق الناشر أو الناشر - الموزّع حتّى ولو تمّت من طرف بعض الناشرين.

الناشر - موزّع الكتب: شخص طبيعي أو معنوي يضمن وظائف تتعلق بنشر وتوزيع الكتب، وقد يستفيد من الحقوق الحصريّة في التوزيع ويدعى ناشر - موزّع حصري للكتب، والناشرون الذين تتمّ نشر أعمالهم يدعون الناشرين - الموزعين.

الناشر الحصري للكتب: شخص طبيعي أو معنوي الذي له وحده الصلاحية لنشر كتب، فهو ناشر حسب الحقوق الحصرية المطبقة. يمكن تطبيق الحقوق الحصرية على إقليم معين، لفترة معينة لبعض الزبائن أو لكمية معينة من النسخ.

الناشر - الموزع الحصري للكتب: شخص طبيعي معنوي يضمن وظائف إذاعة وتوزيع الكتب، حيث قد يستفيد من حقوق حصرية ويدعى إذن ناشر - موزع حصري للكتب، الناشر الذين يتم نشر أعمالهم هم يدعون ناشرين يتم النشر والتوزيع لصالحهم.

نشر الكتب: جميع الأنشطة المتصلة بترقية وتعزيز وتسويق الكتب وتحتوي نشر الكتب و التتقيب عن الزبائن لتمثيل الناشرين، والتقرب من وسائل الإعلام لترويج المبيعات، الإشهار، تحديد التخفيضات الممنوحة للزبائن وكذلك الطلبية وإعادة سعر البيع المتشاور عليه بالنسبة للكتب المستوردة.

يتم النشر من طرف الناشر أو الناشر - الموزع أو بعض الناشرين، ويمكن أن يتم النشر بواسطة حقوق حصرية ولذا يسمى التوزيع الحصري للكتب.

النشر الحصري للكتب: توزيع الكتب يخضع لحقوق حصرية، يقوم فيها الموزع بتوزيع الكتاب فوراً - المصطلحات للظهور، متوفر، إعادة طبع، نفذ، غير متوفر، غير موجود، ليس من الأسس تستعمل كل تلك المصطلحات لتحديد وضع الكتاب عند الموزع.

موزع الكتب: شخص طبيعي أو معنوي يمارس وظائف توزيع الكتب يقوم الموزع بجلب الكتب للمكتبات ولأي مكان بيع يوفر الكتب وقد يستفيد الموزع من حقوق حصرية، ويدعى إذن موزعاً حصرياً للكتب الناشر الذين يوزعون لصالحهم يدعون أشخاص تم التوزيع لهم.

التوزيع الحصري للكتب: هو توزيع للكتب مستفيد من حقوق حصرية.

الحقوق الحصرية: وهي حقوق يتم التفاوض بشأنها فيما بين ناشر ومذيع، أو مذيع وموزع، حقوق تقرر بان للمذيع وحدة أو الموزع الحق في إذاعة أو توزيع الكتب التي تم التفاوض بالحقوق الحصرية التي تخصها.

الاستحقاق: هو اللحظة التي ينقضي فيه الأجل المتفق عليه أو المقرر وتطبق الاستحقاقات في ميدان الكتاب على حقوق الرجوع ودفع الفواتير.

الناشر: شخص يضمن نشر الكتب، باستعمال الدعامات الحقيقية، الالكترونية أو الافتراضية بالإضافة للأعمال المطبوعة، يمكن كذلك نشر برامج معلوماتية أو شبه كتب كالخرائط الجغرافية أو وثائق سمعية بصرية، مصطلح ناشر هو مرادف لمصطلحات دار نشر بصفتها شخص معنوي والشكل الأنثوي "الناشرة" يعني الشخص الطبيعي.

النشر: مجموع عمليات النسخ المطبوعة حسب نفس التشكيل الخطي المطبوع أو من نفس النسخة إلا مصطلح النشر يعني عمل النشر لا يجب الخلط بين مصطلحات النشر والسحب النشر مشكل من عدة عمليات سحب متوالية، بينما يكون السحب مشكل من عدة نسخ مطبوعة في نفس الوقت.

نسخ الجرائد: نسخة من طبع تسلّم مجاناً من طرف ناشر أو مذياع لصالح الصحفي ناو ممثلين متعددين لوسائل الإعلام، حتى يسمح بالإشهار والتّقد.

نسخة مجانية: تسلّم نسخة من نشر مجانياً من طرف ناشر أو مذياع لكل شخص طبيعي أو معنوي قد يسهل البيع.

يمكن إرسال نسخة مجانياً لصاحب مكتبة أو مكتبة أو المؤسسة التعليمية.

الفاتورة: وثيقة تثبتية يقوم البائع بإعدادها والتي تحدّد كمية، طبيعية وقيمة البضائع المباعة أو الخدمات المقّمة وكذلك التخفيضات الممنوحة وشروط الدفع يجب أن يدفع مقابل الفاتورة بالاستحقاق المحدّد، فالفاتورة الافتراضية تقبل دفع المقابل بشلنها قبل تسليم البضائع أو أداء الخدمات

مال المكتبة: وهو مجموعة الكتب الموجودة بالمكتبة.

يقصد بمال المكتبة مختلف المفاهيم التي تستعمل في إطار معيّن، قد تكون المال هذا مجموعة تجارية (مال المكتبة) مجموعة وثائقية أو مجموعة افتتاحية (مال النشر).

مال النشر: مجموعة عمليات النشر المتعدّدة، ويقوم الناشر بتقسيم أموال النشر إلى مجموعات مشكلة تجمّعات للإصدارات حتى عنوان سلسلة تكون متشابهة، بهدف تنظيم مال للنشر.

تسيير الجناح: مصلحة يوفرها الناشر لزبون الشبكة الخاصة نشر هام، بحيث يقتصر أساسيا على تسيير العرض وتمويل مكان البيع عبر المكتبة، وتختلف الظروف التجارية المطبقة على تسيير الجناح من ناشر لآخر ويمكن ترك الكتب بالمستودع أو كوديعة، أو تكون موضوع صفقة مزودة بفاتورة وقرض.

السلم الرسمي: وثيقة يستعملها ممثل أو زبون لتحديد، باتفاق مشترك نوعية وكمية الكتب التي سترسل رسميا لتلبية حاجيات الزبون، السلم هذا يسمح بترتيب الكتب التي ستظهر بالسوق حسب أصناف ندعوها نخاريب.

الكتب غير المباعية: وهي مجموعة الكتب التي لم يتم بيعها من ضمن نشر، يقصد ببعض أنماط التسويق، السلم الرسمي أو الإنشاء إمكانية إرجاع الكتب غير المباعية.

صاحب المكتبة: شخص متخصص في بيع الكتب للجمهور وفي الممارسة يعتبر صاحب المكتبة كل مسير أو مسئول عن مكتبة، ومسئولي الأجنحة كل شخص يقتصر عمله على تقديم الكتب للجمهور.

المكتبة: هي مؤسسة متخصصة في بيع الكتب للجمهور وهناك مكتبات ذات أموال توفر نوعية كبيرة من الكتب، وأخرى تسوق إصدارات جديدة أو كتب مكتبية ناجحة، وهناك أيضا كمكتبات عامة تعرض كتباً متنوعة، ومكتبات متخصصة بعرض كتباً ذات هدف معين أو موضوع محدد.

الكتاب: مجموعة من الأوراق المطبوعة التي تم تثبيتها وضبطها مزودة بغلاف وهي دعامة لمؤلف ويجب أن يتضمن الكتاب من الناحية القانونية عددا معينا من الصفحات حتى يمكن اعتباره كتابا، ويجب أن ينشر بصفة غير دورية، ولا يجب أن يصدر كتابا ضمن سلسلة حتى يمكنه الاستفادة من رقم دولي موحد للكتاب (BBN) ويمكنه كذلك بالإضافة لذلك أن يمنح رقما دوليا للمطبوعات المتسلسلة (ISSN)، غير أن الكتاب الذي يدخل ضمن المطبوعات المتسلسلة يمكنه الاستفادة من نظام ISN و ISSN وتعريف الكتاب حسب شكله الحقيقي يفترض فيه مسبقا أن يكون مطبوعا على دعامة حقيقية، وفي حالة إذا نشر كتاب على دعامة إلكترونية أو افتراضية، سنستعمل إذن مصطلح الكتاب الإلكتروني، الكتاب المضبور، أو الكتاب المجلد أو الكتاب الأساسي.

دار النشر: شخص معنوي يضمن نشرًا للكتب.

النقص: يقال عن كتاب غير متوفّر مؤقتًا عند موزّع بسبب انقطاع المخزون، ذلك لتحديد وضع الكتاب عند أي موزّع.

بيان حق المؤلف: وهذا البيان يسمح بالإعلام حول وجود حقّ لمؤلف بغرض حماية مؤلف من أي استغلال غير قانوني.

ويجب وضع هذا البيان بصفة مرئية عند كل عملية إعادة طبع لمؤلف وفي حالة الكتب يوضع بيان حق المؤلف تظهر في صفحة العنوان المرفقة بعبارة كلّ الحقوق محفوظة.

الوضع بالديوان: إجراء يتعلّق بوضع كتاب في البيع عن طريق أسلوب الديوان، وهو إجراء يتكوّن من عدّة مراحل من بينها إرسال الكتب للزبائن.

الوضع بالبيع: حين يقوم البائع بتوفير الكتاب.

المشار إليه: يقال ذلك عن كتاب الذي أحلّ إرساله للسوق بسبب عدم توفّره لحظة تلقّي طلبية الزبون.

إصدار جديد: كتاب عرض للبيع لأول مرة وعلى الشكل الحالي.

ولا يجب الخلط بين مصطلحات إصدار جديد وظهور، حيث يعني مصطلح ظهور كلّ كتاب يظهر حيث أن الكتب التي لم يسبق ظهورها أو التي تمّ إعادة نشرها تعتبر إصدارات جديدة و نعرفها كذلك بمصطلح ظهور جديد.

مذكرة قرض: تعطى مذكرة قرض صادرة عن الموزّع الحقّ في المبادلة في الردّ.

غير متوفّرة: يقال عن كتاب الذي كان من المفروض توفّره لدى الموزّع والذي لا يمكن بيعه بسبب انقطاع المخزون أو لأسباب أخرى متعدّدة وعدم توفّره قد يكون راجعاً لمنع أو توقّف في التسويق.

الوكالة: كتاب أو مجموعة من الكتب يتم بيعها عن طريق نظام الديوان قد يحتوي الديوان على إصدارات جديدة أو أي ظهور آخر، ويتمّ اعتماد نمط معيّن لتسويق الإصدارات الجديدة التي ترسل بصفة دورية، حسب أصناف وكميات محدّدة مسبقاً.

الإشهار بمكان البيع: مجموع الوسائل الإشهارية المشغلة التي من شأنها تقديم المنتجات على أحسن وجه بداخل مكان البيع تتم عملية الإشهار بداخل مكان البيع وتعرض مجاناً من طرف الناشر، المذيع أو مرقّي لحدث.

التنويه المسبق: هو التعديل المنتظم لديوان بفضل تسليم كميات مختلفة عن تلك المقررة بنخاريب سلم الديوان. ويكون لهذه العملية أثراً على الكميات المسلمة حسب إمكانيات بيع الكتب، بدون تغيير نخاريب سلم الديوان.

الترقية: يمكن في ديوان الكتاب، أن يجري الناشر المذيع، صاحب مكتبة أو مرقّي لأي ظاهرة أن يقوم بأية عملية ترقية، التي قد تطّـق على كتاب، سلسلة ناشر، مؤلف أو أي ظاهرة أدبية موضوعاتية أو فصلية. وقد تحتوي على حصص إهداء دعامة إعلامية، عتاد للترقية، إشهار لمكان البيع أو شروط تجارية معينة (تخفيضات، آجال دفع إضافية، حقوق الرد، دفع قيمة تكاليف الشحن الخ...).

النشر: وثيقة يتم إصدارها على عدة نسخ موجهة علنيا للجمهور. يمكن انجاز نشر على دعامات حقيقية، الكترونية أو افتراضية.

يمكن إبرام عملية نشر فيما بين ناشر وزبون على أن يتحمّل كلّ واحد منهما جزراً من التكاليف.

التخفيض: تنقيص بالنسبة المئوية، محسوبة على أساس سعر البيع لمال أو خدمة لتحديد سعر بيعهم الصافي الذي يوافق عليه البائع للزبون.

فمصطلح تخفيض على الكمية يحدّد بالخصوص تخفيضاً ممنوح للزبون نظراً للكمية المعتبرة من المواد التي تمّ شرائها.

شبكة الإيداع الواسعة: وهي شبكة تجارية تضمّ كلّ الزبائن الذين يكون بيع الكتب بالنسبة لهم شيئاً ثانوياً والذين تقدّم لهم خدمات وشروط بيع مختلفة عن تلك المقّمة لزبائن شبكة أصحاب المكتبات أو أي مؤسسة أخرى تقوم ببيع الكتب.

الممثل التجاري: تكون مهام الممثل التجاري لناشر أو مذيع للكتب تقديم إصدارات جديدة، إعداد سلاسل الديوان بالتعاون مع الزبائن، أخذ طلبات الكتب المسجّلة سابقاً، إتمام التنقيط، اقتراح

عمليات الترقية للزبائن، تنظيم حصص للإهداء، وينشط كوسيلة بين الزبائن والناشر أو المذيع الذي يمثله.

التسليم للديوان: البيع المتجدد للكتاب عن طريق الديوان لا يقوم الديوان بإرسال الكتاب الذي استفاد من تخفيض بالديوان إلا بعد التسجيل المسبق.

شبكة الإيداع الواسعة: هي شبكة تجمع كل الزبائن الذين يكون بيع الكتب بالنسبة لهم شيئاً ثانوياً والذين عليهم خدمات وشروط بيع مختلف عن تلك التي يستفيد منها الزبائن على مستوى المكتبات. وتقوم شبكة واسعة بالتوزيع على مستوى الصيدليات، تجارة التبغ، الدكاكين، البساتين، المساحات الكبرى وكل مؤسسة أخرى تقوم ببيع الكتب.

الإرجاع: بإمكان الزبون إرجاع كتب لم تباع إلى الموزع، ويلتزم هذا الأخير بأن يسلم له مذكرة قرض في الآجال الممنوحة أو بعد الحصول على إذن خاص والحال هنا يتعلق بالكتب الرديئة أو الكتب المودعة أو الموجودة بمكان مخصص لها أو بالديوان أو سجل عمليات ترقية. والمصطلحات الفرنسية، إرجاع، إرجاع على عمليات الشراء (أو إرجاع على شراء) المسترجع على عمليات شراء، وإرجاع البضاعة وكذلك المصطلحات الانجليزية RETRRN و PORCHASE RETURN تستعمل غالبا في الجمع.

مصلحة الإرسال: وظيفة هذه المصلحة تتمثل في نقل البضائع باتجاه المرسل إليه الذي قّم طلبية مسبقة بشأنها. مع تحلّي المسؤولية فيما يخص مختلف المراحل السابقة للإرسال، لاسيما مراقبة البضائع الموجهة للإرسال، تعبئتها، ومحتوى الطرود.

نجاحات المكتبات: كتاب تم بيع عدة نسخ منه والنجاح بالمكتبة يكون حتما كتاب ذو طباعة كبيرة والعكس ليس صحيحا.

وضع الكتاب: هو وضع توفر كتاب ببيعه الموزع.

البيع بالمراسلة: هو أسلوب بيع تتم فيه كل العمليات عن بعد انطلاقا من الإشهار المباشر وتتم عمليات العرض فيه بواسطة الجداول: القسائم أو الإشهار البريدي (على دعائم حقيقية، الكترونية وافترضية) وتقدم الطلبات هاتفيا، بريديا أو عن طريق الانترنت. وتسليم البضائع يتم عموما عن طريق البريد أو الخطابات.

الفصل الأول

يصرّح الفيلسوف "لوك فيري" بأن: "خصوصية الإنسان تتمثل في الثقافة، كقدرة على الانفصال عن العالم الطبيعي للغريزة التي تحكم حياة البهائم: والكتابة هي أكثر من أي شكل ثقافي آخر، الملك الممنّى لهذه الخصوصية".

كيف يمكن أخذ الكتاب بدون أن نلقي عليه نظرة اقتصادية: فهو ملك ثقافي مشترك، ودعامة فكرية ويظلّ الكتاب وسيلة في تناول الإنسان. ويظل دوره مؤثراً بفضل تطوّر المجتمع الإنساني وظهور التكنولوجيات الجديدة.

1- وضعية النشر بالجزائر

1-1- مرحلة الاستعمار واللاحقة للاستعمار:

بقيت الجزائر خلال أكثر من خمسة قرون خاضعة لسيطرة أجنبية مزدوجة "عثمانية وفرنسية" مما يفسّر لنا غياب الكتاب خلال الفترة الاستعمارية. ولم يتم العثور على إحصائيات كاملة للإنتاج الوطني في هذه الفترة.

ولقد اختلف كل أثر للثقافة الجزائرية مع الاستعمار الفرنسي لهذا قال أ - بن شيخ ما يلي: "لتغيير الشعوب البدائية لمستعمراتنا، وحتّى يصبحوا مخلصين لقضيتنا ونافعين لأعمالنا... فإنّ أضمن وسيلة هي التأثير على الساكن الأصلي منذ طفولته وتعويدته على عاداتنا و التأثير بعاداتنا الفكرية والمعنوية خلال سنين عديدة وبصفة دائمة ومنتظمة ومتوالية. وباختصار علينا أن نفتح له مدارسنا حتى يكون فكره وفق نوايانا".

و في ميدان التعليم، كان يحرص على أن لا يصل إلى التعليم سوى القلة القليلة من الجزائريين.

وسياخذ المستعمر على عاتقه في الميدان الثقافي مجموعة من التدابير المطابقة للسكان الذين تقرّر تكوينهم على أن يُزودوا بالكتب الصادرة بفرنسا باللغة الفرنسية ويتمّ استيرادها على أن يتمّ تحديد المطبعة المحلية.

وكانت السياسة الاستعمارية تهدف إلى تجنّب إنشاء هيكل تحريري والحفاظ على المطبعة في حدود مجالها تحسبا للتقليص من نموّ محتمل للهيكل الافتتاحي على أن توكل لها مهمة ترقية صناعة الكتاب بفرنسا مع الحدّ ومنع الإنتاج المحلي.

للتاريخ: لقد قام الجنرال "كلوزيل" بتدمير كل المكتبات الجزائرية، ويعني ذلك تحطم المجموعة الثقافية الجزائرية الممثلة في المؤسسات المدرسية والدينية.

ولقد اعترف في 1849 "بأشيت" كصاحب براءة اختراع الطبع والمكتبة بالعاصمة.

بفعل ذلك كان العمل الاستعماري يقتصر على ملء السوق بالمجلات والجرائد والكتب التي لم يكن يستفيد منها سوى الأوروبيون قصد محاربة الأمية بالوسط الجزائري.

وهدفنا من ذكر هذا المقطع هو رسم نظرة شاملة للنشر الجزائري. بعد نبذة تاريخية مختصرة وتفسير العمل وعلاقات كل واحدة من النشاطات (الناشر، المؤلف، الموزع والمذيع، وصاحب المكتبة) ما نسميه سلسلة الكتاب ويذكر كذلك بالمعطيات الثقافية العامة والمشاكل الحالية للنشر والتوزيع والتعريف الذي اقترحه في 1977 النقابة الوطنية للنشر بقسيمة الكتاب، منتج ليس كباقي المنتوجات، يبقى اليوم صحيحا "ف النشر هو قبل كلّ شيء اتخاذ القرار بالنشر ثم منح الكتاب الشكل الحقيقي، ثم القيام بنشره".

جدول 1 - تمركز النشر بفرنسا بأرقام الأعمال في 1980، 1990، 1998،

(بالنسبة المئوية لعدد دور النشر ورقم الأعمال الإجمالي)

1980	1980	1990	1990	1998	1998	1998	1998
رقم الأعمال بملايين الفرنكات	الدور	رقم الأعمال	الدور	رقم الأعمال	الدور	رقم الأعمال	الدور
>100	3.6	46.7	6.1	63.2	8.6	72.2	
100 إلى 50	2.5	11.7	6.8	15.5	6.1	10.2	
50 إلى 20	9.0	20.1	10.7	10.7	14.0	10.7	
20 إلى 10	10.1	9.4	11.4	5.1	8.9	2.9	
10 إلى 5	12.9	5.8					
5 إلى 2	19.4	4.1	44.4	5.2	39.5	3.8	
2 إلى 1	12.2	1.01					
0.5 إلى 1	182	0.9	20.6	0.3	22.9	0.2	
0.5 >	12.3	0.2					

المصدر: SNE تحقيق حول الفرع

جدول 2 - تمركز النشر بفرنسا حسب عدد العناوين المنتجة في 1968، 1971، 1980،

1990، 1998

(حسب النسبة المئوية لعدد دور النشر والعدد الإجمالي للعناوين)

عدد العناوين	1968	العناوين	1971	العناوين	1980	العناوين	1990	العناوين	1998	العناوين
الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور	الدور
> 200	6.6	51.6	6.4	49.8	7.0	55.5	11.5	70.9	16.2	82.1
150 إلى 199	1.1	3.9	2.9	9.0	3.4	8.4	3.3	5.9	2.9	3.0
100 إلى 149	5.7	12.8	4.3	9.0	5.2	9.0	5.6	6.8	3.5	2.9
50 إلى 99	8.3	11.1	11.7	14.4	11.2	11.5	11.0	7.5	12.4	5.4
200 إلى 49	12.7	13.5	19.5	10.6	21.9	9.6	19.1	5.9	23.2	4.6
10 إلى 19	14.9	4.0	17.1	4.2	20.1	4.0	12.2	1.7	14.9	1.3
1 إلى 9	41.7	3.1	3.1	3.0	31.3	2.0	37.2	1.4	26.8	0.7

المصدر: SNE، تحقيق حول فرع

جدول 3 - هيكل سعر الكتاب

(بالنسبة المئوية للسعر العمومي بدون رسوم)

المثال	الحدّ	
8.5	18 - 0	حقوق المؤلفين
مدمجة للمساهمة في تكاليف الهيكل والفائدة	12 - 6	تكاليف افتتاحيات الإنشاء
16.5	20 - 10	تكاليف الصنع
5	10 - 5	تكاليف افتتاحيات الترقية
15 (بما فيها تكاليف افتتاحيات الإنشاء)	-	المساهمة في تكاليف الهياكل وفائدة الناشر
7	7 + 4	الناشر

الموزّع	15 - 8	11
تخفيض لتاجر التجزئة	24 - 20	37

جدول 4- إنتاج العناوين (روايات، قصص، حكايات) أنتجها مؤلفون فرنسيون ومنشورة في

الجزائر من 1896 إلى 1927

السنوات	عدد العناوين	السنة	عدد العناوين
1896	2	1912	-
1897	-	1913	-
1898	1	1914	1
1899	1	1915	-
1900	1	1916	-
1901	3	1917	2
1902	1	1918	-
1903	-	1919	-
1904	1	1920	2
1905	4	1921	1
1906	4	1922	1
1907	-	1923	2
1908	-	1924	-
1909	4	1925	1
1910	-	1926	2
1911	-	1927	1

الجدول 5- إنتاج العناوين (روايات، قصص، حكايات) أنتجها مؤلفون فرنسيون ومنشورة في الجزائر من 1928 إلى 1959¹

السنوات	عدد العناوين	السنة	عدد العناوين
1928	1	1944	4
1929	2	1945	5
1930	3	1946	9
1931	3	1947	2
1932	2	1948	3
1933	5	1949	4
1934	6	1950	2
1935	1	1951	2
1936	6	1952	1
1937	4	1953	-
1938	7	1954	-
1939	1	1955	-
1940	1	1956	3
1941	3	1957	3
1942	3	1958	3
1943	1	1959	3

1-1-1 - النشر عقب الاستقلال:

لقد ورثت الجزائر عقب الاستقلال وفي كل قطاعات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وحتى السياسية منها أسوأ الحالات، ورثت كذلك في قطاع النشر حالة كارثية.

فور إنشاء أول حكومة بالجزائر في سبتمبر 1962؛ تم وضع مخطط تنظيمي لصالح الكتاب تمثل فيما يلي :

- إنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.

¹(ترار أ - صفحة 94)

- إلغاء الرسوم حول استيراد الكتاب.
 - تخفيض المؤلفين للضريبة حول الحقوق التي يجنونها.
 - اعتماد قانون حول حقوق المؤلفين.
- لقد سجل ضعف في الإنتاج الوطني للكتاب، بدءاً بإنشاء التوزيع، لقد سجلت الدولة نقائص بهذا القطاع واقتُرحت حلولاً لها. فالجزائر تعيش مرحلة الجرد والتقييم في كل قطاعات النشاط خصوصاً النشاط الثقافي².
- و تم انجاز عدة أعمال لرصد النقائص والعراقيل التي تعيق الإنتاج الفكري الوطني، كالنقاش الوطني التحقيق الاستجابات.
- حاول رجال الثقافة في تدخلاتهم تحليل الوضعية وفهم الأسباب المؤدية لهذا الخلل نذكر منها :
- المبادئ الصادرة عن إدارة البلد منذ ميثاق طرابلس.
 - الإمكانات والجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية.
 - الوضعية الفعلية للكتاب والمكتبات.
- قرر برنامج طرابلس في 1960، قبل الاستقلال تطبيق سياسة ثقافية جزائرية: "ضرورة وضع فكر سياسي واجتماعي مستتب من المبادئ ومحصنة ضد العادات والعقليات البالية، مما استدعى وضع رؤية ثقافية جديدة لتكون الثقافة الجزائرية وطنية، ثورية، علمية" برنامج طرابلس (ميثاق طرابلس 19).
- بالمقابل تم تدعيم برنامج طرابلس بمجموعة برامج أخرى، وستؤتي بمجموعة من النصوص إلى ميلاد الثورة الثقافية.
- فمنذ سنة 1965، سيرتكز التوجه العام للسياسة الثقافية على أربعة مهام أساسية:
- ترقية الكتاب والنشر الثقافي.

BID² .. ص 95

(ميثاق طرابلس، 1960 حي مزونية أ – ثقافة وتعليم بالجزائر والمغرب العربي – باريس MASGREW – 1969 – ص 149).

- إعطاء الأولوية للسمعي البصري عن طريق ثلاثة (03) نشاطات التربية، الثقافة والإعلام.
- الديمقراطية واللامركزية لنشر الثقافة وتشجيع الإبداع.
- تنمية إنتاج الكتاب والثقافة العامة لتلبية حاجيات التكوين، ونشر الثقافة عند الطلبة والعمال كرجال ثقافة³.

ففي سنة 1966، أعلنت الحكومة الجزائرية إنشاء المؤسسة الوطنية للنشر والإذاعة؛ وغلق مؤسسة (HACHETTE) أشيت.

في البداية كان على هذه المؤسسة الوطنية الجزائرية أن تأخذ على عاتقها مهمة توزيع المنتج الوطني وما يستورد من الخارج، وكذلك إنشاء صناعة للكتاب تُلبي تطلّعات الشعب الجزائري بناء على توصيات ميثاق طرابلس.

بعد الاستقلال بقي النشر هو النقطة الأضعف رغم الجهود المبذولة في السياسة الثقافية، مع تباين واضح بين ما يلقى وما يطبّق فيما يخص النشر، وترقية النشر وتوزيع الكتاب.

باستطاعتنا تحسين فعالية كلّ مهنة مع وضع قوانين لها تحمي صناعة الكتاب وكذلك الأساليب والممارسات المهنية؛ وعلى ضوء كل ذلك حاولنا الرد على التساؤلات التالية:

- 1- هل سمح اختفاء المؤسسات العمومية للناشرين الخواص بالتطوّر؟ .
- 2- هل استطاع نشر القطاع الخاص من حل مشكلة النشر بالجزائر؟ .
- 3- وقوع خلل بشبكة التوزيع.
- 4- إيجاد سياسة حقيقية بنشر الكتاب تكون في خدمة التنمية الثقافية للبلاد.

قامت شركة SNED بنشر 175 عنوانا من سنة 1966 إلى سنة 1975 " نصفها باللغة العربية أي ما معدله 50 عنوانا سنويا وطبع تجاوز 200000 نسخة.

وللحفاظ على شعار "القراءة للجميع" كان يجب تطوير شبكات النشر وتوسيع شبكة البيع وتحديد أسعار تكون في متناول الجميع.

³(ميثاق طرابلس، 1960 حي مزونة أ – ثقافة وتعليم بالجزائر والمغرب العربي – باريس MASGREW 1969 – ص113 – IRID 10 ص 149.

و يجب التنويه إلى أن كلّ مؤسسات النشر بالجزائر كانت قبل الاستقلال بيد المجمع القوي أشيت HACHETTE ، والذي تمكّن من السيطرة على السوق الوطنية. وقبل إنشاء مؤسسة SNED في سنة 1966 والتي كانت مهمتها وضع حدّ لنشاطات التسويق والتوزيع الحصري لمجمع أشيت HACHETTE، حيث حاول بعض الناشرين الخواص أخذ هذا النشاط على عاتقهم كمؤسسات نشر مثل دار "دحلب" في 1962 "دراسة الكتاب" و "لافوميك" "دار النهضة" و "الثعالبية". و من ثمّ تم تأسيس القطاع الخاص من الناحية التشريعية والنشرية.

1-2-1-1 مرحلة 1966 - 1982:

في سنة 1966 استخلفت⁴ SNED حيث أوكلت لها مهمة أخذ قطاع النشر على عاتقها، فمند إنشائها سنة 1966 حتى إعادة هيكلتها في سنة 1983، لم يتجاوز الإنتاج المعدل السنوي خمسين (50) عنوانا بسبب نقص في الإمكانيات والوسائل المادية وليس المهنية وكان نشاطها الرئيسي موجّه أكثر نحو الاستيراد ممّا أثر سلبا على الأعمال التجارية للمؤسسة وكذلك بسبب الأزمة الاقتصادية في سنة 1986، ظهرت ابتداء من سنة 1970 هياكل جديدة من الناحية الافتتاحية من بينها ديوان المطبوعات الجامعية (OPU)⁵ الذي كانت مهمته تلبية حاجيات المتطلبات الأكاديمية الجامعية، ولكنّه لم ينجح مثل كان الحال مع SNED بسبب قلّة الإمكانيات وعدم التحكم في التقنيات الافتتاحية. فاقصر نشاطها على الاستيراد المكثف للعناوين الأجنبية، حيث قام هذا الديوان OPU باستيراد 2862 عنوانا أي على آلاف من النسخ.

الجدول 6 - العناوين التي أنتجها الديوان OPU 1990 - 2000⁶

220 عنوانا	1990 - 1991
182 عنوانا	1991 - 1992
139 عنوانا	1992 - 1993
74 عنوانا	1993 - 1994
160 عنوانا	1994 - 1995

⁴ SNED بمرسوم رقم 28/66 في 27 جوان 1966 (جريدة رسمية رقم 10).

⁵ OPU بمرسوم رقم 73/60 في 21 نوفمبر 1973 (ج.ر. رقم 87 في 1973/2/4) ص 1110

⁶ مصدر 22 ترتر، ص. 108.

121 عنوانا	1996 - 1995
28 عنوانا	1997 - 1996
21 عنوانا	1998 - 1997
123 عنوانا	1999 - 1998
72 عنوانا	2000 - 1999

1-1-2-2 مرحلة 1982 - 1988: دار النشر لافوميك LAPHOMICC

في عام 1982 تفت إعادة هيكلة المؤسسات العمومية، و تم تقسيم SNED إلى أربع (04) مؤسسات حسب مبدأ التخصص ويتعلق الأمر بـ:

- 1- المؤسسة الوطنية للكتاب (ENAL).⁷
- 2- المؤسسة الوطنية لتوزيع مطبوعات الصحافة (ENAMEP).⁸
- 3- المؤسسات الوطنية للفنون الخطية (ENAG).⁹
- 4- المؤسسات الوطنية للتموين بالمرافق الثقافية (ENAFEC).¹⁰

من العوائق المترتبة على توقيف دعم الكتاب أن تراجع نشاط بعض الناشرين كدار النشر لافوميك LAPHOMICC والتي كانت المؤسسة الوحيدة المهتمة بالأدب واستطاعت أن تطبع اثنا عشر (12) عنوانا بين سنتي 1985 - 1986؛ ولكنها لم تطبع أي عنوان في سنة 1987 ولقد برمج إغلاق نشاط المؤسسة هذه في سنة 1989¹¹ بسبب كل ذلك في أزمة الكتاب الداخلية والخارجية بسبب الصعوبات المذكورة أعلاه.

وحدثت أزمة في النشر من سنة 1980 إلى غاية سنة 1982 تبتعتها أزمة ثقافية في ميدان التعليم والتنظيم.

⁷ مرسوم رقم 300/83 في 1983/04/30 (ج.ر. رقم 18 في 1983/05/03 ص. 844).
⁸ مرسوم رقم 390/82 في 1982/11/27 (ج.ر. رقم 48 في 1982/11/03 ص. 1539).
⁹ مرسوم رقم 300/83 في 1983/04/30 (ج.ر. رقم 18 في 1983/05/03).
¹⁰ مرسوم رقم 300/83 في 1983/04/30 (ج.ر. رقم 18 في 1983/05/03).
¹¹ ترتر ص. 110.

وقامت منظمة اليونسكو UNESCO عقب مؤتمر الكتاب في لندن سنة 1982 بإعادة النظر في برامجها لصالح الدول النامية على الشكل التالي :

- مساعدة المؤلفين المدافعين عن القيم الوطنية.
- دعوة إلى تطوير المناهج و إعداد برامج الكتب المدرسية.
- تنمية وتطوير الهياكل القاعدية للتوزيع وفق بنيته التحتية.
- ترقية و تشجيع القراءة العمومية من خلال البرامج التلفزيونية.
- تدعيم وتعزيز الكتب.

إن مؤسسة SNED لا تملك الاحتكار في النشر، حيث أن هناك مؤسسات أخرى تختص في النشر كدار النشر "البعث" بقسنطينة وجمعية "الثعالبية" بالعاصمة و "دار المعارف" بهران في 1979، وكان هنالك حديث عن وجود 1422 نقطة بيع و 650 في 1978 وفي خلال اثنا عشر سنة من الممارسة ومن الوجود.

وتمكنت مؤسسة SNED إلى تكوين شبكة مكونة من 34 مكتبة منتشرة عبر الوطن بالإضافة إلى المستودعات المركزية التي تتبع بالجملة وتتوزع هذه المكتبات كما يلي:

24 مكتبة بالجزائر العاصمة الكبرى من ضمن 34 تابعة لـ SNED المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع وكذلك 200 نقطة بيع من ضمن 700 التابعة للقطاع الخاص.

جدول 7- شبكة المكتبات SNED

المدن	عدد المكتبات	المكتبات المتخصصة	المستودع
العاصمة	17	07	02
وهران	02	-	01
تيزي وزو	02	-	-
البلدية	02	-	-
قسنطينة	01	-	1
عنابة	-	-	-
بجاية	1	-	-

-	-	1	سطيف
-	-	1	باتنة
-	-	1	بسكرة
-	-	1	الجلفة
-	-	1	مسيلة
-	-	1	ورقلة
-	-	1	بشار
-	-	1	الاغواط

يبين هذا الجدول بأن 15 ولاية على 31 في ذلك العهد كانت مزودة بوكالات SNED.

الجدول 08 - مكتبات الجزائر الكبرى

عنوان	تعيين
شارع العربي بن مهيدي	المكتبة الطبية
شارع العربي بن مهيدي	مكتبة العالم الثالث
شارع العربي بن مهيدي	مكتبة الكتاب العربي
شارع ديدوش مراد	مكتبة الحقوق والعلوم القانونية
شارع ديدوش مراد	مركز الدراسات الإسلامية
شارع ديدوش مراد	مركز الصحافة الدولية
شارع ديدوش مراد	المكتبة العلمية التقنية

فيما يتعلق بالنشر فقد سبقت شركة SNED في نشر هيئة رسمية وهي النشر الوطني الجزائري التي أنشئت في عام 1964، وكانت قد نشرت عشر عناوين قبل أن تدمج بـ SNED.

1-1-2-3 مرحلة 1990 إلى المرحلة الراهنة:

ومنذ بداية التسعينات دخلت الجزائر في مسار الإصلاحات الشاملة، حيث تخلّى النظام السياسي عن عدة خيارات اشتراكية سابقة؛ و سمحت هذه الإصلاحات لأصحاب دور النشر الخواص بالاستقرار و كانت نتيجة النشر الجزائرية كارثية وكثيرا ما كانت دور النشر الخاصة

تشكو هي الأخرى من عدم التحكم في شبكة النشر والتوزيع نتيجة غياب الرقابة وجاء إنشاء اتحاد الناشرين الجزائريين في عام 1995 ليدعم قطاع النشر الخاص¹².

جدول 09 - إنتاج المؤسسة الوطنية للكتاب 1990 - 1996

114	1990 - 1991
110	1991 - 1992
116	1992 - 1993
96	1993 - 1994
31	1994 - 1995
11	1995 - 1996

بعد حل مؤسسة ENAL في 1997 استبدل نظام التوزيع بها بقدماء الموظفين لنفس المؤسسة (ENAL) على شكل شركة ذات مسؤولية محدودة (SARL)، فتحوّلت المؤسسة من مؤسسة عمومية لمؤسسة خاصة فكانت النواة لتوزيع فعّال بالجزائر.

و فيما يتعلق بالمعهد التربوي الوطني (ipn) فهو مؤسسة أنشأت في شهور قلائل من الاستقلال، و قد أصدرت 428 كتابا مدرسيا أنتجت في الفترة الممتدة من 1962 إلى 1980 أي 1872 عنوانا في مجموع طبعة بمؤسسة ipn و وزّعت عبر التراب الوطني.

أصدر معهد ipn و وزّع من 1975 إلى 1976 "5987.299 مجلّدا" للأطوار الثلاثة من التعليم وأنتجت و وزّعت كذلك لنفس الأطوار خلال 1980 - 1981 "14.948.000 مجلّدا".

ورغم كلّ تلك النتائج فإن الكتاب بقي يعاني من مشاكل محلية (إنقطاعات المخزون من الورق، نقص كبير في العمّال المتخصّصين والمؤهلين، خصوصا بالطباعة).

وفي سنة 1991 تم تقسيم ipn على هيكليين (02):

¹² ترار ص. 128.

1- أوجدهما مكلف بالبرمجة (ipn).

2- الآخر بالنشر والإذاعة (onps).

وأصبح ipn في 1996، المعهد الوطني للبحوث التربوية، حيث قام بإصدار 20.288.00 مجلداً على موزعة على 95 عنوانا وذلك في سنتين 2000 - 2001، ويقدر العدد الإجمالي للمجلدات الموزعة من طرف المعهد الوطني للبحث في التربية بـ 29802.685 موزعة على 165 عنوانا ويعتمد في التوزيع على 495 مكتبة¹³، والعدد الإجمالي الذي تم نشره في 2010 يقدر بـ 4426 عنوانا في كل الميادين، موزعة على 410 عنوانا باللغة العربية و 152 باللغة الأجنبية أي ما مجموعه 562 عنوانا.

و في سنة 2011 وفيما يخص الإنتاج الافتتاحي في كل الميادين لاحظنا بأنه تم تسجيل إنتاج 1382 عنوانا باللغة العربية، و 623 عنوانا باللغة الأجنبية، و بلغ مجموع 2002 عنوانا في 2011 لعدد إجمالي بلغ 4503 عنوانا بالنسبة لسنة 2012¹⁴.

جدول 10- إنتاج onps 1990 - 2001 - المعهد الوطني للبحث في التربية.

152	1990 - 1991
152	1991 - 1992
153	1992 - 1993
167	1993 - 1994
169	1994 - 1995
175	1995 - 1996
177	1996 - 1997
185	1997 - 1998
175	1998 - 1999
177	1999 - 2000
165	2000 - 2001

¹³ أبو عياد ص 63.

¹⁴ المصدر سجل الإيداع القانوني للمكتبة الوطنية.

عرف النشر في سنوات 1980 تغييرات مهمة على المستوى الشكلي وفي أنماط التنظيم التي وقعت بقطاع الكتاب.

النشر بالجزائر تذكير:

منذ استقلال الجزائر سنة 1962 إلى غاية سنة 1966 سنة التأميمات الأولى للمؤسسات الأجنبية، كان هنالك احتكار حصري للكتاب بيد "أشيت" (HACHETTE) الجزائر؛ باستثناء بعض دور النشر الخاصة كدار "البعث" (قسنطينة) و دار الكتاب ودار النشر "النهضة" بالعاصمة" في 1966 بفضل بعض قرارات التأميم للشركات الفرنسية تم تأميم "أشيت" (HACHETTE)؛ وحولت أموالها للشركة الوطنية للنشر والإيداع (SNED) التي أنشئت بأمر رقم 66 - 28 في 27 جانفي 1966، نفس السنة.

بقي الاحتكار لهذه الشركة بصفة حصرية تقريبا على قطاع النشر إلى غاية سنة 1983؛ ثم بدأت سياسة الانفتاح، فتم إعادة هيكلة مؤسسة SNED على غرار مؤسسات وشركات وطنية أخرى موزعة على أربع (04) كيانات من بينها، شركة وطنية للكتاب التي تعتبر نسخة من مؤسسة (SNED) التي واصلت الاحتكار على النشر والتوزيع.

تحتل السوق كذلك على شركات أخرى عمومية للنشر كـ "ليون المطبوعات الجامعية" (OPU) الذي يستورد وينشر كتباً متخصصة في جميع الميادين الجامعية، المؤسسة الوطنية للفنون الخطية (ENAG) مطبعة أصلاً؛ وكذلك المؤسسة الوطنية للصحافة (ENAPP) التابعة لحزب جبهة التحرير الوطني (ELN) التي نشرت عدداً ضخماً من الكتب والوكالة الوطنية للنشر والإشهار (ANEP) التي نشرت بعض العناوين قبل وقوع الأزمة الاقتصادية التي وقعت بالجزائر متسببة في أحداث أكتوبر 1988 حيث ستنتقل الجزائر من نظام الحزب الواحد إلى نظام التعددية مما سمح لعدد من الناشرين الخواص أن يحتلوا مكانهم بالسوق، الذي كان مقتصرًا على بعض دور النشر مثل دار النشر "بوشان عبد الرحمان" لدار النشر بوشان" (مقيم بفرنسا منذ 1999) والتي تم إنشاؤها في سنة 1985 و أحمد بونان الذي أسس دار النشر "لافوميك" (LAPHOMIC)، وهي دور نشر اختفت.

وضعية الميدان النشر بالجزائر: نظرة شاملة جديدة.

انتقلنا من نظام مهيكّل حول مؤسسات عمومية تقوم بوظيفة افتتاحية ونشر هامة (- OPU ENAP - ENAG - ENAL) إلى نظام غير منسجم يهيمن عليه النشر التابع للقطاع الخاص (أكثر من مئة منذ سنوات أَل 2000)، أضف إلى ذلك شبكة هامة من المستوردين للكتب المنشورة بأوروبا (خاصة بفرنسا) والشرق الأوسط (مصر و لبنان وبصفة رئيسية).

تختلف أهمية هذه المؤسسات حسب أماكن النشر (أغلبها موجود بالعاصمة، وحوالي عشرين بباقي المدن) سواء أكانوا معتمدون كأصحاب مطابع مثل : (القصة للنشر، نشر التل، دار الغرب، دار الهدى) أم لا؟ أو على شبكة نشر معينة أم مشتركة مثل (الشهاب القصة الخ...).

نلاحظ بأن سوق الكتاب الجزائري ومن ناحية الكمية يتشكّل من جهة من نشر المؤلفات الأدبية المستوردة (التي يغلب عليها الأدب الكلاسيكي) ومن جهة أخرى من إنتاج النشر المحلي، حيث أنّ هذا السوق يتميّز بعدم انسجامه على مستوى النشر، حيث أنّ أغلب الناشرين ينشرون إنتاجهم لعدد محدود من المكتبات الموجودة أغلبها بالمراكز العمرانية الكبرى.

والأسواق القليلة المخصّصة للكتاب لاسيما الصالون الدولي للكتاب بالعاصمة (SILA) تعتبر محطات لترويج الإنتاج الافتتاحي وتوسيع نشر الكتاب.

ظهرت موجات جديدة تتمثّل منذ نهاية سنوات 1990 في بروز النشر المزدوج بين (دور النشر برزخ - ودور نشر الفجر أو أعمال جنوب على سبيل المثال) أو إعادة نشر لإصدارات نشرت بفرنسا: دور نشر "المرسى" و "القصة" وخصوصا "صيديا" فرع "أشيت" (HACHETTE) التي قام وفي وقت وجيز بإعادة نشر مؤلفات كتاب جزائريين كمؤلفات آسية جبار، يسمينة خضرة، أنور بن مالك، نينا بوراوي، مما شكّل جسورا فيما بين فضاءات الإنتاج.

لقد صرح السيد أحمد ماضي رئيس نقابة ناشري الكتب "قطاع النشر يبدو أنّه تحسن في الجزائر" بفضل تدخل الدولة وبفضل التمويل الخارجي.

ويوجد حاليا بالجزائر أكثر من ثلاثة مئة (300) دار نشر. وهو مؤشر مشجع، فيما يخص التوزيع بينما بقيت آلاف الكتب دون أن تستغلّ.

والملفت للانتباه كذلك هو غياب مركز للكتاب بالبلاد، وغياب تشريعي لقوانين واضحة متعلّقة بالنشر والتوزيع.

الفصل الثاني

1-2 - العلاقة بين النشر والتوزيع

الكتاب: قطاع في قمة التحول

حتى يتم إنتاج كتاب ما وإيصاله للقارئ يجب تضافر جهود عدة جهات فاعلة يتدخلون ويشاركون في وقت واحد أو آخر من الأوقات؛ لأن جميع هذه الأطراف الفاعلة يشكلون ما يمكن أن نسميه نمطاً "لسلسلة الكتاب"، وسنقوم بتحديد تباعاً دور كل هؤلاء الفاعلين حتى نفهم طبيعة اقتصاد الكتاب.

الفاعلون المتعددون لسلسلة الكتاب

- تعريف سلسلة الكتاب: هو المسار الذي يعتمد في إنتاج الكتاب وتسويقه، في جانبه الاقتصادي. و تتبع سلسلة الكتاب مراحل معينة في مظهرها الخارجي بشكل متقن، حيث يتدخل بها تباعاً: المؤلف، الناشر، الطابع، المذيع الموزع ونقاط البيع.

مراحل إنتاج الكتاب: حيث يمر الكتاب بمراحل عدة:

المرحلة الأولى:

- 1- التخطيط واتخاذ القرار بدار النشر من النسخة المخطوطة يدويا إلى الكتاب المطبوع.
- 2- دار النشر والمطبعة، معالجة النص، المجسم والطباعة.
- 3- مكان معالجة التحرير.

المرحلة الثانية:

- 1- تشكيل الأوراق والصفحات، التصور الخطي (التصميم الجرافيكي)، المسؤولية التحريرية، المسؤولية الفنية.

المرحلة الثالثة:

- 1- الصناعة، النص المطبوع، والمربوط..

المرحلة الرابعة:

1- التخزين، التوزيع، وترويج الكتاب وبيعه .

بعد مراجعة النص ووضعه، يمر الكتاب للمرحلة الثانية المتمثلة في وضع الصفحات، المرحلة الثالثة هي الصنع، الطباعة، والعملية الأخيرة في هذه المرحلة هي التعبئة والتغليف، المرحلة الرابعة تتعلق بالتخزين، ثم التوزيع، فالترويج ثم البيع.

لن يصل الكتاب إلى القراء بدون نظام توزيع وبيع محكمين، فالتوزيع هو العملية الأكثر تعقيدا والتي تتطلب تسييرا متقنا وعمالا ذوو كفاءة عالية.

وتتشكل تكاليف التوزيع من التكاليف المتصلة بالمستخدمين، والمحلات والعنادر والنقل.

تطبق عدة صيغ لتكاليف الوحدة أثناء التوزيع: تكلفة كل كتاب، تكلفة كل طلبية، تكلفة كل إرسال، تختلف تكاليف التوزيع حسب الكتب الموزعة وفقا لصيغ مختلفة بالنسبة لعدد الكتب التي ستوزع. وتكلفة النقل الذي قد يختلف بصفة معتبرة وتعتبر مراقبة التكاليف هذه عنصرا جوهريا بالنسبة لكل عملية نشر.

و مهما كان حجم المؤسسة فمن الجدير بالذكر عدم الاستخفاف بالكفاءات الخاصة والقدرة المهنية التي يتطلبها كل عمل من الأعمال المتعددة فيما يخص عملية النشر وفقا للوسائل التكنولوجية المستعملة من طرف دور النشر.

خصوصيات الكتاب:

- الصنع، العرض، انتماؤه لأصناف.
- سعر الكتاب، وتوزيع التكاليف على مختلف الشركاء.
- الممونون، تعريف الوظائف: ناشرون، مذيعون، موزعون، وتجار الجملة.
- النظرة الشاملة ومختلف قنوات توزيع الكتاب.
- أنماط الشراء الخصوصية للكتاب: حساب مغلف دواوين، مستودعات، العمليات الترويجية.

أ- مسار الكتاب:

مؤلف ← ناشر ← مذيع ← موزع ← نقطة البيع

كل طرف لديه مهمة واضحة ومحددة، ويظل المؤلف هو المبدع الحقيقي للكتاب، ويتبعه دور المؤلف الذي يختار له كتاب المؤلف، أما المذيع يقتصر دوره في تسويق الكتاب، وقوته التجارية هي عملية بيع الكتاب على مستوى مختلف نقاط البيع. ويكون على الموزعين أن يقوموا بتلبية طلبات نقاط البيع. فعليه إذن أن يعتني بتخزين ونقل الكتب نحو الزبائن. و تعتبر نقطة البيع هي آخر حلقة في سلسلة الكتاب قبل أن يصل الكتاب للقارئ. و نقطة البيع هي الحلقة الأخيرة النشطة والتي لها لأصال مباشر بالقارئ، لن يكون المستهلك راضيا في حالة عدم قيام إحدى الحلقات السلسلة بدورها أحسن قيام.

2-2- مشكلة النشر

لقد عرف المحيط التحريري والقراءة عدة مشاكل تقنية مادية وبشرية تمثلت في نقص رؤوس الأموال.

غياب التكوين للناشطين بصناعة الكتاب و انعدام شبه كامل لشبكة التوزيع، ضعف القدرة الشرائية، وكذلك مشكل التوزيع مما يؤثر على شبكات التوزيع بالقطر الوطني.

أضف إلى ذلك النقص الملحوظ في الإحصائيات التي تبقى ناقصة في بعض جوانبها خصوصا فيما يتعلق بالنشر والتوزيع للكتاب والناشرين بالجزائر على أن يكون النشر مرتكزا على قاعدة مستمرة. ويشكو قطاع النشر كذلك من نقص معتبر في المعلومات الخاصة بالمعطيات والبيانات والإحصائيات المتعلقة بالتوزيع بصفة عامة وليس على سبيل الحصر والتي تم جمعها.

عقب العشرية السوداء وبمناسبة تنظيم بعض التظاهرات الثقافية في الجزائر، والتي سمحت بظهور ونشر وطبع ما يقارب 1260 عنوانا من الكتب بالجزائر خلال عام 2007، نلاحظ أن هذا الرقم لم يتم تسجيله في سنة واحدة منذ الاستقلال، وسمحت كذلك هذه التظاهرة من تنشيط المنافسة بين دور النشر.

ناشر / موزع / مبيع

محطات تاريخية

لا يجب أن نربط تاريخ النشر بتاريخ دور النشر التي تضمن نشر الأدب حيث أن النشر يسمح بإذاعة أنواع أخرى من الكتب والإصدارات من بينها الكتب المدرسية والدينية التي شكّلت منذ بداية الطباعة مصادر دخل مستقرة.

لاروس (LAROUSE) المختص في نشر الكتب المدرسية أنشأه بيار لاروس ليضمن لنفسه تأليف قاموس ولقد قلّده في ذلك شركات مثل "أشيت" (HACHETTE) و قارني (GARNIER) التي حاولت تلبية حاجيات المتدرسين والطلبة¹⁵.

فإنتاج المطبوع الذي يزداد شيئاً فشيئاً أصبح يتطلب استعمال وسائل جديدة حتّى يكون مشهوراً.

منذ القرن 18، قام أصحاب المكتبات بإعلام زبائنهم حول المؤلفات المشهورة المنشورة، فكتاب صاحب المكتبة والهاوي في جمع الكتب بروني (BRUNET) قام بنشر سلسلة من المحاولات السابقة في الميدان الفلسفي (النشر الخامس في 1860 – 1865).

ويعرف النشر الفرنسي منذ سنوات 1970 كثافة كبيرة، وأصبحت مجموعتان منذ 1990 تسيطر على ميدان النشر ألا وهي "أشيت" (HACHETTE) والحي (la cité)؛ ثم في 1997 بعض الدور النشر الهامة: GALLINARD – ALHIN MICHEL – FLAMMARION – LE SEUIL وكذلك دار مختصة أخرى (LATIER)¹⁶.

دور هامة تتوفر على فهرسة ثريّة لتوفر شبكة توزيع قويّة اقتصادية، وذلك كان اختيار دار النشر GALLIMARD في بداية سنوات 1970 التي قررت أن تلغي عقد التوزيع المبرم مع HACHELLE حيث تمكّنت بعدها GALLIMARD من إنشاء هيكلها الخاص بها في توزيع 1972 بفضل إنشاء شركة SODIS 2.

الناشطون في مهنة الكتاب

¹⁵ جان برانسوا جلمون – مقدمة لتاريخ الكتاب: من المکتوب يدويا إلى عهد الإلكترونيك. باريس دار النشر دوسيفال DU CEFAL. ص 109.

¹⁶ IBIA ص 109.

سلسلة الكتاب

لم تظهر مهن صاحب المكتبة والناشر إلا باختراع الطباعة التي جعلت من الكتاب منتوجا صناعيا، يتطلب توفر هياكل للإنتاج والتسويق.

كيف يكون مسار الكتاب عند مغادرته لدار النشر ليجد نفسه بجناح البيع؟

وهي رحلة ليست ببسيطة مطلقا وحتى يمكن صنع كتاب يصل إلى القراء يجب تضافر جهود مجموعة من النشطين الذين يتدخلون في لحظة أو أخرى وهم يشكلون سلسلة الكتاب.

وحتى نفهم هيكل هذه السلسلة أو اقتصاد الكتاب هذا سنعرف تباعا دور كل هؤلاء النشطين.

1- النشر

ما معنى النشر؟ "النشر هو الطباعة عندما يتعلق الأمر بالكتاب" وإذا احتفظنا وبطريقة أكثر مهنية، صيغة لجنة تنظيم الصناعات فنون وتجارة الكتاب (1943): "يقوم بفعل النشر من قام بطباعة وبيع كتبه أو كتب الغير وتحت مسؤولية على أن يقوم بطباعتهم ويكلف غيره بعملية الطباعة، مع إعادة إنتاجهم أو تكليف غير ذلك، حسب كافة الأشكال المناسبة على أن يقوم بإيداعها"¹⁷.

الكتاب ليس إلا دعامة كغيرها في سلسلة النشر التي ما فتئت تتطور، منتقلة من الورق إلى الفيديو دسك إلى DVD.

لقد أعطى تعريف آخر من طرف مجموعة أعضاء للنقابة الوطنية للنشر ثلاثين سنة من بعد في 1971: "النشر يتضمن كل عمليات الطباعة مهما كانت طبيعتها منجزة أو مذاعة للجمهور مهما كان شكلها ومهما كانت دعامتها، إعادة إنتاجها أو تمثيلها"¹⁸.

بين المخطط السادس في نفس السنة (1971) بان النشر هو "منتوج فكري وتجسيد أو توزيع ذلك ليس إلا نشاطات لاحقة التي تتم معالجتها من الباطن".

النشر هو جعل الاتصال ممكنا بين مرسل ومرسل إليه، عن طريق دعامة دائمة.

¹⁷ جان ماري بوفيسست - ممارسات ومهن النشر - باريس النشر لدائرة المكتبة، 1991 - ص11. يتراند لوجند - رهانات التوزيع - باريس، BBFT 49 ، رقم 2004 - 3.

¹⁸ يتراند لوجند - باريس، BBFT 49 ، رقم 2004 - 3.

2- موزع / مبيع

يضمن الإيذاع والتوزيع الربط فيما بين الناشرين ونقاط البيع مع تقسيم للأعمال الذي يبين أدوارهم منذ 1971، ثم التمييز بين الإيذاع والتوزيع.

- **الإيذاع:** يقوم بترقية الإصدارات على مستوى التجار بالتجزئة والجملة ومركزيات الشراء للحصول على طلبات، ديوان، التسجيل، إعادة الضبط، هو عمل الممثلين التجاريين¹⁹.
- **المبيع:** هو الذي توكل له مهمة ترقية الإصدارات المنتجة من الناشرين، على أن يقوم بالمتابعة التجارية بالنسبة للإصدارات الجديدة والكتب الأساسية، مع السهر على عمليات الترسيع، إعادة الضبط، الكميات التي لم تباع، وكذلك الحملات الترقية بفضل خدمات فريق من الممثلين التجاريين حصريين أو حاملين لعدة بطاقات بحيث سيقوم هؤلاء بتمثيل الإصدارات على مستوى أصحاب المكتبات والدفاع عليها وكذلك تجار تجزئة آخرين، يقومون بمتابعة العلاقات التجارية (عمل الديوان بمصلحة الإصدارات الجديدة، تطوّر المبيعات...) ويقوم كذلك بجمع الطلبات المسماة بـ "المسجلة".

يحدد فرانسوا تريموليار²⁰ النشر بأنه الوسيط التجاري، ويكون الناشر أشبه ما يكون بممثل الناشر على مستوى البائع.

التوزيع:

كل وظيفة للإدارة التجارية عليها أن تسير مشاكل التموين (نقل، تهيئة المستودعات، عتالة، تسير) بمركزية الطلبات (المرسلة من طرف الممثلين التجاريين، البريد، الفاكس، الهاتف) مع معالجة (فوترة، جداول، تعبئة، إرسال) وتسير حسابات كل زبون (كشوف التذكير، الأرصدة موضوع منازعات) تسجيل ومعاينة الكتب التي لم تباع.

¹⁹ OP.CIT ص 217.

²⁰ فرانسوا تريموليار. الإذاعة والتوزيع. ص 52.

الموزع:

يضمن الموزع كلّ العمليات المادية المرتبطة بالحركة الحقيقية للشيء المرسل وتسيير التدفقات المالية المتحصل عليها.

يتعامل الموزع مع الزبائن ويردّ على الطلبات. يحضّر الطرود ويعدّ الفواتير المطابقة، بحيث يصبح المخاطب اليومي لصاحب المكتبة. يسوّ كذلك حركة الكتب التي لم تسوّق فيعيد ترتيبها بالمخزن أو بدقهم، ويلقى على عاتق الموزع تسيير المخزن بصفة عامة وجزء من مخزون الناشر ومتاعه المبيعات وحسابات الزبائن²¹ رغم التباين الموجود بين المهنيين، مهنة الناشر ومهنة الموزع فكلتاها تبقى مترابطة وغالبا ما تسوّ داخل هيكل واحد.

حسب لغة النشر، التوزيع يعني التكلّف بجميع اللوجيستية الضرورية لمسار الكتاب (مخزون، فوتره، إرسال).

تعريف آخر: يضمن التوزيع من جهته المهام اللوجيستية للتخزين، معالجة الاصدارات الجديدة، الطلبات عمليات رجوع الكتب التي لم تباع. ويكون على الموزع أن يضمن تسيير التدفقات المالية، الفوترة، متابعة حسابات الزبائن عند إعادة التوزيع من فوق للحصص التي تكون من حقّ المذيع.

ويظهر بأن نظام الديوان²² هام وضروري للمهنيين معا وللمؤلف كذلك والذي يسمح له بالاتصال مباشر للجمهور مع كتابه.

1-2- التوزيع

التوزيع يقصد به مجموعة العمليات المادية التي تسمح بتجديد الكتاب من مرحلة الأولى (ورشة التجميع الطّم أو التجليد) إلى حدّ المشتري، صاحب المكتبة أو نقطة البيع النهائية. إذن فهي مجموعة من العمليات المادية: وضع الكتاب في مكانه تنفيذًا للطلبية.

- التعبئة.

²¹ جان ماري بوفيسيت. ممارسات ومهن النشر. باريس نشر دائرة المكتبة، 1991 ص11.
²² الديوان هو أساس نظام البيع للأدب العام. حيث كان في الأصل مصلحة للإصدارات الجديدة، الذي يؤمّن الناشر أو صاحب المكتبة حتى يكون هذا الأخير على دراية بظهور كتاب، وكتاب بيده، ليقرّر عدد النسخ المطلوبة.

- الإرسال والنقل (عن طريق البريد أو الناقلين سواء أكانوا مختصين أم لا).
- الفوترة لصاحب المكتبة أو المشتري والمستعمل النهائي ومتابعة التسديد.
- رجوع الكتب التي لم تباع.

بعبارة أخرى يقتصر التوزيع على ما يلي:

- معالجة مشاكل التمويل (نقل، تهيئة المستودعات، عتالة، مخزونات).
- مركزية ومعالجة الطلبات التي تترجم ماديا عن طريق الفوترات، جداول الإرسال، التعبئة والإرساليات.
- تسيير حسابات الزبائن وإعلام الناشرين الزبائن بفصل الإرسال المنتظم لكشوف المبيعات.

2-2-1 النشر:

حتى يتم صنع كتاب ليصل للقراء يجب أن يتدخل عدة نشاطات من لحظة لأخرى وهم الممثلون في سلسلة الكتاب. وحتى نفهم مخطط هذه السلسلة أو حتى اقتصاد الكتاب، سنعرف تباعا دور كل ناشط.

وأدناه مثال حول الديوان

الديوان الأدنى هو مجموعة كبيرة للتوزيع، روايات مؤلف شاب²³.

نسخة واحدة ب 1000 مكتبة	1000 نسخة
نسخة واحدة بمكتبات مختلفة التي قد تهتم بالكتاب.	383 نسخة
05 نسخ عند تجار البيع بالجملة والمحطات الجهوية.	80 نسخة
المجموع	1463 نسخة

أ - صاحب المكتبة:

²³ نظام "الديوان" يوضح القوة التي اكتسبتها ديار النشر لأنها هي التي تقوم بالإعداد النهائي للدواوين، يعني اختيار الكتب التي ستطرح ببساطة السلع.

يقوم صاحب المكتبة يوميا بترقية الإصدارات والمؤلفين الذين لا يحصلون فورا على قراء، والترقية هذه تؤتي إلى عملية البيع التي قد تكمل بالنجاح وتصبح محط أنظار الإعلام.

حتى يصبح صاحب المكتبة، يجب عليه أن يكتسب مهارة التاجر الممتاز الذي يحسن فن بيع الكتاب لمناسبة معينة²⁴.

يعتبر صاحب المكتبة واجهة لإنتاج افتتاحي ثري، مكان لتقديم الخدمة عند تلقي لأية طلبية خاصة، مكان للكفاءة بالنسبة لكل قارئ شغوف للنصائح. و تجارة المكتبة تعتبر آخر حلقة لإذاعة الكتاب، من المؤلف إلى القارئ، يكون الشركاء في توزيع الكتاب كما يلي:

- المؤلف.
- الناشر، الذي ينشر للمؤلف وينشر النص ويجعله معروفا عند الجمهور.
- المذيع الذي يتولى الرقية والبيع على مستوى أصحاب المكتبات لإنتاج الناشرين.
- الموزع، المكلف بالتخزين والتوزيع الحقيقي للكتب على مستوى القطر الوطني.
- صاحب المكتب هو بائع للكتب الآتية من عدة دور للنشر²⁵.

نخصّ وقتا طويلا لصاحب المكتبة لأنه يعتبر الشريك الأول للموزع والناشر، وهو كذلك الوسيط الثقافي الذي يفضل عمله الترقوي، والنصائح والخدمات التي يقدّمها. ينجح في وضع اتصال بين المؤلفين والقراء وصاحب المكتبة مهما كان حجمه بأنه يقدّم في عمله الترقوي الإصدارات المتخصصة والعامة.

إعدادات ترقية مسّطة

يقترح الموزعون لكل ناشر اكتتب في اشتراك إعادة ترقية على العناوين المسلمة، وكذلك دخول مجموع الفهرسة التابعة لهم، في نفس الشروط التجارية. وإعدادات الترقية هذه يمكن إجراؤها باستعمال الفاكس، أو الانترنت أو حتى بالتنقل بالقاعات أو المتاجر.

²⁴ ميشال بروين - مهنة الكتاب. نشر مكتبة كبير - باريس: ص31.

²⁵ مقدمة لتاريخ الكتاب: من المكون اليدوي إلى العهد الاقتصادي ص35.

نظام الدواوين

يعتبر الديوان هو أساس كل نظام بيع للأدب العام، حيث كان يتعلّق الأمر بمصلحة الإصدارات الجديدة التي يؤمّنها الناشر أو صاحب المكتبة، حتّى يكون هذا الأخير على علم بظهور الكتاب، وهو حامل الكتاب بيده (أي صاحب المكتبة أو الناشر) حتّى يتخذ قراراً فيما يخص عدد النسخ التي سيطلبها²⁶.

أدناه جدول يبرز أعمال صلاحيات صاحب المكتبة:

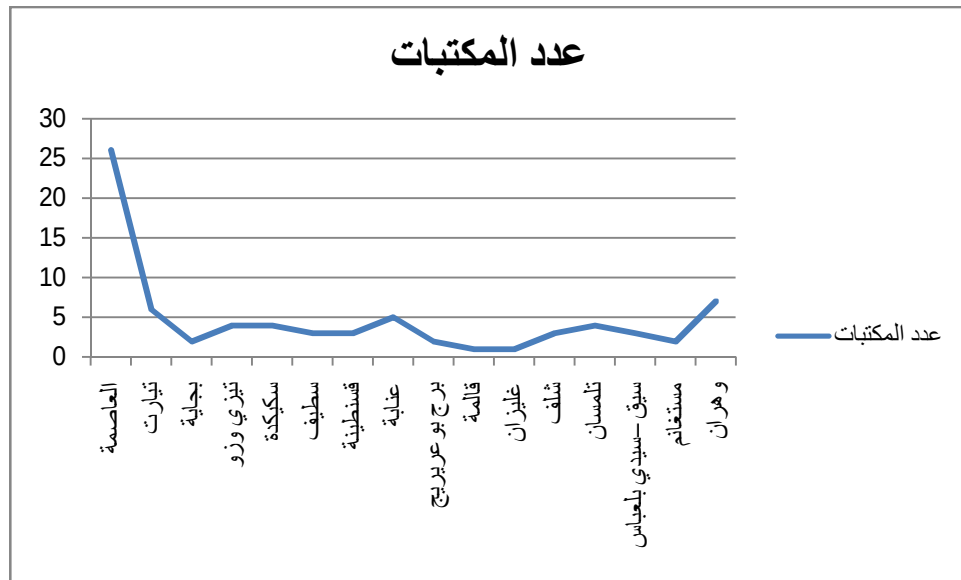
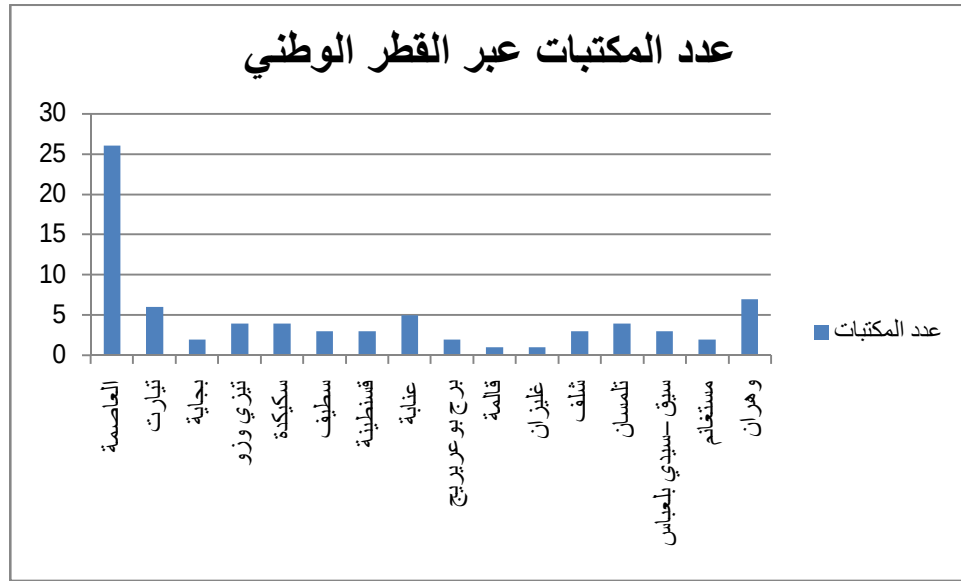
جدول 11- أعمال وصلاحيات صاحب المكتبة

الأعمال	الصلاحيات
1- القراءة	1 الرغبة في القراءة، القدرة على تلخيص كتاب.
2- اختيار الكتب للقراء	2 معرفة خط سير الكتاب.
3- التفاوض مع الممولين والممثلين التجاريين.	3 مفاوض، مشتري.
4- تقديم النصح للزبون أثارة الفضول والرغبة.	4 القدرة على الاستماع للزبائن.
5- البيع ترقية الإصدارات الجديدة وكتب الأساس.	5 البائع: القدرة على مستوى الموارد البشرية والتجارة، الاستقبال بالصندوق.
6- تنظيم، ترقية، فضاء المتجر، واجهات، جرد.	6 منظم، مسير، المخزون، عمل الديكور.
7- تنشيط المتجر وتعويد الزبائن على التردد.	7 تنشيط، إنشاء مصالح جديدة ونشاطات جديدة.
8- التفاوض مع المؤسسات.	8 مفاوض.
9- فتح الطرود، إتمام إرجاع الكتب التي لم تباع إتمام الإرساليات.	9 العتاد.
10- الترتيب – التنظيم التهيئة.	10 رجل، أو امرأة قادرين على كل شيء والبريكولاج.
11- تنشيط، إدارة العمل والمتربصين.	11 سنّول عن العمل، مردّي.
12- إدارة: من جدول الإرسال إلى الفوترة.	12 تنظيم التدفقات الإعلامية وترتيب كل الوثائق.
13- العمل مع المحاسب	13 تحليل الحصيلة وحساب الناتج.
14- التسيير – الاختيار، الاستشراف التنافسي.	14 متخذ للقرارات، ومنقّب للسوق.

²⁶ ممارسات ومهن النشر – جان ماري بوفيس – باريس – دار نشر مركز المكتبة، 1991 ص 217.

المكتبات:

عدد المكتبات	المدينة
26	العاصمة
6	تيارت
2	بجاية
4	تيزي وزو
4	سكيكدة
3	سطيف
3	قسنطينة
5	عنابة
2	برج بوعريج
1	قالمة
1	غليزان
3	شلف
4	تلمسان
3	سيدي بلعباس - سيق
2	مستغانم
7	وهران



التاجر بالجملة

يؤدي التاجر بالجملة دورا وسيطا بين الناشرين والموزعين الذين يشترون منه الكتب. وأصحاب المكتبات الذين يعاد بيع الكتب لهم، مما يسمح بتقديم طلبيات عند كل ناشرين.

نقطة البيع

أهم عدد يمثل في نقاط البيع خصوصا الأكشاك التي تباع بها الجرائد، الأكشاك بالمطارات هي فضاءات سهلة الوصول موجودة بأماكن يتردد عليها الجمهور بكثرة، حيث أن الخدمة المقامة لا تسمح إلا بعرض عدد محدود جدا من كتب الجيب وكتب عملية، أحيانا قواميس وبعض الكتب

الجميلة للصحة والعافية وبعض الدوريات والمجلات وكذلك بعض المكتبات المورقات بداخل المدن الكبير، ونشاطهم بالكتاب موسمي يركز أساساً على الكتب المدرسية، وقبل المدرسة، كتب الجيب والكلاسيكية. أضف إلى ذلك كتب تم بيعها على الأرصفة تشتري أحياناً بالكيلوغرام وكذلك مكتبات على الأرض.

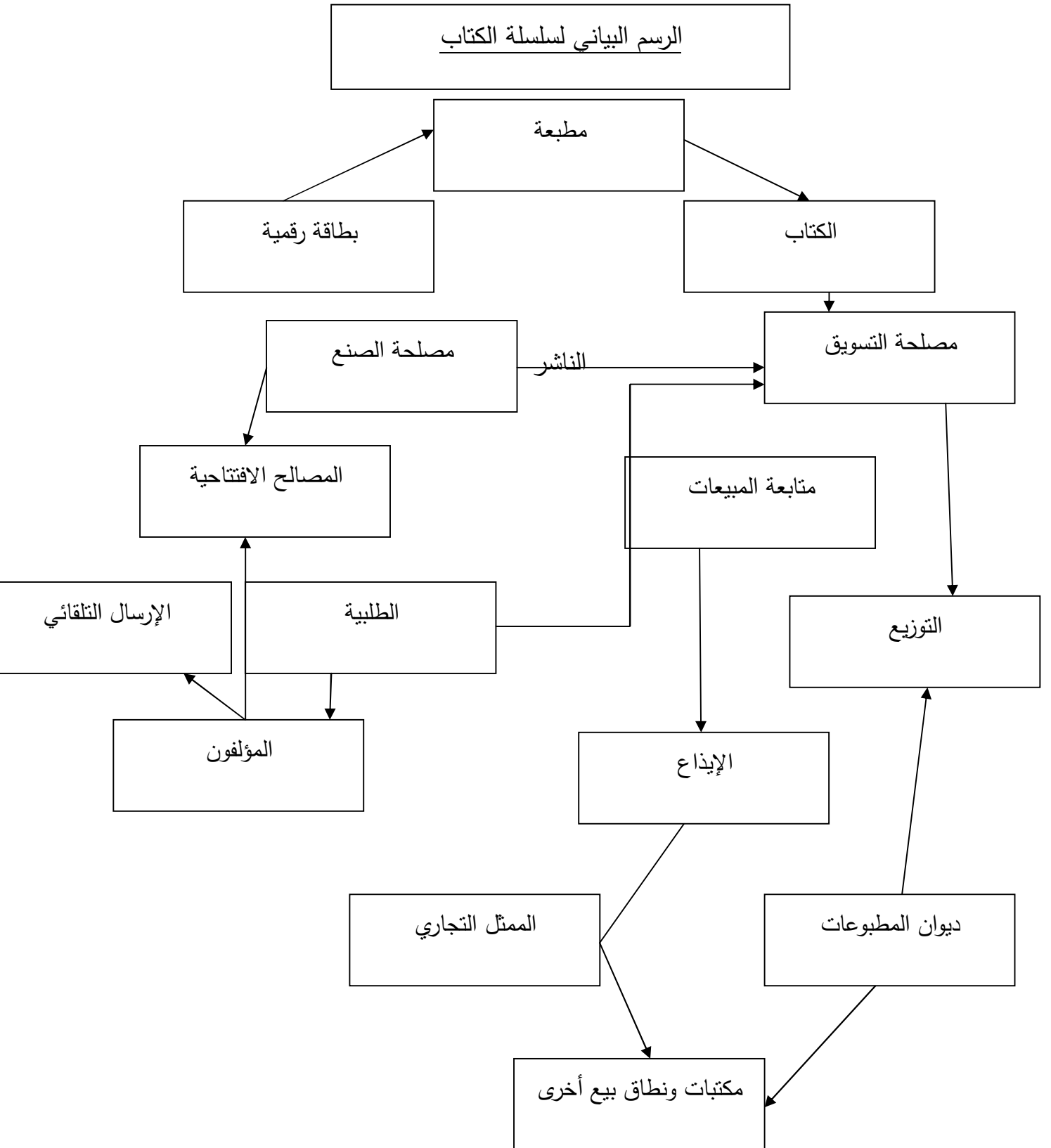
صالون الكتاب الوطني والدولي

بالإضافة لبعض الصالونات الجهوية للكتاب، يوجد صالون دولي للكتاب منذ 2001، ومهرجان دولي للأدب وكتاب الشبيبة منذ 2008، ومهرجان دولي للرسوم المتحركة الذي انطلق في نفس السنة (2008). وعرفت هذه الصالونات شغفا متزايد الأهمية.

ولقد رأينا بصفة عامة أن القطاعات والنشيطين والمهن المتضمنة لميدان الكتاب والقراءة تسمى "سلسلة الكتاب".

- 1- الإبداع الأدبي: الحلقة الأولى للسلسلة والنشيط الرئيسي هو المؤلف.
- 2- النشر: ففي داخل النشر يتخذ قرار الطباعة النشر، الطباعة وتمويل المؤلف.
- 3- الطباعة: مرحلة أو الكتاب سيصنع، يجلد ثم يعبأ.
- 4- التوزيع: يهتم بنشر الكتاب عبر شبكة مكونة أساساً من المكتبات.
- 5- المكتبة: هي نقطة بيع الكتاب بالتجزئة.
- 6- المكتبة الكبيرة: أي يكتشف القارئ الكتاب أو في المكتبات أو المكتبات الكبيرة التي تمون بالإصدارات الجديدة التي توضع في متناول القارئ²⁷.

²⁷ دراسة – مجلة الكتاب: رقم 2004 ص6.



الإيداع وفن التسويق في قطاع الكتاب

الإيداع بنصيب يحتله فن التسويق فالموزع هو اتصال مباشر مع نقاط البيع وضامن لتسيير الطلبات.

فن التسويق أو سوق الكتاب خصوصا يجعل التوزيع شريكا مباشرا في اقتصاد الثقافة وهو يهتم بالظروف الاقتصادية للنشر، التوزيع والتسويق للكتب بصفة عامة وفي جميع الاختصاصات العلمية وغير العلمية.

نظرا للوضع، فإن التركيز يكون أولا على دراسة العلاقات الاقتصادية والثقافية بين المؤلفين دور النشر والمكتبات. التوزيع والإذاعة تشكل حلقات هامة في سلسلة الكتاب وهما نشاطان متكاملان تسمح للكتب بملقاء الجمهوري المحتل.

صرح المؤلف المعروف مرشال م.س لوهان Marshall M. Iluhan "الراديو التلفزة والسمعي البصري تميل نحو النمو على حساب الكتاب"، بصفة تتخلّى فيها بشرية الكتاب "كوكب غو تنبرغ" للدخول في كوكب الصور". وهذا الحكم المتسرع شيئا ما والمنتقد لم يصمد لتطور الكتاب. فكتاب الجمهوري ونجاحه لدى القراء سيناقض مقولة مارك لوهان²⁸.

أمام هذه المشاكل يصرّح الفيلسوف لوك فيري بأن "خصوصية الإنسانية تكمن في الثقافة، في قدرتها على اقتلاع الكون الطبيعي من قبضة الغريزة التي تحكم حياة البهائم، ويعتبر النص المكتوب هو الموقع المفصل لهذه الخصوصية، أكثر من أي شكل ثقافي آخر".

الكتاب هو موصل المعرفة والمعلومات، كيف ننظر إذن للكتاب، وكيف ننظر إليه اقتصاديا. فهو دعامة للفكر ويبقى وسيلة في متناول الإنسان وذلك تطور المجتمع الإنساني وظهور تكنولوجيات جديدة ساهمت في تطور، بحيث يبقى دوره فعّالا: والفارق الموجود بين البلدان المتطور والبلدان السائدة في طريق النمو في ميدان إنتاج لكتاب، إذ أن أكثر من 100/80 من العناوين التي تظهر في كل سنة بالعالم تأتي من الولايات المتحدة أوروبية واليابان، والـ 100/20 المتبقية تنتج في بلدان العالم الثالث وبصفة غير معتادة.

²⁸ علاء م. ر. الكتاب بالجزائر، أطروحة: معلومات، بوردو (فرنسا).

قبل التطرق لفن التسويق في قطاع الكتاب، حاولنا إعطاء بعض التصورات المفاتيحية لفن التسويق عامة.

1- فن التسويق: تصورات مفاتيحية

• مفاهيم أساسية

تعريف كلمة فن التسويق: "فن التسويق هو مجموع الأعمال التي تهدف إلى خلق سوق للمنتوج وإشباع حاجات الزبون بفضل هذا المنتوج".

ويشمل هذه المفردة تصور وتنفيذ السياسة التجارية .

ويفترض في فن التسويق:

- معرفة كاملة للسوق (مؤشرات، دراسات السوق الخ...).
- معرفة تامة للمنتوج.

فن التسويق هو إذن طريقة مبنية على دراسة رغبات المستهلكين وتسمح للمؤسسات أن تعرض لسوقها الذي تختار منتوجا أو خدمة مناسبة.

فن التسويق والاتصال

1-2- الترقية

تبدأ الترقية فور وضع تصور مع تعريف العناصر الفاعلة التي تبرز في الموقع الأول عندما نطلع على كتاب بدون أن نعرف محتواه، وتعطي الترقية المعلومات حول ما يلي:

- المحتوى، المؤلف، الناشر.
- تبني الأسلوب العام.
- إن تمتاز عن باقي العناوين والأغلفة الموجودة بالواجهة.
- دور إعلامي.

تهدف الترقية إلى تعريف مباشر بالكتب من طرف البعض وكهدف غير مباشر شرحت الآخرين على شراء الكتب وسنحاول الاتصال بوسائل الإعلام:

- اللجوء إلى البلاغات الصحفية (قصيرة، دقيقة وحالية) ملغاة الصحافة (على وجه أكمل) ندوات صحفية (تنسيق زمني) الاستجواب (الحصري).
- العمل بواسطة البطاقة (بطاقة أسماء الصحفيين) مع إرسال الكتب.
- مراقبة الآثار (او كسيراس)، التذكيرات الهاتفية، تنظيم اللقاءات الصحفية.

2-2- الترقية التجارية

يجب توزيع دعائم دائمة (من خلال سلسلة وتوزيع الكتاب) وكذلك الرزنامات الخاصة بالإصدارات الجديدة (Casterman deleourt pleuite) وكذلك خلاصات من غلاف نسخ من ألواح، تغطية، إعلانات وجيزة للمواضيع الفهارس. ويعتبر هو الدعامة الرئيسية.

الفهرس هو كذلك واجهة الناشر وكذلك العلامة التي تعرفه.

- يوصل المعلومات حول العناوين، السلسلات والمؤلفين.
- وسمعه دار النشر تظهر كذلك من خلال التمثيل الخطي الذي يبرز أسلوبها.
- ويتعلق الفهرس كذلك بالماضي.

المفاهيم المرتبطة بفن التسويق.

الحاجة: يتبع طلب لسد حاجة (مأكل، ملابس، ملجأ)، الحاجة لا يولدها فن التسويق أو المجتمع بل هو متصل أساسا بالطبيعة البشرية.

الرغبة: هي وسيلة مميّزة لإشباع حاجة. والحاجات ستكون محدودة من حيث العدد، والرغبات التي متفاوتة ثقافيا تكون متناهية.

الطلب: يطابق الرغبة في شراء بعض المواد المدعّمة بإرادة وقدرة شرائية. ولا مكانية الاختيار لمواد مختلفة قد تشبع نفس الحاجة، يقوم المستهلك بتحديد قيمة يقارنها بتكلف كلّ مادة حتّى يكون إشباعه لرغبته على حدّ أقصى.

المنتج: كلّ كيان من طبيعة إشباع حاجة أو رغبة شيء، خدمة، فكرة.

التبادل: وهو فعل يقوم به الشخص للحصول على شيء من شخص ما مقابل الحصول على شيء آخر إذا وقع التبادل بين عدة أشخاص سمي ذلك بالصفقة، إذا دامت الاتفاقيات بين الأطراف لتشكل شراكة، سمي ذلك علاقات.

السوق: مشكل من مجموع الزبائن القادرين والراغبين في القيام بتبادل، يمكنهم من تغطية حاجياتهم أو رغباتهم.

يقاس حجم السوق بعدد الأشخاص المتدخلين به:

- أشخاص يميلون لاقتناء منتج.
- أشخاص لهم موارد كافية لاكتسابه.
- لهم إدارة في مبادلة هذه الموارد مقابل المنتج.

فنّ التسويق: فنّ التسويق يهتم بالأسواق، المعرفة بإمكانية التبادل عن طريقها لتغطية حاجات ورغبات²⁹.

اقتصاد الإنتاج (القرن التاسع) اقتصاد التوزيع (1900-1960) اقتصاد السوق (1980-1960) اقتصاد التأقلم (منذ 1980) ألا وهي المراحل المفتاحية التاريخية لتطور فنّ التسويق.

فنّ التسويق ميكس

التعريف: يقصد بفنّ التسويق ميكس، مجموع متجانس من القرارات المتعلقة بسياسات المنتج، السعر، التوزيع والاتصال الخاص بمنتج، علامة أو ترقية تجارية³⁰

²⁹ م.س . بلعيد . فنّ التسويق – العاصمة: أوراق زرقاء 2008 – ص12.
³⁰ ibid ص 22.



عناصر فن التسويق

1- الترقية

2- التوزيع:

1-1- تعريف: التوزيع هو مجموع الوسائل والعمليات التي تسمح بوضع الأموال والخدمات المنتجة التي تنتجها مؤسسة في متناول المستعملين والمستهلكين النهائيين.

خط سير أو شبكة التوزيع: تسمى خط سير أو مسار التوزيع كافة المتدخلين الذين يأخذون على عاتقهم نشاطات التوزيع، أي النشاطات عند حد الاستهلاك.

- **قناة التوزيع:** هي مكونة من شبكة التوزيع وتمثل طائفة من الوسطاء من نفس الطبيعة والذي يشاركون في توزيع المنتج.

1-2 وظائف الموزع

يكفل الموزع بنوعين من الوظائف:

- وظائف مادية.
- وظائف تجارية.

1-2-1 الوظائف المادية:

- النقل: من مكان الإنتاج إلى مكان الاستهلاك.
- التجميع: جمع عدة رزم من البضائع لاستعمال وسيلة نقل واحدة.
- التجزئ: هو تقسيم حصّة من البضائع الآتية من منتج معين على عدة حصص ذات حجم اصغر لإرسالها لوجهات مختلفة.
- التخزين: يسمح للمستعمل أن يحصل بسرعة على البضائع وفي أجل معيّن.

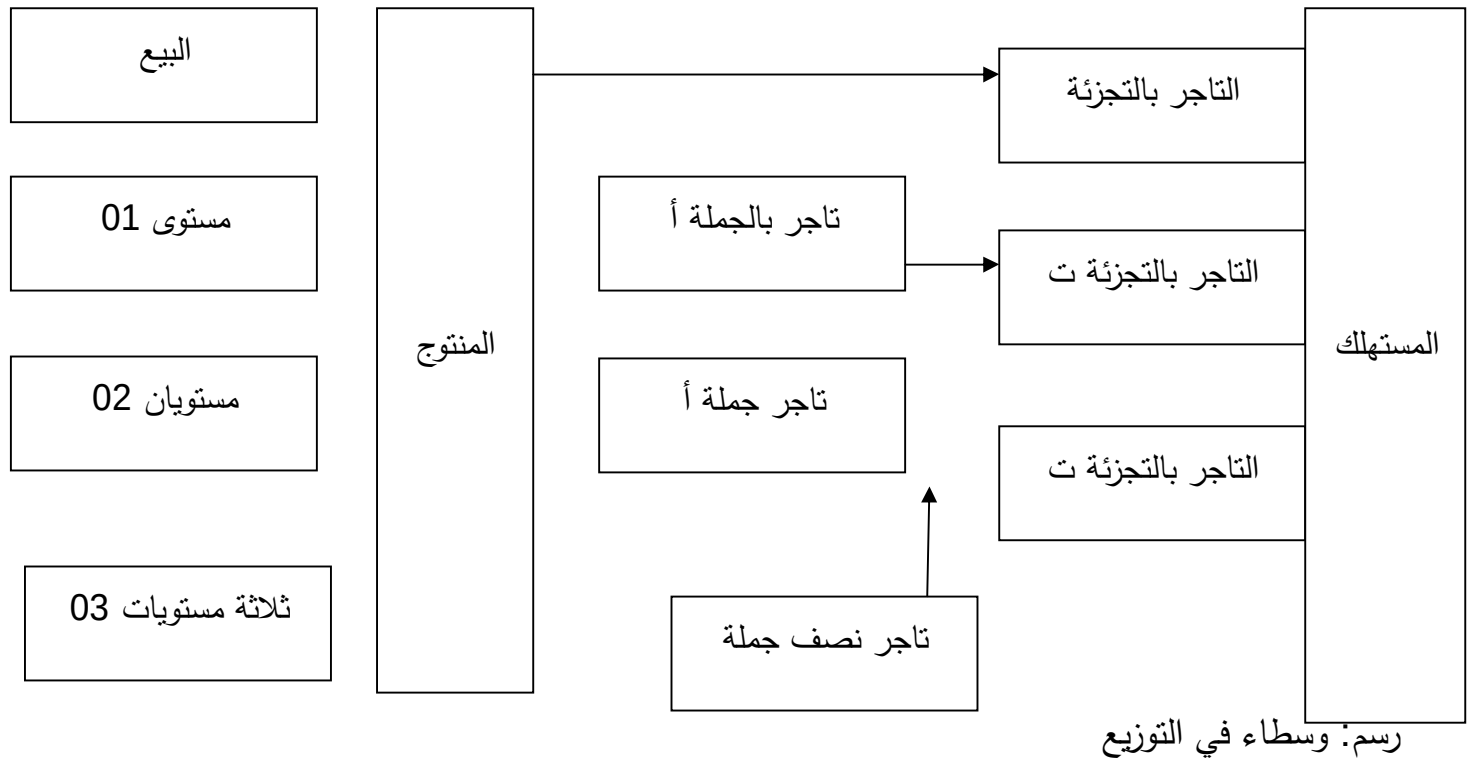
1-2-2- الوظيف التجاري

- يمارس الإنتاج ثلاثة وظائف تجارية عند بيع المنتج.
- التجانس: هو جمع بضائع مختلفة في مكان واحد بفضل انتقاء الأحسن و المقّم من ظرف الصّناع.
- ترقية المنتجات.
- الخدمات المقدمة للزبائن حسب المبيعات وخصائص المنتج³¹.

إستراتيجية التوزيع.

- يكون على المؤسسة الرغبة في توزيع منتجاتها بالسوق أن تختار إحدى الاستراتيجيات:
- التوزيع الغزير: يكون هدفه أن يغمر وبسرعة الأسواق المحتملة بفضل تواجد في عدد أقصى من نقاط البيع.
- التوزيع الانتقائي: يهدف إلى تحديد عدد التجار بالتجزئة لإعداد علاقات تعاون اقوي على أن يتجّب تشتيت جهده.
- التوزيع الحصري: يهدف إلى تخصيص التوزيع على بعض نقاط البيع المتخصصة
- للحفاظ على مراقبة أحسن للوسطاء والحفاظ كذلك على سمعته

³¹ م.س. بلعيد - التسويق - العاصمة: أوراق زرقاء، 2008 - ص 60.

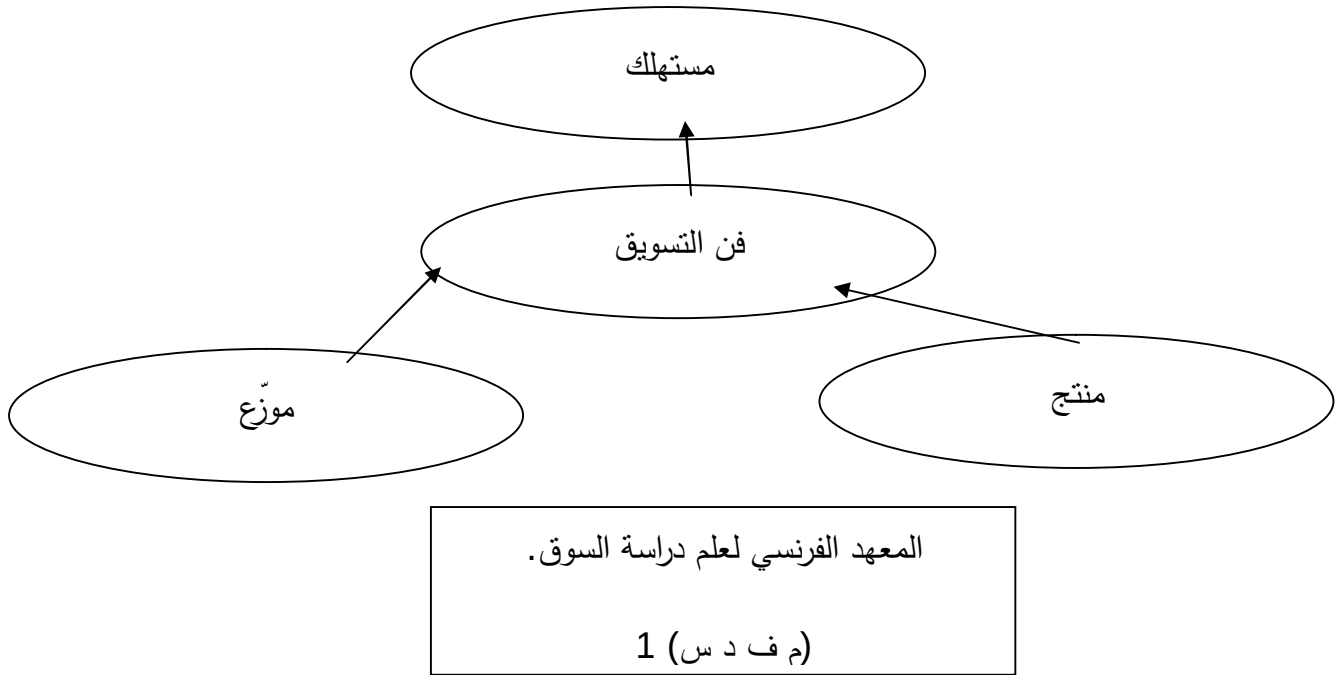


2- علم دراسة السوق

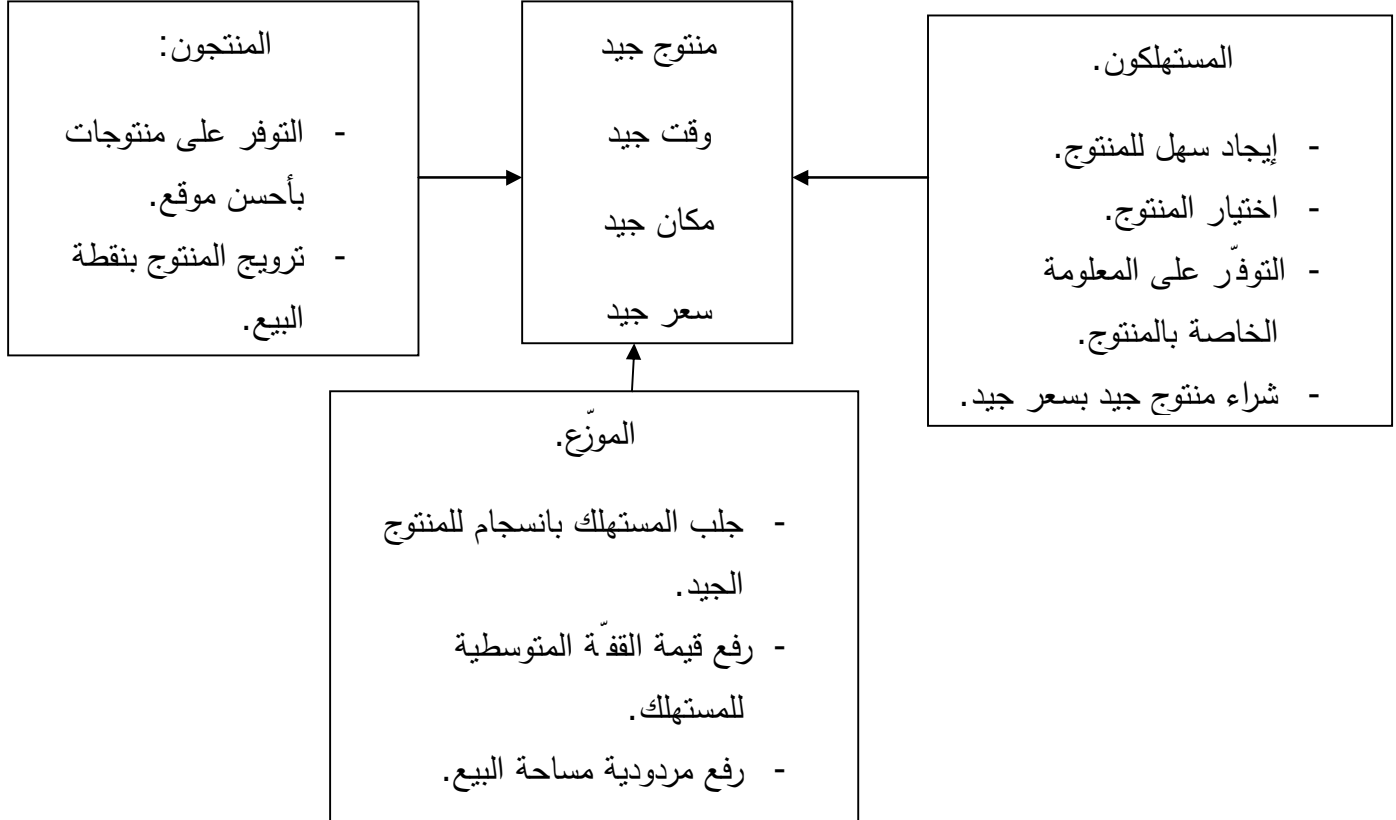
التعريف: علم دراسة السوق هو كافة الدراسات والتقنيات، والتطبيقات المنفّذة، منفصلة كانت أو مشتركة، ينفّذها الموزعون أو المنتجون بغرض الرفع من المردودية على مستوى نقاط البيع وتسويق المنتجات بفعل تكييف مسترّ لانسجام مع حاجات السوق، وبفضل تقديم ملائم للبضائع.

منشطو دراسة السوق هم: المستهلك، المنتج، والموزع.

يجب أن يحقق دراسة جيّدة للسوق انسجاما كاملا بين مصالح الأطراف الثلاثة.



ويعرف علم دراسة السوق بأنه بقاعدة 4 R: وضع المنتج الجيد، في الوقت الجيد بالمكان الجيد بالجناح وبالسعر الجيد.



التوزيع حسب عدة أنماط:

- 1- بيع تقليدي بالمحل أو بالبسطة.
 - 2- تجارة متجولة: التي قد تأخذ عدة أشكال :
 - البيع بمحل الإقامة.
 - البيع بالتظاهرات والأسواق الدورية.
 - البيع على متن شاحنات تجارية.
 - البيع عن طريق الدورة.
 - 3- البيع البصري: خاصية أن يمرّ البائع إلى الخلف حتّى يقوم المستهلك باختيار السلع التي يرغب في شرائها.
 - 4- فنّ التسويق المباشر الذي يحتوي على:
 - البيع بالمراسلة.
 - البيع عن بعد.
 - ألد أ – تجارة (التجارة عن طريق الانترنت).
 - 5- البيع الأوتوماتيكي: وهي تقنية لتوزيع البضائع تعتمد على استعمال الأجهزة الأوتوماتيكية للبيع والتي يشتغل نظامها بإدخال القطع النقدية³².
- بعض النقاط الإستراتيجية والقرارات التي ينبغي على كلّ مؤسسة أن تتخذها لضمان تسيير جيّد:

- مبلغ وهيكل رقم الأعمال.
- أساليب متنوعة في عملية البيع.
- طبيعة الخدمات المقدمة للزبائن.
- الزبائن.
- سياسة الاتصال مع الزبائن.
- كفاءات نقل وتخزين المنتجات.
- هيكل التنظيم.

³² م.س بلعيد فنّ التسويق – العاصمة: أوراق زرقاء 2008، ص64.

- فعالية الإمكانيات المستعملة.

1- مردودية المؤسسة:

يتعين على مسؤولي المؤسسات قبل كل شيء أن يقوموا بتحديد محتوى الاختيارات الإستراتيجية وكيفية تسييرها.

هدف كل مؤسسة بما فيها دار النشر ذات هوية ثقافية هو تحقيق الأرباح والاستمرار في الوجود. وهو ما تعبر عنه **فلورانس مارتين**، مديرة الاتصال وفن التسويق بشركة دينود (DUNOD) حيث قالت: "لقد قمنا بتقسيم عرضنا حسب الموضوع وكان ذلك جلياً في الإعلام الآلي، كان لدينا موضوع التنمية، وموضوع البرمجة، ولكن الأمور لم تكن جيدة، وصعب فهمها لتعقيدها، مما أدى بنا إلى اعتماد أسلوب التقسيم حسب المهن، لأن المهنة بخلاف الموضوع تكون مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بشخص، والقارئ، بالسوق، وذلك يغير كل شيء، ورؤية المهنة شيء جوهري بالنسبة لدينود (DUNOD)، وعلامتنا موجهة للمحترفين أو للطلبة محترفي الغد، ولقد قضينا وقتاً طويلاً للوصول إلى هذا التصور"³³.

ومن المستحيل فرض منتجاً، وبدرجة أكثر كتاب، والأمر لا يتعلق بإقناع أو إغراء. ونتكلم إذن عن إستراتيجية جيدة لفن التسويق الافتتاحي.

إذا ترسخ فن التسويق أكثر فأكثر في النشر فإن كل النشاطات اتفقوا ليقولوا بأن فن التسويق يجب أن يرسخ مع احترام خصائص الكتاب لأن هذا الأخير ليس مادة للاستهلاك العادي ولكنه شيئاً ثقافياً. ولقد لخصت ذلك أن ينيك (Anne Yannick) (فن التسويق أطلس) على النحو التالي: "يرتكز العمل على الحاجيات فيما يخص الاستهلاك الكبير، ويجب خلق رغبات، ولا يقع أي شيء في حالة عدم وجود الرغبات وذلك فيما يخص النشر وكل مواد الثقافة والترفيه"³⁴.

ويجب أن يحصل فن التسويق بالخاص بالكتاب توازنه بين فن التسويق الخاص بالعرض وفن التسويق الخاص بالطلب. ويعبر عن ذلك شارل بينبني (Charles bimbenet) عند نتان (Nathan) بهذه العبارة: "يستطيع التسويق أن يساعد الناشر على تصديق تصور، مجسم (ماكيت) أو غلاف، ولكن المحتوى يضل هو قطر أو إقليم المؤلف والناشر، ولا يمكن أن يحكي

³³ جاك فيني -توزيع - باريس - دار الدوز. 2000 ص 131.

³⁴ Ibid ص 142.

الكتاب حكايات غير التي يحكيها ! وسيتجلّى دوره فنّ التسويق في إيضاح الوعد النابع عن محتوى الكتاب والوصول إليه على أحسن وجه³⁵.

الفصل الثالث

3-1- واقع التوزيع

يحتل الكتاب مكانة مميّزة في حياتنا الفنية والثقافية ويظل الشيء الأساسي والمرغوب فيه طيلة القرون الماضية؛ وله صلة وثيقة بحياتنا الفنيّة والثقافية. لقد شهد الكتاب عدّة ثورات طيلة تاريخه الطويل واليوم نحن نعيش ثورة ثلاثية متزامنة، ثورة تقنية لإنتاج النصوص، ثورة في دعم الكتابة وكذلك ثورة في الممارسات المهنية في إطار سلسلة الكتاب الرقمي. وتبقى صناعة الكتاب قطاعا اقتصاديا نشطا يتطوّر أكثر فأكثر رغم ظهور تكنولوجيات جديدة للإعلام والاتصال والاستعمال الكبير لشبكة الانترنت كوسيلة نشر للمعلومات وأمام تطوّر الكتاب الإلكتروني.

3-1-1 عدد الناشرين الموزعين

سنحاول خلال هذا الفصل تقديم دور النشر والتوزيع النشطة في الجزائر.

فهناك حوالي 150 مكتبة و 100 ناشر على مستوى القطر الوطني، ويبقى الإنتاج الوطني من حيث النوعية والجودة بعيدا عن معايير ISO الموحدة، حتّى ولو تمّ تسجيل تقدّم معتبر في ميدان الإنتاج النشري.

ويبقى ميدان النشر من الناحية التاريخية بالنسبة لبعض دور النشر كـ ANEP, ENAGOPU قضية دولة اشتراكية.

ويعتبر المؤلفون المنتجون، الناشرون، الطابعون، أصحاب المكتبات، المذيعون الموزعون مهن متميّزة تعمل عامة بصفة متكاملة مع بعضها البعض في الجزائر.

وهذه الهياكل هي في نفس الوقت مشكلة لدى أصحاب المطابع، والناشرين، وأصحاب المكتبات وكذا المذيعون، و الموزعون.

فالفضاءات المخصصة لاقتراح الكتب وقوائم اقتراحات التجار البائعين للكتب الذين تسجّل عندهم العناوين المطلوبة تحوّلت لتصبح وضعية أخرى تتمثّل في عمليات عرض للكتب تنظّم بمختلف ولايات الوطن، أين يقع بعين المكان عملية الاقتناء التي باشرها أصحاب المكتبات بالظن للكتب المعروضة لا تستطيع القول حاليا بوجود نشر وتوزيع للكتاب الجزائري بالجزائر أم بوجود عملية استيراد للكتاب الأجنبي وتوزيعه بالجزائر؟

ونلاحظ في السنوات الأخيرة بأن هناك تقم في الافتتاحية وكذلك على صعيد مسار وحركة الكتاب. ونلاحظ خلا على صعيد إنتاج وحركة الكتاب، ومن جهة أخرى وبأنه من الواجب إعادة النظر في إذاعة وتوزيع وإنتاج الكتاب ميادين يجب تدعيمها بفضل وضع شبكة توزيع فعلة مع تنويع نقاط البيع وضرورة رسم أهداف جديدة لتحديد سياسة وطنية للكتاب وفقا للنصوص الأساسية للبلاد.

ونستطيع إحصاء حوالي 300 دار نشر بالجزائر وذلك حسب رئيس نقابة ناشري الكتاب (ن ن ك) (SNEL)، حيث اتفقت 20 دار للنشر وقررت إنشاء مؤسسة مستقلة ذات مساهمة، تختص بتوزيع الكتاب عبر الوطن حتى تتمكن من حلّ مشكل توزيع الكتاب.

لقد أشار كذلك لمشكل آخر يتعلّق بنقص المكتبات وفيها يتعلّق بالهيكل الذي قامت. بتدشينه وزيرة الثقافة في 05 ابريل الأخير، والمتمثل في المؤسسة الوطنية للفنون الخطية فلقد سجلت هذه المسؤولية إلى الخلل الذي تعاني منه شبكة التوزيع في الجزائر ويستطيع كلّ النشاط في ميدان الكتاب بما فيهم الخواص أن يعتمدوا على الخدمات التي ستقدمها لهم هذه المؤسسة.

تقديم الناشرين

نتكلّم كذلك في الجزائر، وفي باقي الدول، على تمركز الناشرين والموزعين ممّا يؤتي إلى هبوط معتبر من الناحية الكمية ومن ناحية الجودة بالنسبة للعرض الافتتاحي لصالح الهياكل المقامة بوسط البلاد بفرنسا.

تسيطر 07 مجّعات على 90% من سوق الكتاب ونذكر من بينها أشيت (HACHETTE) للكتب، إديتيس (EDITIS) التي تنتج 48% من الكتب، وتراقب 60% من نسبة الإذاعة والتوزيع، ميديا (MEDIA) للمساهمة، مجّع لامرتنيار (LA MARTINIERE)، فلمايون (FLAMMARIAN) ألبان ميشال (ALBIN MICHEL).

وفيما يتعلّق بالتوزيع والإذاعة، ومن أصل 22 ناشرا وموزعا خمسة (05) من بينهم يسيطرون على 80% من السوق، نذكر منها أشيت، أنتار - فوروم (INTER FORUM)، سوديس (SODIS)، فولومن (VOLUMEN)، اود (UD) وتحقق المكتبات الخاصة المستقلة 40% من المبيعات، و 60% من المبيعات المتبقية تحقّقها المكتبة المستقلة الأخرى (مركزيات)، تجار

الجملة، مكتبات على الخط دلكوم (DILRCOM) خلافا لما يقع في فرنسا، حيث يقوم الناشر في الجزائر بعمليات ممنهجة وآلية للعناوين المطبوعة نحو المكتبات والديوان ممارسة مهنية منعقدة حاليا بالجزائر، أو تمارس تحت تسمية أخرى، حيث يقوم الناشر بتقديم فهرس يتراوح ما بين 80 إلى 150 عنوان للمكتبات. وحق الإعارة هي إمكانية ممنوحة للمكتبات ليعيدوا للناشرين الكتب التي لم تباع والحصول على تسديد ثمنها لصالحهم، وهي ممارسة لها جوانب ايجابية وسلبية، الجانب الايجابي وهو أن كل المكتبات تتمون بنفس الكتب في نفس الوقت ونفس الساعة.

أما الجانب السلبي فتمثل في كون عناوين الكتب تكون مفروضة على المكتبات غير حق الإرجاع موجود وذلك لحسن حظ المكتبات.

لقد عرف المحيط الافتتاحي والقراء مشاكل عدة من الناحية التقنية، المادية والإنسانية. وبعبارة أخرى مشاكل تتمثل في رؤوس الأموال وانعدام تكوين الشطاء في سلسلة الكتاب، غياب شبه تام لشبكة التوزيع ضعف القدرة الشرائية، أضف إلى كل ذلك مشكل التوزيع، مما يؤثر سلبا على شبكات توزيع وإذاعة الكتاب بالقطر الوطني. وهناك كذلك حاجة في تكوين إحصائيات كاملة حول النشر والتوزيع للكتاب وعدد الناشرين والمعلومات المتعلقة بهم وبنشاطهم وذلك على أساس دائم ومستمر.

رغم وجود كمية هائلة من المعلومات والمعطيات حول التوزيع بصفة والتي لم يتم جمعها بطريقة مسهلة.

ناشرون / موزعون في الجزائر موزعون كما يلي:

1- العاصمة وضواحيها:

الأماكن	الميادين الافتتاحية	دور النشر
العاصمة رغبة	أدب، محاولات، شعر، مسار الكتاب	عدن
العاصمة الصنوبر البحري	أدب، خواطر، رزنامة، اقتصاد	ألفا للنشر
العاصمة	تاريخ	العاصمة الكتاب رقال
العاصمة الجديدة	كتب جميلة	عتوشة
العاصمة، الدار البيضاء	أدب، تاريخ كتب جميلة	إبيك APIC
العاصمة بن عكنون	تاريخ، أدب، علم الآثار سينما - أدب - حكايات	برزخ للنشر
العاصمة ندي إبراهيم	شبه مدرسي، دين، شريعة إسلامية، جامعة ثقافة	بغداد
العاصمة	عامة، دلائل علمية، حكايات	BMPS إذاعة (ش.ذ.م.م)
العاصمة بلخادم	كتب جامعية، علمية وثقافية	BERTI إذاعة
رغبة - العاصمة	الجامعة	القصة
حسين داي - العاصمة	الجامعة - أدب، تاريخ، قواميس	الشهاب
العاصمة رغبة	تاريخ، أدب - شبه مدرسي	إديف 2000 EDIF
العاصمة - بني مسوس	تاريخ، أدب، ثقافة عامة	المؤسسة الوطنية للفنون الخطية
أدب العاصمة بابا حسن	جامعة شبه مدرسية	دار التنوير
العاصمة القليعة	أدب	دار الساهل
العاصمة القليعة	تاريخ، فلسفة، شعر	حبر الإيداع والتوزيع
العاصمة القليعة	حكايات، دلائل عملية	البراءة للنشر
العاصمة القليعة	أدب	الأزهرى لبتر للنشر

العاصمة القليعة	حكايات، دلائل عملي مسرح	ميم للنشر
العاصمة روية	تاريخ	ميموني للنشر
العاصمة برج الكيفان	تراث الطبخ	القلم
العاصمة	أدب محاولات، تاريخ سياسي	سمر للنشر
العاصمة	محاولات، أدب شباب، شبه مدرسي	سيديا فرع المجمع أشيت
العاصمة	مجلات إعلام، توزيع كتب، إصدارات	سيكود P
العاصمة المحمدية	تاريخ، أدب	تالا للنشر
العاصمة	الشبه مدرسي	زاد الطالب
العاصمة	علمية، أدب، ثقافة عامة، دين، كتب أطفال	أبو الأنوار للإذاعة والتوزيع
العاصمة البليدة	دين	دار النشر الأصالة
		دار الإمام مالك
العاصمة	جامعة، أدب، تاريخ مذكرات	دار البصائر، ناشر موزع
العاصمة	تاريخ، شبه مدرسي، دين، علوم سياسية	دار الحكمة ناشر موزع
العاصمة		الشاطبية ناشر موزع
العاصمة	شبه مدرسي، ثقافة عامة	دار العزة والكرامة
العاصمة		الكتاب الحديث
العاصمة	حقوق، أدب	كنوز الحكمة
العاصمة - الدار البيضاء	جامعة	فيسير إذاعة توزيع
	أدب - تاريخ فلسفة	المدى إذاعة توزيع
العاصمة		دار الهدى
العاصمة - القبة	أدب - تربية	الجسور إذاعة توزيع
العاصمة	حقوق، تاريخ، شبه مدرسي	دار الهومة إذاعة
العاصمة	كتب الأطفال، ثقافة عامة	توزيع، طباعة
العاصمة	حقوق - دين شبه مدرسي	دار كوكب العلوم - إذاعة

		وتوزيع
العاصمة	تاريخ، علوم، حقوق	لالاة مولاتي
العاصمة	كتب للأطفال تربوية	دار ملك إيذاع - توزيع - طباعة
العاصمة	ثقافة عامة، شبه مدرسي	الفارابي إيذاع توزيع
العاصمة	ثقافة عامة، كتب للأطفال	السايجي - إيذاع - توزيع
العاصمة	شبه مدرسي، قواميس	مونوميرا - إيذاع - توزيع - طباعة
العاصمة	مدرسي، أدب - علوم	دار ناصر - إيذاع - توزيع
العاصمة	عامة	دار الخلدونية إيذاع - توزيع
العاصمة بن عكنون	تاريخ، طب، محاسبة	ديوان المطبوعات الجامعية (OPU)
العاصمة الالبير		ETP كنوز الحكمة إيذاع - توزيع
العاصمة برج الكيفان		دار المجتهد إيذاع / توزيع
العاصمة بئر توتة	قواميس - موسوعات دين	دار الأصالة - إيذاع - توزيع
العاصمة حسين داي	كتب، دوريات أقراص مضغوطة DVD	دار التنوير - إيذاع - نشر - توزيع
العاصمة برج الكيفان		دار الهناء - إيذاع - توزيع
العاصمة روية		دار الوعي إيذاع - توزيع
العاصمة المحمدية	كتب مدرسية وشبه مدرسية	كليك للنشر
العاصمة، باب الزوار		دار أسامة إيذاع / توزيع طباعة
العاصمة		دار المدى إيذاع توزيع

2- ناشرون / موزعون للوسط والشرق:

دور النشر	ميادين افتتاحية	أمكنة
الملتقى الثقافي	الجامعة	تيزي وزو
الآداب الجميلة	أدب	بجاية
قرفي	كتب إلكترونية	باتنة
خالفي للنشر	شبه مدرسي آداب	بجاية - سيدي يعيش
الفكر + ريش ألسم	آداب - شعر	تيزي وزو
ميديا زائد +	تاريخ، آداب	قسنطينة
مهدي للنشر	ثقافة عامة	تيزي وزو
نيرا للنشر	أدات بالتمازيغت	بجاية
نوميديا للنشر والطباعة والتوزيع والإيداع		قسنطينة

3- ناشرو / موزعو الغرب

دور النشر	ميادين افتتاحية	أمكنة
مركز البحوث الأنثروبولوجية والعلوم الاجتماعية (CRASC)	مجلة جامعية	وهران - بئر الحير -
التفاحات الثلاثة	تحضير المدرسي - كتب للأطفال	وهران
القارئ الصغير	تحضير المدرسي - كتب للأطفال	وهران ميرامار
دار الغرب	أدب، سياسة، اقتصاد، تاريخ	وهران السانيا
دار القدس العربي /إيداع/توزيع	آداب تاريخ، لغة	وهران
أم الكتاب	شبه مدرسي، تاريخ، كتب للأطفال، علوم سياسية	مستغانم

وهران	عامة	دار العزة والكرامة
وهران	كتب عامة	دار البصائر /إيداع/توزيع
وهران	عامة	الألفية الثالثة /ناشر - موزع
سيدي بلعباس	كتب ومجلات جامعية	ريمي /مستورد موزع
وهران		إبن نديم / مستورد /إيداع/ توزيع/نشر

4- ناشرو الجنوب

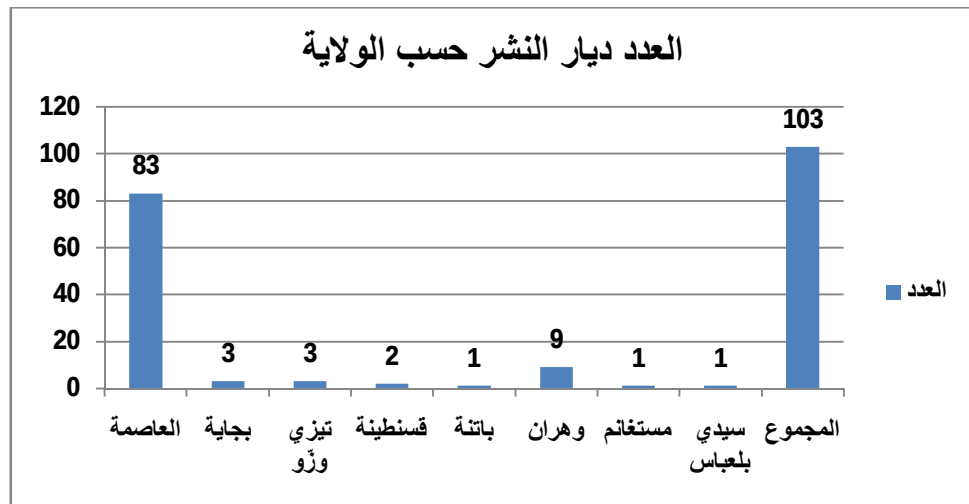
المكان	التخصص	دور النشر
بسكرة	تاريخ، اقتصاد، ثقافة، رياضة، محيط، حكايات	قرفة
	شبه مدرسي، دلائل علمية، حكايات، محاسبى	أسامة للنشر
الجلفة	منشورات فلاحية	الأوراسية للطباعة والنشر (دار)
غرداية	شبه مدرسية، ثقافة عامة، كتب علمية	نزهة الألباب (دار)
غرداية		منشورات رمضان

5- عدد دور النشر حسب الولاية

الولاية	العدد
العاصمة	83
بجاية	03
تيزي وزو	03
قسنطينة	02
باتنة	01
وهران	09
مستغانم	01
سيدي بلعباس	01
المجموع	103

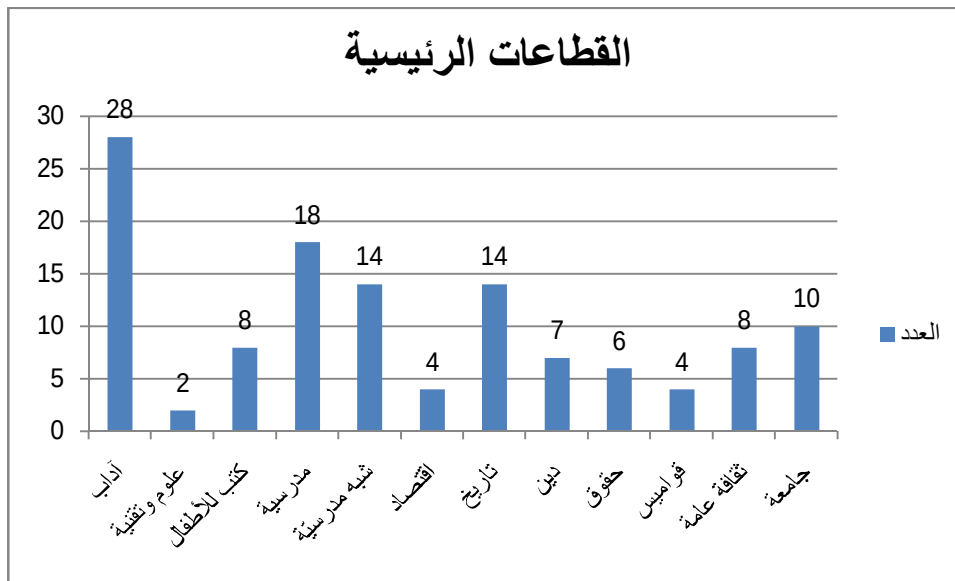
تم حساب الطابعين، الناشرين والموزعين وغيرهم مصنفين على خمسة (05) أصناف صاحب المطبعة، الناشر والموزع:

- طابع، مضيع وموزع.
- ناشر، موزع ومضيع.
- مضيع وموزع.
- ناشر، مضيع، مستورد، ناشر، موزع ومضيع.
-



أهم القطاعات الرئيسية:

الاختصاص	العدد
آداب	28
علوم وتقنية	02
كتب للأطفال	08
مدرسية	18
شبه مدرسية	14
اقتصاد	04
تاريخ	14
دين	07
حقوق	06
قواميس	04
ثقافة عامة	08
جامعة	10



نتكلم في الجزائر أو في غيرها من البلدان عن تركز الناشرين والموزعين مما يؤدي إلى هبوط معتبر للجودة وللكميات الافتتاحية المعروضة لصالح هياكل مقامة بوسط البلاد.

على غرار ما يقع في فرنسا حيث تسيطر سبع (07) مجتمعات للنشر على 90% من سوق الكتاب نذكر من بينها :

أشيت (HACHETTE) للكتب، إيديتس (EDITS) المنجان لـ 48% من الكتب ويتحكمان في 60% من الإذاعة، والتوزيع، ميديا للمشاركة، مجمع لامرتنيار، فلامريون، قاليمار (GDLLIMARD)، ألبان مشال.

3-1-2- تقوم دور النشر بطباعة ونشر كل أنواع الكتب، خصوصا منها الإصدارات المدرسية والكتب باللغتين العربية والفرنسية، ويشار إلى أن هنالك ثلاثة (03) دور للنشر تتميّز بخطها التحريري:

- دار نشر القصة (أول ناشر بالبلاد) بالنسبة للتاريخ.

- دار نشر البرزخ بالنسبة للآداب.

- دار نشر اختلاف بالنسبة للعلوم الإنسانية والاجتماعية.

نلاحظ بأن اثنا عشر (12) دارا للنشر تخصصت في آداب الشباب، سبعة (07) منها تسوّها نساء (علم ومعرفة)، قارئ وهران الصغير، التفاحات الثلاث، اللون السابع، لالة ملاتي المكتبة الخضراء، الضفة الجنوبية، بيكو، دار نشر البغدادي، دلمان، سيديا، لزهرى لبتز.

3-1-3- المنتج

من بين الناشرين، هناك عدد قليل جدًا من المحترفين الحائزين على خط تحريري وسلسلات.

ودور النشر الأشهر هي: القصة للنشر، الشهاب، دور نشر ANEP (خصوصا ما بين 2001 و 2005)، ENAG، البرزخ للنشر، دلمان للنشر، APIC للنشر، دار نشر ألفا (أعاد شراءها ألفا)، GAL للنشر، لزهرى لبتز للنشر، دار النشر للتل، دار النشر للاختلاف، غير عدد الإصدارات المنشورة يبقى ضئيلا بصفة عامة بالنسبة لبلد كالجزائر.

وكان النشر حسب مؤسسة SNIL، لـ 800 كتاب في سنة 2002 و 1000 عنوان في 2003. باحتساب أعادات النشر والإصدارات التي ظهرت في إطار تظاهرة سنة الجزائر بفرنسا.

بالنسبة لـ SPL وبدون تظاهرة الجزائر بفرنسا، فإنّ العناوين التي تمّ نشرها لم تتجاوز الـ 400 في سنة 2002 وكذلك 2003. وتوزيع العناوين هذه حسب اللغة غير معروف. ومعدل السحب هو 1000 نسخة عن كل عنوان والتي قد تصل إلى 10.000 نسخة بالنسبة للكتب التحضيرية المدرسية التي كانت جدّ مطلوب وتبقى كمية السحب ضعيفة، تتراوح بين 1000 و 3000 نسخة بالنسبة لكتب الخيال وبين 3000 و 5000 نسخة للنسبة للقطاع شبه مدرسي. ولا تتعلّى أحسن المبيعات.

3-1-4 التمرکز الجغرافي

إحصاء أكثر من 240 شرب بالجزائر على أساس مشاركتهم في الصالون الدولي للكتاب الذي نظم بالجزائر العاصمة، توجد نصف هذه الدور للنشر بالعاصمة (100) وتسعة (09) بوهان عاصمة الغرب الجزائري وثاني مدينة بالجزائر ، وثلاثة (03) بقسنطينة عاصمة الشرق الجزائري، وتوجد 05 بالبلدية، 03 ببجاية 02 بعنابة، 03 بتيزي وزو، 02 بغرداية، 01 بسطيف، مسيلة، باتنة، بريكة، ودور النشر المختصة قليلة جدا.

3-2 تحليل الوضعية

3-2-1 - العلاقة بين النشاط في سلسلة الكتاب

قد يجتمع نشاط الإيداع والتوزيع ضمن هيكل واحد. فالتوزيع يتحمّل أعباء الحركة الحقيقية للكتاب (تخزين، نقل).

وتسيير التدفقات المالية المدفوعة كمقابل: معالجة الطلبات والكتب غير المباعة والتي يتم إرجاعها، الفوترة، حيث أصبحت سلسلة الكتاب نشاطا صناعيا أكثر فأكثر. وفي هذا الإطار، يرتكز دور التوزيع على تحمّل أغلب النشاطات المرتبطة بالحركة جلب الكتاب وكذلك تسيير التدفقات المالية الناتجة عن المقابل المتحصّل عليه نظير بيع الكتب ويحمل التوزيع على عاتقه ما يلي من التزامات ومهام:

- تخزين الكتب (الناشر الذي يضل صاحب ملكيتها).
- استلام، الطلبات.
- تحضيرها، إرسالها نحو مختلف نقاط البيع، المستعمل النهائي.
- الفوترة وتغطية الديون التي تكون ضامنة للتسديد.
- معالجة حالة الكتب التي أرجعت بسبب عدم بيعها: استلام، انتقاء، إعادة إدماج، أو وضع باللق (تدقّ فيه الكتب) مذكرات قرض موجهة للزبائن.

وأخيرا يكون التوزيع هو الجمع والإرجاع للمذيعين والناشرين للعناصر الموقّمة لمبيعات الزبائن.

وتبقى نشاطات الإذاعة والتوزيع جدّ مرتبطة مع بعضها البعض، مع الممثلين التجاريين، وعمليات الرجوع للسياسة التجارية للناشر.

3-2-2- العلاقات بين الناشرين، والموزعين وأصحاب المكتبات:

سيبحث الناشر الذي هو بحاجة لخدمات مزيّع - موزّع التعاون مع شريك الذي يعطيه حجمه في الانتقاد الوسائل الكافية لتحقيق دافع حسن لعناوين التي ينوي نشرها، وعلى عكس ذلك سيحرص بعض الناشرين أن يسيطروا على قطاعهم على مستوى مزيّع العناوين التي ينوون نشرها حتّى يتسنى لممثلهم التجاريين أن يمنحوا الأفضلية لعناوينهم، والمعلوم أيضا بأن بعض المذيعين يقومون بتقديم مجموع برامج العناوين التي ستصدر عن طريق ناشريهم، بينما يلجأ بعض المذيعين الآخرين إلى تقديم جزئي لعناوينهم أو تقديم عناوينهم المفضّلة والناجحة.

ويقوم بعض المذيعين والموزعين إلى تجميع الفهارس الخاصة بناشريهم والتي يقومون بضمان أوسع رواج لها.

وبتكليف الناشر إيذاء وتوزيع عناوينه لشريك خارجي، يتعنى على الناشر أن يتأكد بأن هذا الأخير يتوفّر على كافة الأدوات الضرورية للدفاع عنها بشباك البيع بالتجزئة، ويلتزم كذلك ببرمجة فرص يقوم من خلالها بإتمام عمليات تحليلية للاستراتيجيات المفضّلة لترويج عناوينه بالسوق، مع تقييمه للنتائج المسجّلة وكذلك تنسيق جهوده في عملية الترقية والإذاعة لمذيعيه يجب كذلك على المزيّع أن يتأكد من توفّر على كافة المعلومات الضرورية لتستطيع تقديم العناوين للناشر على

مستوى زبائنه التابعين لشبكات المكتبات، وباختصار ليتمكن من قياس ما يتوفّر عليه الرّصيد الحقيقي المناسب لعناوينه فيما يخصّ الأصناف المتعدّدة للتجارب بالتجزئة واقتراح تسويق مناسب ملائمة مع محتوى الكتب فلا يكون للناشر اتصال مباشر مع صاحب المكتبة، لهذا السبب الموضوعي يكون عليه أن يعتمد على ممثّليه التجاريين التابعين لمذيعه، أيّ الشخص الطبيعي الذي يقوم بإذاعة كتب الناشر والذي يقوم كذلك بتمثيله على مستوى السوق.

ولتحقيق هذا الهدف تتم برمجة لقاءات منتظمة مرتان أم أربع مرّات سنويا بين الممثلين، التجاريين والناشر حتّى يمكن هذا الأخير من تقديم العناوين التي ستظهر بطريقة سيتمكّن من خلالها من إبراز أهمية كل عنوان وخصائصه، مع تعريفها للقراء المستهدفين مع تقديم حججه في التسويق الخ... وسيحضّر الناشر كذلك بطاقات تحتوي على حججه في التسويق لفائدة الممثلين التجاريين بغرض عقد لقاءات مع أصحاب المكتبات، ويجب كذلك أن ننوّه بأن الناشر يعتمد في تسيير الشبكة على الدور الذي يقوم به المذيع - الموزّع وسيقوم الشريكان الاثنان بتدعيم اتصالاتهم بصفة مستمرة للتأكّد بأن الكتاب سيسلّم في الوقت المناسب في التاريخ المحدّد بالإرسال الرسمي، ويجب كذلك التأكّد من كفاية الفسخ المرسله وتوفّرها بالمخزون لتسهيل إعادة تموين التجارب بالتجزئة عند الحاجة، وسيستمرّ الناشر في إعلام المذيع حول جهوده في ميدان الترقية وحول قائمة الأسعار المرسله للمؤلف بالنسبة للكتاب المعنى، وكذلك حول دورات المؤلف الخ... بطريقة يكون فيها صاحب المكتبة جا هزا لتلبية الطلب المعو عنه.

فلا يجب أن تنحصر العلاقة بين المذيع والناشر على مستوى التخطيط المتعلّق بوضع العناوين بالديوان أو على شكل تثبيّات على مستوى التسويق، وسيقوم المذيع والناشر بتنسيق جهودهم في تحليل منتظم لنتائج أعمالهم وكذلك نجاعة وعقلنة استراتيجياتهم فيما يخصّ التثبيّات في التسويق لكلّ عنوان على حده.

فمنهم الناشر لا تستغني عن مهنة الموزّع، النشر هو إيصال الكتاب إلى حدّ القارئ بالمكان والزمان المختاران: المكتبة، المساحة الكبرى المتخصّصة، دار الصحافة المساحة الضخمة، وتعتمد مهنة الموزّع على لوجيسية معتبرة تمكّنها من معالجة كبيرة لعدد العناوين. فالفوترة، النقل، تسيير مسالة الكتب التي لم تباع ويتمّ إرجاعها للناشر، كلّ ذلك بشكل يساهم في جعل التوزيع يشكّل حلقة إستراتيجية ضمن سلسلة الكتاب.

تجدر الإشارة إلى أهمية نقطتين جوهريتين أولهما نمط احتساب تكلفة الخدمة المقدمة للناشرين ويقوم اغلب الناشرين بإعداد فاتورة حسب قِمة التدفقات المعوّ عنها بالأسعار العمومية خارج الرسوم، وبإمكانهم اقتراح لجنة تعتمد على "الإرجاع الصافي" أي قيمة الكميات الخارجة من المخزون منقوصة من قيمة الكميات المرجّعة بسبب عدم تسويقها، أو على مجموع حركات الذهاب والإياب. هناك عدد ناذرة من الناشرين يقومون في الجزائر بعمليات الإذاعة والتوزيع للكتب وحتى يقوم هؤلاء الناشررون بذلك بصفة ناجعة ومؤثرة فعليهم أن يستعينوا بالمذيعين والموزعين الذين يكتتبون الوسائل اللازمة لإتمام هذه المهام.

فالمذيعون والموزعون لديهم فهارس عن الناشرين، وبفضل هذه الفهارس ستسهل عليهم تنفيذ مهمة إدخال الناشرين بالسوق، ولا سيما على مستوى المكتبات. فمن همة التوزيع قد تكون أولا تكون حصرية، فالموزّع ضامن لمهمة توزيع الكتب لدار النشر الأوم، وكذلك لتوزيع كتب الناشرين الآخرين.

وتتوفّر المجمّعات الرئيسية على شركة للتوزيع: كدار الشهاب للنشر.

وتختلف أنماط إتمام الطلبات، باختلاف وسائل الاتصال الموجودة، حيث يتم ما بين 12% و 15% منها عن طريق الفاكس وما بين 08% و 12% عن طريق الهاتف واقل من 05% عن طريق البريد.

3-2-3 علاقة المستورد / الموزع / صاحب المكتبة

يقوم كل مضيع مع تاجر بالتجزئة بتحديد سلم للإصدارات الجديدة حسب المواضيع وذلك بالنسبة للمكتبات المتوفرة على سلم رسمي. ويتضمن كلّ سلمّ لعة مئات من الأصناف وذلك حسب الأنواع رصيد المبيعات للعناوين، ويكتسي إعداد السلم همة كبيرة وقد ينتج عن تخطيط سيء تقويت الفرصة لتحقيق المبيعات بالنسبة للبائع بالتجزئة والناشر، وعلى العكس من ذلك إرجاع عدد منقطع النّظير للكميات المرجّعة من الكتب التي لم يتم بيعها، أي نسبة مئوية مرتفعة.

وسينتهز الممثل التجاري الفرصة عند زيارته بالمكتبة ليقول بمراقبة مستوى المخزون بها بالنسبة لعناوين الموجودة بالمكتبة، أي العناوين الحديثة، أي العناوين الأساسية. وبإمكان الممثل

التجاري كذلك أن يقترح على صاحب المكتبة أن يقوم بإعادة تموينه بعدد يكون مستوى مخزونه منخفضا.

والقيام كذلك بعمليات ترقية للمبيعات، مع الاحتفاظ بحق إرجاع الكتب التي لم يتم بيعها، دون أن ينسى المثل التجاري بتقديم عتاد الترقية الذي يزوده به الناشر، مع إعلام صاحب المكتبة فيها يخص كل حادث قد يؤثر على بيع العنوان، فتسيير الكتب المرجعة والتي لم تباع يعتبر عملية شديدة التكاليف بالنسبة للموزع الذي يكون عليه إعادة ترتيب العناوين بكافة الفروع الخاصة لمستودع الموزع، وستقوم فرق بتفريع كل الطرود، مع تصديق المطابقة بين محتوى الطرد وجدول إرسال الإرجاع وكذلك مراقبة حالة النسخ مع وضعها بالفروع الخاصة بها بداخل المستودع المخصص لكل عنوان.

وقد يمثل هذا النمط لاكتساب الطلبات عن كل EDI بالنسبة للموزعين الجدد مجهزين أكثر من 70% من نشاطهم، وهي نسبة مئوية متزايدة بفعل الاستعمال المتكرر لهذا النمط من الإرسال، لقد مكن ترسيخ التقنية هذه ربحا وفيرا، يتراوح ما بين يوم و ثلاثة أيام، فيما يخص اجل معالجة الطلبية أو التي يجب أن تعالج في 48 ساعة، إن اغلب الطلبات على شكل EDI تمر عبر DILICOM.

مع حوالي مئة (100) وأكثر من 250 ناشر - موزع على القطر الوطني، مع تمركز بوسط البلاد.

ومسألة توزيع وبيع الكتاب بالمكتبات يضل موضوع الساعة بالنظر للوضعية المتطور بين القراء وهذه الدعامة.

ولقد لاحظنا عقب الالتقاء ببعض أصحاب المكتبات الذين صرحوا لنا بانعدام شبكات التوزيع للكتاب وتدهور فعالية البيع بالمكتبات بالإضافة إلى غلاء الرسوم الفادح، مما ينجز عنه غلاء الكتاب ولاسيما الكتب العلمي، أضف إلى ذلك مشكل النقل، أماكن عرض الكتب التي يقوم أصحاب المكتبات فيها باختيار العناوين، وبصفة عامة لوحظ بأن المذيعين / الموزعين أو حتى أصحاب المكتبات يرفضون دور النشر الصغيرة التي تكون غير قادرة على تقديم برنامج افتتاحي أو ناشر شاب نبتي والذي لا تلقى كتبه اهتماما من طرف أصحاب المكتبات الذي لا يضعون

هذه الكتب بالرفوف لسبب أو لآخر: إما بسبب المواضيع الجريئة جدًا أو البالية، ولما لعدم إثارة المواضيع لاهتمام الجمهور وبسبب نشر تلك الكتب من طرف ناشرين غير معروفين.

حسب رأيي هنالك حلول بالنسبة لهذا النوع من الحالات يكون فيها الناشر غير معروف، حيث تخلق الفرصة للتعريف به: بفضل تنظيم حصص التوقيعات على الكتب بالمكتبات وتعتبر كذلك فرصة لتنشيط المكتبة لهذه المحلات وهو الشيء الذي غالبا ما تقوم به مكتبة العالم الثالث بالعاصمة أو مكتبة الشهاب للنشر أو كذلك ميديا بوك (MEDIA BOOK) التابعة لـ ENAG.

والوضع بالمستودع أو المستودع - البيع يعتبر ممارسة تقع فيها الموزعين وأصحاب المكتبات أو الناشرين وأصحاب المكتبات، أين يتم إيداع عددا معينا من النسخ التي يقوم أصحاب المكتبات بانتقائها، والشيء الأساسي في التسيير هو إعداد قسيمة للإيداع ووصل الطلبية أو وصل للتوزيع، ويقتصر التوزيع الكتاب على تسيير حسابات الزبائن، على أن تخصص للناشرين أسعار الكتاب التي تم بيعها (تخفيض السعر لصالح التاجر بالتجزئة ونسبة مئوية ستخصم لشركة التوزيع) مع إعلامهم بالمتابعة الخاصة بالمبيعات.

ويتعلق التوزيع كذلك بتسيير مشاكل التمويل (نقل، تهيئة المستودعات، عتالة مخزون وحركة المخزون) تركز ومعالجة الطلبات (المرسلة من طرف الممثلين التجاريين، السماسرة، أو الوسطاء، الهاتف، الانترنت الخ...) المعدة على الصعيد المادي فيما يخص الفوترات، جداول الإرسال بما فيها التعبئة والإرسال.

ويقوم بعض أصحاب المكتبات بمعالجة صفقاتهم هاتفيا، ويتلقون الفهرس عن طريق الفاكس، وينتقون العناوين، ودور الموزعين لتسويق الكتب، وهامش الربح يكون 30% و 70% نظير الرسم على القيمة المضافة (ر.ق.م TVA) مع سهولة الدفع، يعني جزء وجزء آخر لاثان أو ثلاثة أشهر مع إمكانية إرجاع الكتب التي لم تباع.

مكتبة المأمون من أقدم مكتبات وهران، مفتوحة وتمتاز بموقع استراتيجي ولها جناح الكتب الأساسي المتعددة الاختصاصات باللغتين العربية والفرنسية، وثمونها دور نشر كدار الشهاب للنشر، دار النشر القصبة، ENAG أو حتى الموزعين المستوردين وتجار البيع بالجملة، وقم هؤلاء لأصحاب المكتبات فهارس على شكل دعامات ورقية، حتى يتمكن من التعبير على اختياراته ابتداء من 10 نسخ على مستوى مستودع البيع، ويقوم صاحب المكتبة كذلك بتقديم طلبية

هاتفيا، ويتلقى مقابل ذلك الرد من الناشرين والموزعين الذين يرسلون له فاكس متضمن لقائمة من الكتب التي تم إنتقاؤها.

لقد فتحت مكتبة الألفية الثالثة أبوابها منذ 07 سنوات، موجودة بوسط المدينة، وهي جائزة كتب أساسية متعددة الاختصاصات العلمية باللغتين العربية والفرنسية وعلاقة المكتبة هذه مباشرة مع دور النشر كالشهاب للنشر، والقصة للنشر، و ENAG، ولكن المسئول عوّت لنا عن انشغالها بشأن سعر الكتاب الغالي جدًا. يقوم الناشرين باقتراح فهارس على الورق لانتقاء الكتب، علما بأن أغلبية الناشرين حاليا لهم موقع واب (WEB) ولكنهم يحافظون على نمط العمل وفقا للأسلوب التقليدي. ويتنقّى الموزعون بتكليف بمهمة أو كذلك بفواتير مرفقة بعينات من الكتب (03 نسخ على الأقل) لتقديم اقتراح لأصحاب المكتبات، وهو تطبيق متبع من طرف دار النشر لدار الغرب. فرغم الطلب الشديد على الكتاب المدرسي، فالمكتبة تبقى عاجزة على تلبية طلب جمهورها سبب ذلك يرجع لعدم حيابة صاحب المكتبة على رخصة لبيع الكتب المرسية.

3-3-1- وضعية توزيع الكتاب عبر النصوص التشريعية والقوانين الجبائية

قانون المالية يدخل من سنة لأخرى قواعد جديدة ومعايير السير وهي بطبيعتها قانونية واقتصادية. من التدابير المتخذة بقانون المالية 2001 و التي تهم الكتاب ومستوردي الكتاب المدرسي والجامعي من إعفاء من الرسوم والحقوق الجمركية على مستوى الاستيراد. والرسم على القيم المضافة (TVA) يبقى بدون تغيير بدأت الجزائر فورا الحصول على الاستقلال من وضع تشريعات خاصة بالقطاع الثقافي لتسيير الهياكل القاعدة الموروثة عن الاستعمار الفرنسي، وكذلك لضبط قطاع أصبح استراتيجيا من الناحية الإيديولوجية بالنسبة لدولة حديثة العهد بالاستقلال.

تعتبر المرحلة الممتدة من 2002 إلى 2010 هي المرحلة الثالثة وتاريخ التشريع والتنظيم الثقافي بالجزائر. ومن الأهم والتي يجب دراستها لأنها تختلف عن مرحلتين السابقتين، من حيث العدد الهام جدا من النصوص التشريعية والتنظيمية التي نشرت ومن حيث كذلك الآثار العميقة التي أنتجتها على القطاع الثقافي والفني.

ولقد تمّ قطاع الكتاب بإنشاء المركز الوطني للكتاب في 2009 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 09-2002 المؤرخ في 27 ماي 2009 المتضمن إنشاء المركز الوطني للكتاب، والمهام الموكلة لهذا المركز هي تشجيع الإبداع في مختلف أشكال التعبير الأدبي والمساهمة في الإذاعة

والنشر بكل أشكالهم، للمؤلفات الأدبية، مع اقتراح كل عمل أو مبادرة تساعد على تنشيط عمليتي النشر والتوزيع للكتاب وترقية المطاعة العمومية، ودعم مجموع المراحل التي يمرّ بها الكتاب، وإبداء الرأي بناء على طلب وزير الثقافة حول كل مشروع يوجّه له بغرض التحصل على مساعدات، وإعانات مالية لصالح مختلف المتدخلين عبر مراحل إنتاج وترويج، تسويق الكتاب ووصوله إلى القارئ.

ولكن وإلى يومنا هذا لم يستطع هذا المركز أن يلعب دوره على أحسن وجه في مجال الكتاب بالجزائر، وينتظر صدور قانون خلال هذه السنة (2013) انظر إلى الملحقات.

معالجة معلوماتية واستعمال

سجلنا بأن معظم المكتبات التي درستها تعتمد على أسلوب المعالجة المعلوماتية، حيث أنهم يتوفرون على الأقل على جهاز حاسوب يساعدهم على تسيير المخزون أو إرسال الطلبات. فأنظمة البرمجية المعلوماتية لتسيير المكتبة مستعملة بصفة عادية ومنتظمة، وهي أنظمة برمجية حرة مستخرجة من نظام الانترنت.

وتتم عملية التوزيع والتموين عن طريق:

- النقل البري.
- البريد.

وظيفة الموزع:

- المخزون.
- تسيير الطلبات.

المراحل المتبعة في تسيير الطلبات:

- متابعة المخزون
- إرسال الفاتورة الافتراضية للزبون.
- تحضير الطلبية.
- الإرسال.

- الدفع الخاص بالكتب المطلوبة على مستوى الناشرين.
- تغطية الدين على مستوى الزبون، مسالة تخفيض سعر الكتاب.
- نسبة التخفيض للناشرين تتراوح بين 25 و 30%.
- نسبة التخفيض لأصحاب المكتبات وتقدر عموما ب 25 % إلا في حالة الإيداع حيث تصبح 20%.

وحتى تزدهر المكتبات وتتمكن بلعب الدور المنوط بها على أكمل وجه في الوساطة بين المؤلف، الناشر والكاتب، يجب التركيز على بعض النقاط الأساسية التي يجب اعتبارها ألا وهي:

- تحديد نوعية الزبائن، عدد النسخ، وقائمة الأسعار التي ستطبق.

وحتى يصل الكتاب للقارئ، من الجدير تنوع وتعدد نقاط البيع واختيار قناة للتوزيع بالإضافة للصالونات حسب المواضيع، ونوعية الجمهور أو القراء والنوع والميدان، ومعرفة الهدف الجيد ستسمح باختيار أماكن الإذاعة الأحسن وتركيز كل الجهود في اتجاهها، وإشكالية سعر التكلفة عند كل لقاء يجب دراستها بإمعان كبير مع مراجعتها بالنسبة لكل صاحب مكتبة، بالإضافة لهذه الممارسات المشار إليها أعلاه، تضاف ممارسة الاشتراكات الورقية والممارسات على الخط، لاحظت بحكم تجريبي بأن الاشتراكات أو إيصال وتوزيع المجلات تسبب في مشكل كبير فيما يخص مواعيد التسليم، فالمؤمنون الموجودون غالبا بالعاصمة يمرون عبر المتعاملين الذين يقومون بعمليات التجميع بباريس، كما هو حال ocd أو كذلك SAD وهي شركات متخصصة كذلك في الاشتراكات بالمجلات، غير أن ذلك لم يؤدي إلى حل المشكل المطروح، وحين الوقت لإنتاجنا أن يعتمد المعايير المعمول بها حسب قواعد المعطيات التي يعمل بها المحترفون في قطاع الكتاب لتحقيق ترقية للكتاب على المستوى الدولي وهناك قاعدتين للمعطيات ألا وهي ELECTRE و DILICOM.

موقع الواب (WEB) التابع للمذيعين / الموزعين

الجدير بالملاحظة إلى أن معظم الناشرين لهم مواقع انترنت يقومون فيها بتقديم كتبهم وإعطاء كل المعلومات المتعلقة بها، دون الاجتهاد فيما يخص تطوير القراءة الرقمية، أو النشر الرقمي لكتبهم، ويظل النشر الرقمي مشروعا بالنسبة لأغلب دور النشر، وتتمحور التعليقات حول الفرق الموجود بين الدعامات الورقية / الرقمية، وكذا الجوانب القانونية والتجارية والزيادة في السعر (فالمؤلف الرقمي أغلى سعرا من المؤلف الورقي) مع التأكيد على أن الكتب الالكترونية مؤمنة أكثر مع الحرص على عدم إعادة طبع لأي مؤلف الكتروني.

ما رأيكم في الكتاب الإلكتروني؟ وما هي فوائده وعيوبه؟

- ثلاثة ناشرين يفكرون بأحد الحاجيات يعبر عنها الجمهور المدرسي.
- ناشران اثنان يفكران بأن ذلك يستجيب لحاجة الوثائق المتخصصة.
- ناشران يفكران بأن هذا قد يزيد في المبيعات.
- ناشران يذكران سرعة النشر (أو سهولة الوصول).
- ناشر يقول بأن هذا يمكن أن يصل إلى الشباب.
- ناشر يسجل بأن هذا سيحدث حركة.

وكيف سيتم تحديد سعر بيع مؤلفاتكم الالكترونية؟ أجب أن يماثل سعر النسخة المكتوبة

على الورق؟.

- 16 ناشرا يعتبرون بأن سعر الكتاب الالكتروني باهض جدا.
- 05 ناشرين يقولون بأن المؤلف الرقمي يجب أن يباع بنفس سعر الكتاب المكتوب على الورق.
- 08 ناشرين يصرحون بأن الكتب الرقمية يجب أن يكون سعرها أقل من الكتب الورقية.
- 03 ناشرين يقولون بأن الكتب الرقمية يجب أن يكون سعرها أكثر بالمكتبات التي تنوي تسليفها ويضيفون بأن الكتاب الرقمي يلائم أكثر الوثائق المتخصصة والتربوية، يذكر ناشر مسألة اتخاذ الحذر في استعمال الكتب الرقمي.
- يصرح ناشر آخر بأنه يصعب تقييم سوق الكتاب الرقمي.

- ويظنّ ناشر آخر بوجوب وضع نظام يحترم حقوق المؤلف، وهناك بعض الناشرين لا يحاولون تطوير القراءة الرقمية، وهناك ممارسة تجديدية حسب رأيي وتتعلّق بمواقع واب (web)، فأغلبية الناشرين والموزعين لهم مواقع واب (web) لتقديم كتبهم والتعريف بها، ويشار إلى مواقع واب (web) إلى أنها متفاعلة وجذابة توضع في متناول الجمهور للإطلاع على الفهارس الخطيّة (EN ligne) التابعة للناشرين. ونذكر بعض المواقع التابعة للناشرين الذي يقومون بعمليات تقديم الطلبات والبيع.

باستعمال نظام الانترنت

CADOC

كادوك

وهو بحث بسيط ومتقّم، ويتم التسجيل على الموقع الخطّي، لذلك يجب التسجيل بالموقع للتعرف على الهوية حتّى يكون للمستعمل اسم للمستعمل وكلمة سرّ وخانة إتّصال ومخطط لدخول الموقع (انظر الصور بالملحق).

- حبر للنشر -

في صفحة الاستقبال نجد خانة التقديم للكتب، الإصدارات الجديدة، والاتصال باللغتين العربية والفرنسية، قائمة الكتب مرتّبة حسب الأقسام (أدب - تعليم - روايات الخ... إمكانيات البحث حسب المواضيع والمؤلفين.

الفهرس: مع انتقاء للكتب والعدد، تقديم لبطاقة عن كلّ كتاب، خانة فرع الإصدارات الجديدة المحتوية على عدد الكتب وتفاصيل متعلّقة بها وملخصات السعر وإمكانية تقديم الطلبية على الخط. والموقع يكون محيّا.

وحبر دار للنشر تمّ إنشاؤها رمزيًا يوم 16 ابريل (يوم العلم) من سنة 2006. وتسجّل ضمن تقليد الانفتاح على العلم، حيث تمّ إنشاؤها بفضل المكتب التي أنشئت في 1965 بالأبيار والتي كانت للقاءات والمبادلات.

وتحتوي دار الحبر للنشر على خط افتتاحية مهداة للعلم والمعرفة.

ألفا للنشر ALPHA

تمّ أنشاؤها في جانفي 2006، دار ألفا للنشر هي فرع من ألفا DESIGN، وهي اليوم تكتسب لـ أربعين عنوانا بفهرسها، وهي ذات طابع عام منحت لنفسها خطأ افتتاحيا الذي يجعل من الكتاب موصلا للمعرفة، التربية، التسلية وتفتح الفكر على العالم، لقد أثبتت دار نشر ألفا جدارتها عند الجمهور والمهنيين في ظرف سنتين بفضل تناولهم لكل الميادين المتنوعة مالا آداب وأدب الشباب والأطفال، التاريخ، الاقتصاد التراث، الكتاب الجميل.

لقد فرضت دار نشر ألفا مكانتها بالجزائر والخارج بفضل مشاركتها بالصالونات الكبرى للكتاب من العاصمة الجزائر إلى باريس، مرورا على تونس والدار البيضاء.

وتخصّص الأغلفة الزرقاء لكتب الآداب، والصفراء لكتب التاريخ، الخضراء لكتب الاقتصاد والحمراء لكتب العربية، وهي موجودة بقوة برفوف المكتبات وصالونات الكتب وذلك بفضلها جودتها الجمالية العالية وجودة المحتوى وتستهدف دار نشر ألفا إعطاء المؤلفين الناجحين إمكانيات للمساهمة في التعبير الثقافي المتنوعة في بلادنا وكذلك تزويد القراء بالأدوات التي تسمح لهم برفع مستواهم الثقافي، مع تلطيف حسم الفني، وتدعيم الذوق الحسن والتربية الصحيحة لدى الأطفال وذلك عن طريق نشر الكتب والمؤلفات التي تنتمي الخيال المنبعث من جمال القصص والرسوم.

وتقدّم دار النشر ألفا صفحة للاستقبال مع انتقاء للكتب الحديث الظهور المصحوبة ببطاقة للمنتوج والتي تحتوي على العنوان، غلاف صفحة الكتاب، اسم المؤلف، اسم دار النشر وتاريخ النشر، ويمثّل الموقع عدّة أركان: كركن الإصدارات التي ستظهر، فهرس للكتب، بحيث عن طريق العنوان، اسم المؤلف، رمز ISBN مع انتقاء لقوائم الكتب مع عدم ذكر السعر ببطاقة المنتج. ويقدم لنا كذلك مختلف الميادين الافتتاحية: الكتب الجميلة، الروايات التراث، القصص، المحاولات الفكرة الشعر، التاريخ والمسرح، وكذلك ركن آخر خاص بالاتصال والمعلومات عن الناشرين.

دار العزة والكرامة

تتنوع المواضيع التي تقّمها دار النشر هذه والتي تتميّز بتنوّع الميادين العلميّة: كالكتب الجميلة القواميس، الاقتصاد، الحقوق، الايكولوجيا، التاريخ، الشهادات، اللّغات، علم الموسيقى، الطبخ، الكتاب المدرسي وشبه المدرسي، كتب الشباب.

دار الحكمة للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة

موقع جذاب وتفاعلي، متضمّن لعدة أركان مع قائمة رئيسية، وعدّة أركان: تقديم دار الحكمة للنشر، كلمة مسئول دار نشر الحكمة، وكلمة أصحاب دار النشر، عمليات نشر الدار المتعدّدة النشاطات، المعارض والتظاهرات، المؤلّفون وأخيرا الاتصال: أنشأت دار الحكمة للنشر في 1984 من طرف احمد ماضي احد مؤسسي النقابة الوطنية للناشرين الجزائريين SNEI قام احمد ماضي كذلك بتأسيس أول مقهى أدبي لدار النشر الجزائرية الحكمة، ويمنح لنا الموقع إمكانية إجراء البحث عن طريق كلمات مفتاحية بالإضافة لإمكانية القيام بطلبات وشراء الكتب، وتمّ تحيين الموقع في 2011.

دار الهدى للنشر والتوزيع

يوجّه النشاط الافتتاحي أساس للكتاب شبه المدرسي، الدين، الثقافة العامة، الطبخ والحلويات، كتاب الشباب، الأدب العربي والأجنبي، الحقوق والطب والصحة مع إمكانية قراءة الكتب عبر الهواتف النقّالة الإصدارات الجديدة أرشيف الإصدارات، كتاب مع بطاقة المنتج مع عنوان الكتاب، المؤلّف، الشكل وعدد الصفحات، ورمز ISBN، سعر الكتاب وإمكانية شراء الكتب عن طريق الانترنت. والموقع محنّ. ركن التعليقات وشركاء التوزيع.

ميغا نقاط MEGAPOINTS

يمنح الموقع انتقاء للكتب والإصدارات الجديدة المصنّفة، مع إمكانية التعبئة عن بعد للكتاب المرزّبة على حسب المواضيع، وكذلك فهرس على الخط الممثل لبطاقة المنتج للكتب والمتضمّنة لـ IBBN النشر، عنوان، مؤلّف، ناشر، وبأسفل الصفحة تجد ركن الاتصال مع العنوان والعنوان الالكتروني، هاتف فاكس، بإمكان القارئ طلب معلومات عن الكتاب مع ملء قسيمة على الخط،

يوفر فريق للرّد على كلّ الطلبات مع إمكانية إجراء بحث على الخط حسب العنوان، المؤلف، IBBN نشر وتاريخ النشر بالفرنسية.

دار بلقيس

يقدم لنا الموقع 120 كتابا من قواميس، كتب جميلة وميادين أخرى... يوفر هذا الموقع إمكانية إجراء البحث صفحة الاستقبال تقدم انتقاء للكتب مع بطاقة المنتج الذي يعطي عرضا عن المؤلف العنوان بالعربية والفرنسية، النشر، عدد الصفحات السعر ورمز ISBN، العنوان مع غلاف الكتاب. الإصدارات الجديدة والميادين الافتتاحية. فهرس مع عنوان الكتاب، المؤلف، النشر، عدد الصفحات، المقاس، سعر الكتاب، الرمز IBBN وملخص للكتاب، الموقع تفاعلي، يوفر إمكانية الاتصال مع المؤلف عن طريق البريد الإلكتروني. إرجاع نحو مكتبة "دار القلم" بسطيف لشراء كتب نشرها دار بلقيس ومقدمة بهذا الموقع واب (WEB).

دار الشهاب للنشر

انظر ملحق كيفية إجراء بالموقع: واجهة المستعمل.

تقدم دار النشر "الشهاب" عدة خدمات:

الشهاب للنشر

- 0 إمكانية استثمار الفهرس والإصدارات الجديدة.
- 0 مكتبة الشهاب الدولية: واجهة حقيقية للإنتاج الوطني الذي تعرضه مكتبة الشهاب مع منح فرصة الاطلاع عبر هذا الموقع وإمكانية تقديم الطلبية.
- الشهاب للإذاعة: خدمة مقدمة لأصحاب المكتبات اللذين يريدون التّمون والناشرون اللذين تهمهم الإذاعة وتوزيع كتبهم الأساسية.

مطبعة الشهاب: تمكين المحترفين في قطاع الكتاب من انجاز كلّ أعمالهم في الطباعة

مكتبة الشهاب: واقعة بحي باب الواد لمحور الرابط بين كنيسة "نوتردام دافريك" بقصر الرئيس (حصن 23)، تعدّ مكتبة الشهاب الدولية من أهم المكتبات الموجودة بالعاصمة، متربعة

على مساحة تقّر ب 400 م² ، مقسّمة على مستويين، وهي مهیةً بالكامل، مع الحرص على الجانب الجمالي والعملی.

فالموقع هذا يعكس فعلا تصوّرات، حيث ستجدون بهذا الموقع أهم قاعدة معطيات للإنتاج الجزائري، ويتمّ تحيين هذه القاعدة المعلوماتية لتمكين القارئ من الاستعلام على النشاط الافتتاحي الوطني وكذلك لتقديم طلبية عبر هذا الموقع.

تمّ إنشاء دار نشر شهاب في 1989 التي قامت بنشر أكثر من 800 عنوان إلى يومنا هذا، معتلّ 50 عنوان سنويا. تحوّلت دار النشر للشهاب نحو النشر المدرسي والجامعي، وهو اختيار افتتاحي منحها مكانة مرموقة وسط الرواد بهذه الميادين، لقد سخّرت دار نشر الشهاب كلّ جهودها في كتاب الأطفال، وعيا منها بالرهانات الثقافية، إذ قامت بتدشين مشروع طموح يحمل عنوان "شهاب أطفال" والذي تطابق مجموعات المتعدّدة كل مراحل نموّ الطفل، بفضل اهتمامها بمكانة تاريخ الجزائر استطاعت الشهاب أن تتجزر سلسلة من الكتب التي تتناول حركة التحرير الوطني، عبر أعمال المؤرخين والأنباء السياسية والاجتماعية للجزائر المعاصر بصوت أشهر منشطيه.

في 2000، استطاعت الشهاب أن تقتحم بنجاح ميدان الأدب والنقد الأدبي، وهي مغامرة مثيرة مع جيل من الكتاب الحاملين لقلم شاب ومجدّد استطاع أن يلقي إقبالا كبيرا من الجمهور ووسائل الإعلام. بفضل توافد أكثر من 12000 مرجع موزّع على 21 اختصاص، فنّ، تاريخ، أدب، إعلام آلي، حقوق، طب، اقتصاد، علوم دقيقة، علم اجتماع، أدب الشباب، من آخر روية ناجح بولار (PALAR) للسويدي هنين مانكل، إلى أول رواية لشوقي عماري، من آخر طبعة للقانون العقاري إلى أبجديّة الواب ماستر (WEB MASTER). اغلب الإصدارات موجودة بدار الشهاب الدولية التي تتوفر على قاعدة للمعطيات تقّر ب 2.000.000 مرجعا. يمكن كذلك يلقي نصائح من طرف فريق من أصحاب المكتبات فيما يخص الاختيارات، فرق يضع خبرته كلّها في خدمة القراء مكتبة الشهاب الدولية موجودة في ملتقى اللّقاءات والتبادلات بفضل تنظيم ندوات أدبية وحصص للبيع والإهداءات وذلك بصفة منتظمة والتي تجلب لها جمهورا عريضا مع تواجد شخصيات أدبية وإعلامية ونقاشات حول مواضيع الساعة حول الأدب الموسيقي والفنون التشكيلية، مع الاحتفاظ بمختلف الإصدارات التي تمّ انتقاؤها إلى حين طلبها أو عدم طلبها.

العنوان

ماسينيسا

المؤلف

ماري فرنس - بريز لانس

للغة

ENAG للنشر

الناشر

رقم الطبع

الصيغة

328=13.5*22

عدد الصفحات

9961-72-052-0

الرقم المعياري الدولي للكتاب

تاريخ النشر

تاريخ الظهور

الشروط العامة للبيع

كيف تقدم الطلبية؟

بعد الحصول على الكتاب الذي تم اختياره يجب الضغط على الزر (كليك) على الرسم
إضافة للقفّة"وقد تكم تصلح لانتقاء الكتب المسيرة للانتباه. ويمكن إضافة، إلغاء أو تعديل
الكميات قبل تقديم الطلبات للوصول إلى قفّة تكم لمراقبة إنتقاءاتكم الأولى، يجب الضغط "كليك"
على زر قفّة"وعن طريق القفّة يمكن إجراء الطلبية:

- باستعمال وسيلة الفاكس أو البريد: بالضغط على زر "إعداد تقويم"، إلى طباعة هذا
التقويم، وإرسال حسب المعلومات التالية:

في جميع الأحوال لا يمكن معالجة الطلبية إلا بالدفع (شيك أم صرف بنكي).

ما هي أنماط البيع؟:

الدفع يتم عند الطلبية، هناك إمكانية الدفع بالشيك أو الصرف البنكي.

تنبيه: التكاليف المتعلقة بالإرسال تقع على عاتق القارئ (المشتري) في حالة إرسال خارج
يجب إرسال صرف بنكي حسب قيمة الطلبية التي تمت ورسوم الجمارك أو الاستيراد ليست
محسوبة هذه الرسوم التي تبقى على عاتق الزبون لا يمكن احتسابها مسبقا (لكل بلد سياسته
الجمركية الخاصة بها) وتقوم دار النشر بإعلام الزبون حول المنظومات الخاصة بالطلبات، وأنه
حسب كمية الطلبات، تحسب التكاليف الخاصة بالإرسال تكون على عاتق الزبون. والأسعار
المسجلة تحتسب الرسوم المطبقة من طرف مصالح الإرسال والمسجلة.

الكتب التي يتم إرجاعها بسبب عدم بيعها

في حالة وجود كتاب غير قانوني أو غير رديء تلتزم دار نشر الشهاب بإرجاع قيمة
الطلبية كاملة (سعر الكتب + تكاليف الإرسال) وكذلك تكاليف الإرجاع في حدود 1.5 مرة من
قيمة التكاليف المفوترة .

بعض المعلومات اللازمة المقننة من طرف دار الشهاب للنشر باتجاه مختلف الأصناف

من المستعملين في إطار خدمة الزبائن

المصلحة التعليمية موجهة بكاملها للزبائن الذي يمكن لهم الحصول على كل المعلومات المطلوبة حول كتبها. ونحن في الاستماع لكم من يوم السبت إلى يوم الأربعاء من 9 والنصف صباحا إلى السادسة مساءً ونحن سعيون لتلقي كل ملاحظاتكم واقتراحاتكم.

وانتم أصحاب مكتبات؟ ترغبون في الاستعلام (سعر، توفر الكتب، الطلبات، التحاور مع ممثلكم واستلام فهارسكم الورقية) اتصلوا بمديعنا وموزعنا.

انتم مؤسسة او شركة؟ ترغبون في الاستعلام (أسعار، توفر الكتب، آجالنا، تقديم الطلبية واستقبال فهارسنا الورقية) اتصلوا بمديعنا وموزعنا.

انتم المؤلفون؟ لا ترددوا في الاتصال بنا بالنسبة لمشاريعكم أو اقتراحاتكم التوجيهية.

انتم صحفيون؟ تريدون أن تطرحوا علينا أسئلة، للاستعلام على الإصدارات الجديدة ونشاطاتنا الثقافية اتصلوا إذن بنا بمصلحتنا الصحفية:

فمنذ إنشائها قامت دار النشر والتوزيع والطباعة والإذاعة الشهاب بإصدار كتب موجهة للجمهور الكبير ولها قيمة أساسية وسط الناشرين الجزائريين والأجانب.

ويجوب فريق مكون من 05 ممثلين كامل التراب الوطني لتموين أكثر من 400 مكتبة ونقاط للبيع ويتمحور دورهم حول:

- تقديم النص في عملية اختيار العناوين.
- توجيه أصحاب المكتبات لتطوير أساس مكيف مع الزبائن.
- ويقوم فريق شاب وحيوي بالرد على كل الاستعلامات التجارية ويضمن ما يلي من الأعمال:
- متابعة مشخصة للطلبية إلى حد الفوترة.
- تحيين أسبوعي لقاعدة المعطيات.
- مخاطبين متخصصين يوجهونكم في اختياراتكم للكتب.
- احترام الآجال المحددة .

ومن الأشياء الجديدة بسطة سلع بدار الشهاب تمّ تدشين مبسطة للسلع في 2007 يعرض فيها أساس الناشرين الممثلين، وتعرض الشهاب على زبائنها إمكانية تزودها بسرعة لمعالجة الطلبات العاجلة.

وضعية المخزون، الإحصائيات، وتؤتي كلّ الخدمات للزبائن في أية لحظة من السنة بفضل عمل فريق متواجد باستمرار لمكان العمل وكذلك بفضل أدوات التسيير الناجعة.

الممثلون: قامت دار النشر الشهاب بوضع فريق من الممثلين التجاريين يقومون بدورات منتظمة ويكون دورهم:

- تقديم الإصدارات الجديدة الخاصة بالناشرين الممثلين.
- تقديم النصائح والمساعدة لأصحاب المكتبات المختارين.
- ضمان إعادة توضيب نقاط البيع.
- تقديم المعلومات حول عمليات الترقية المحتملة والعمليات الخاصة التي يقترحها الناشر.

مطبعة الشهاب: صلاحيتها هي:

- تقييم أعمالكم في مجال الطباعة بفضل نجاعة عتادها وكفاءة فرقنا.
- تقديم أفضل النصائح بالنسبة لأعمالكم.
- تلبية حاجياتكم في أسرع الآجال.
- نقترح عليكم أحسن الأسعار.

كيف يكون تقديم الطلبية؟

بعد الحصول على الكتاب الذي قمتم باختياره، يكفي الضغط "كليك" على خانة "إضافة للقفّة" فقفّتكم تصلح لانتقاء الكتب التي تهتمكم، ويمكنكم كذلك إضافة، إلغاء أو تعديل الكميات قبل تقديم الطلبات. وللوصول إلى قفّتكم ومراقبة انتقائكم الابتدائي، اضغطوا "كليك" على خانة "قفّة" وستقومون بتقديم طلبكم حسب الأساليب التالية:

عن طريق الفاكس أو البريد:

بالضغط "كليك" على زرّ "إعادة بيان بالنفقة"، إلى حدّ طباعة كشف بالنفقة، سترسلونه لنا وفق المعلومات التالية:

لا يمكن معالجة طلبيتكم وفي جميع الأحوال إلّا إذا صاحبها التسديد (بالشيك أو التحويل البنكي).

ماهي أنماط التسديد؟

عن طريق الشيك: يجب أن يكون الشيك لحساب الشركة ذات المسؤولية المحدودة دار الشهاب مع إرساله لنا عن طريق البريد مع نسخة مطبوعة للطلبية مسبقا على الموقع، حذار في هذه الحالة، مع الحرص على أن ترسل الطلبية إلّا بعد استلام الشيك بالعنوان المشار إليه.

إتصالات

- اللقب: مكتبة الشهاب: 10، شارع إبراهيم غرافة -
- الإسم: باب الواد - العاصمة الجزائر
- العنوان الإلكتروني: الهاتف: +213 (0) 21975433
- الموضوع: فاكس: +213 (0) 21975191
- نص الخطاب:

واجهة المستعمل

المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار ANEP

ANEP شركة مساهمة (SPA) أنشأت في 1967 وهي سليفة شركة فاس (HAVAS) الجزائر، وهي الشركة الوطنية للنشر والإشهار التي ورثت تقاليد وتجزئة كبيرة في أحد أهم مهن الإتصال، الإشهار والإعلانات لقد أصبحت هذه المؤسسة الوطنية للاتصال، النشر والإشهار.

تتوفر هذه على هياكل قاعدية معتبرة بفضل أجهزة الإنتاج العصرية، لم تتوقف عن توسيع مجال نشاطاتها، بالإضافة لوحدين تمتلكها: وحدة إدارة الصحافة الإشهارية. ووحدة الطباعة الموجودة في روية.

انطلقت المؤسسة في إنشاء فروع جديدة لتدعيم مهنها القديمة وهي اليوم نشيط لا يستغنى عليه في مجال الإتصال النشر والإشهار بالجزائر، وتدعى هذه المؤسسة لتصميم وتسيير الميزانية الإشهارية بالنسبة للتظاهرات الإعلامية الكبرى، كاس إفريقيا للأمم 1990، الألعاب العربية في 2004، الصالون الدولي للكتاب بالعاصمة (سيلا) خلال خمس دورات.

ويقدم لنا الموقع عناوين حتى تسهل عملية تقديم الطلبات وكذلك عناوين مكاتب ANEP عبر التراب الوطني. انظر بالملحق.

فمثلا مكتبة الراشدية، فضاء مخصص للثقافة الجزائرية تنشط المؤسسة الجزائرية للنشر والإشهار (ANEP) (م ج ن إ) وهي مكان يلتقي به المؤلفون والقراء. هنالك عدة مكاتب مقامة عبر التراب الوطني.

برزخ للنشر

انطلقت دار النشر برزخ ابتداء من شغفها بالكتب. كنا رفقاء منذ وقت طويل، فالكتب تمتلك فضائنا وتعيش بداخلنا ودائما كنا طلبة بالخارج في سنوات 1990 كنا نقرأ بحرارة ولقد أثار انشغالنا لانعدام شبه التام للإصدارات الأدبية بالجزائر. وفور عودتنا بأرض الوطن أنشأنا دار البرزخ للنشر وكان ذلك في سنة 2000، فالظروف كانت مواتية مع غزارة الإبداع والرغبة في القراءة عقب الكارثة، اليوم فهرس البرزخ يحتوي على 120 عنوانا. وفي سبتمبر 2010، قامت دار

النشر باستلام أكبر جائزة "كيلو" للثقافة والتنمية المسلم من طرف منظمة "كلو" في ديسمبر 2010 من طرف ملكة هولندا بالقصر الملكي بأمستردام، وهي جائزة جميلة غير منتظرة هامة من الناحية المادية والرمزية التي يشرف الفريق، المؤلفون، المؤلفات، وقد تم تصفية الفهرس حسب لمؤلف، سنة الظهور مرسله عبر البريد الإلكتروني للمستعملين بعد إجراء تسجيل بالموقع باستخدام .NEWSLETTER.

دار القصبة

دار القصبة للنشر هي من أكثر دور النشر شهرة بالقطر الوطني بفضل جودة وإنتاج كتبها، وتشمل كل أنواع العلم والمعرفة بشتى الميادين: أدب، صحة، صحافة واتصال، تاريخ، تراث، قواميس. وهي تقدم موقع واب (WEB) مع صفحة استقبال وإصدارات جديدة، غلاف، عنوان ناشر، مؤلف.

وبوابة من الأركان مع إمكانية إجراء بحث حول الكتب المنشورة بالجزائر والمرتبة حسب الميادين، الناشرين، المؤلفين وحتّى المكتبات ونقاط البيع، بالإضافة لأحداث الإصدارات الحائزة على تنقيط جيد ومقروءة، ومصنفة على حسب الصنف.

وهناك ركن آخر للناشر، بها اسم الناشر، العنوان والكتب المنشورة من طرف هذه الأخيرة ومعلومات عنه وكذلك ركن المكتبة مع ذكر اسم المكتبة، عنوانها الكب المتوفرة ومعلومات عن المكتبة. يقترح علينا كذلك موقع القصبة للنشر موقعا للمناقشة، منتدى للمستعملين شريطة التسجيل بالموقع.

وكذلك ركن لنقاط البيع مع ذكر غلاف الكتاب، العنوان المؤلف وكذلك سعر الكتاب.

دار النشر ENAG

المؤسسة الوطنية للفنون الخطية (ENAG) سلسلة إعادة الهيكلة العضوية للشركة السابقة الشركة الوطنية للنشر والتوزيع (SNED)، أنشئت بموجب المرسوم رقم 83-01 المؤرخ في 31

ابريل 1983. لقد ورثت مؤسسة ENAG المركب الخطّي للرعاية (الذي بدأ نشاطه في 1978) وورثت كذلك بعض المطابع الصغيرة الموجودة بساحة العاصمة.

مرّت هذه المؤسسة من بعد ذلك الاستقلالية (المؤسسة العمومية الإقتصادية ذات أسهم) بتاريخ 26 مارس 1990.

وكان الحائزون الرئيسيون لأسهمها وعلى التوالي:

- صندوق المساهمة "خدمات".
- الشركة القابضة "خدمات".

وحاليا: مجمع الصحافة والاتصال.

وحسب قوانينها الأساسية كان نشاطها الأساسي هو تقديم الخدمات المرتبطة بالكتاب والمطبوعات، واستمرت ENAG فور إنشائها وبفضل وحدتها الإنتاجية الرئيسية (UGR) بتقديم الخدمات لحساب الناشر العمومي الرئيسي في ذلك العهد، إلا وهو المؤسسة الوطنية السابقة للكتاب (ENAL) مؤسسة سلسلة إعادة هيكلة لشركة SNED، حيث ورثت كذلك كلّ رأس المال الافتتاحي لهذه الأخيرة وكذلك شبكتها للتوزيع ابتداء من 1987، وتبعاً لانسحاب الزبون الأصلي ENAL ويهدف تعويض النقص الذي لحق مخطط الأعباء المتناقص قررت مؤسسة ENAG الشروع في بعث نشاطها الرئيسي الافتتاحي ولعب دورها بصفها نشيطاً فاعلاً في الساحة الثقافية الجزائرية، بفضل فهرس عام بالفرنسية يقدم كلّ المجموعات التابعة (ENAG للنشر)، وفهرس موضوعي يقدّم كلّ المواضيع: تاريخ، سياسة، كتب جامعية، فنّ وتراث، اقتصاد، طبّ، صحّة، دين، طبخ، أدب، كتب علمية وتسلية، رسوم متحركة، كتب بالأمازيغية.

فهرس باللغة العربية يقدّم كذلك مختلف المجالات كالكتاب الديني، الكتاب المدرسي، الطبخ، التسلية والصحة وكتب الجمهور الشاب، الكتاب الجامعي، الطب، الاقتصاد، مع إمكانية تقديم طلبية على الخط.

عنوان الكتاب	الكمية سعر / الوحدة
علبة 1	529.00 دج

خلاصة	
1	مجموع الكتب
529.00	سعر إجمالي

علبة 1

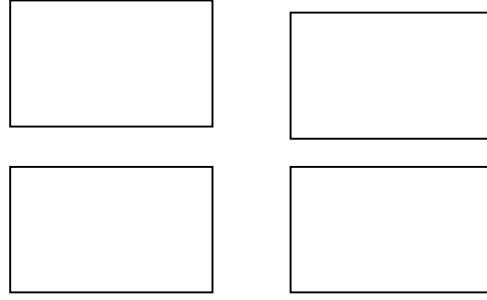
واجهة المستعمل

بعد إجراء انتقاء لنوع الوثيقة، يتم إعداد كشف بالنفقة على الخط بطلب من المستعمل بعد ملئه لقسمته.

ويقيم لنا الموقع كذلك مختلف نقاط البيع الخاص بـ ENAG :

- مكتبة العاصمة.
- مكتبة بومرداس - المركز الثقافي رشيد ميموني بومرداس.
- مكتبة ميديا بوك.

أو مكتبة عملاقة متعددة الخدمات في الفضاء الحيوي في البيوسفير ببلبولستيكي الوطنية. هو فضاء الاستشارة الذاتية، خدمة تجارية حرة متوفرة ومقترحة يمكن الوصول إليها بصفة شخصية لمستعملي الكتب، هنالك 2000 مجلد متوفر لكل الأعمار، وكل اللغات وكل الاختصاصات أكثر من 2001 كتاب، تم اختيارهم اكتسابهم، مقمة ومقترحة لتلبية طلب المستعملين، بفضل توفر 10 بوابات، مجموعة المواضيع، والخدنة الذاتية والخدمات.



دار النشر إيديكلتور.

ستجدون بهذا الموقع مجموع الأساس الافتتاحي بدار النشر أمين إيديكلتور، لتسهيل عملية بحثكم ننصحكم باستعمال الأدوات الموضوعية في متناولكم على هذه الصفحة.

وستتوفر على ثلاثة أساليب للبحث:

- البحث حسب الموضوع (باختيار المواضيع بالأصناف المبينة أدناه).
- البحث حسب الكلمة المفتاحية (باستعمال الإطار المقرر بأعلى هذه الصفحة).
- وأخيرا، نمط متطور بالنسبة لبحوث دقيقة جدا حول العناصر كالعنوان، المؤلف، الناشر.

يقترح الموقع كتباً بمختلف الميادين لاسيما الهندسية المعمارية، الثقافية العامة، التاريخ، علم النقود، الرواية، الأسفار والشهادات، الرياضة والعلوم والتقنيات، وفي حالة الطليعة، تحتوي القفّة على العناوين التي تمّ انتقاؤها وعدد الكتب.

دار النشر دليمان.

سليمة وهالة الاتصال PCCOM، دليمان ولدت في 2001 من رغبة منح كتب للجمهور، كتب ذات "تنفس بطيء ذات حياة أقل سرعة، لها هوية لدعوة القارئ للتفكير.

دليمان هي كذلك رهان متفائل، في الجزائر تعود بصعوبة من مرحلة كان الذكاء والجمال فيها في خطر الموت يوميا، حيث أن مهنة الناشر تعتبر مهنة ذات مخاطر. وقيام بالمغامرة الافتتاحية يتطلب جرعة من الإصدار في وقت اختفى فيه ناشرون كبار من الساحة الافتتاحية عندما كانت مهن الكتاب تخفف، وعند ما كانت سلسلة الصنع كادحة شبكة التوزيع متعثرة.

غبر أن الفريق الافتتاحي، سلبية عدّة وجهات، من الصحافة، النشر، الفنون التشكيلية والخطيّة، الجامعة اقتسام نفس المسعى، رفض السهولة، البحث عن التعبير الفني المتناهي، احترام ثقافة الاختلاف إنّ عشر سنين فترة قليلة من حياة دار نشر، والمؤلفات المجتمعة في هذا الفهرس وعد لثقافة الجمال في الاختلاف.

ديوان المطبوعات الجامعية OPU

ديوان المطبوعات الجامعية OPU يقيم لنا شبكته واتجاهاته المختلفة الجهوية عبر القطر الوطني وكذلك المكتبات الجامعية أنظر الملحق).

- شبكة وهران الجهوية.
- شبكة قسنطينة الجهوية.
- شبكة العاصمة الجهوية.
- شبكة الخروب الجهوية.

سيديا: شركة للنشر والإذاعة الدولية الجزائرية أنشئت في مارس 2000 كفرع من المجمع الفرنسي أشيت (HACHETTE) للكتب، واختصاصها الرئيسي هو انجاز الكتب المدرسية، وفي 2006 وبالإضافة للإستيراد ونشر الكتب، وسّعت سيديا نشاطاتها بإحداث مجموعات في الأدب العام، موزاييك كانت أول مجموعة للأدب العام، موزاييك هي أول مجموعة تنشر بالجزائر لكتاب جزائريين كبار نشر لهم بفرنسا، والشركة لها اليوم عدّة مجموعات، كتب شبه مدرسية، كتب الشباب، لقاءات، روايات ومحاولات، وتنشر هذه الشركة باللغتين الفرنسية والعربية.

وقع تغوّر في ماي 2010 وانسحبت أشيت - الكتاب من رأس مال سيديا التي تبقى شريكا هاما لشركة أشيت للكتاب بالجزائر بالرغم من إلغاء صفتها القانونية كفرع لهذه الشركة الأخيرة (أشيت HACHETTE).

بدأت النشر الرقمي برسم طريقة منذ سنوات 2000 بجانب النشر التقليدي، بفضل الوصول الأسرع، إذاعة أسهل، بتكلفة أقل وذلك عكس الكتاب المطبوع، المباع بالمكتبات، الكتاب الرقمي يباع أولا من طرف الناشرين قبل أن يبيعه صاحب المكتبة.

يجب إذن على النشطاء في قطاع الكتاب أن يكيّفوا وضعيتهم تجاع التغوّرات الهيكلية هذه.

وتصبح إذن سلسلة الكتاب متجددة. وقد يدعم الاتجاه هذا بفضل وصول دعائم غير مادية والتي توفر سبلا جديدا للاستعمال وتطبيقات جديدة، وتميل الخطوط الافتتاحية نحو اعتبار خصائص الطلب بغرض اقتراح عرض يكون مكيفا، ويكون للناشرين أصحاب مواقع واب (WEB) إمكانية توفير معلومة معمقة على أساسها يتم إعداد بطاقة المنتج الوضعية لكل كتاب يتم نشره، وتحتوي على كل المعطيات الأزمة فيما يخص اختيار وتحديد الكتاب يعني: العنوان، المؤلف، المجموع، تاريخ الظهور، السعر، المقياس.

ويساعد الفهرس الرقمي المؤلفين، وأصحاب المكتبات على التعريف بمنتجاتهم بطريقة مناسبة للأسواق الوطنية والدولية لتشكيل قاعدتين للمعطيات المهنية والتي تكون مختلفة بصفة أساسية.

اليكتر هي قاعدة الكتب المنشورة والتي يكون الوصول إليها بالمقابل، وتقوم بوضع معلومات عن المراجع (الكتاب مع الغلاف، ملخص الكتاب والكلمات المفتاحية).

www.اليكتر.كوم

اليكتر هي أهم قاعدة للمعطيات، ويوصف بها كل كتاب عن طريق أشخاص متخصصين مع انجاز ملخص للكتاب، كلمات مفتاحية، تصنيف أو عدة تصنيفات مهنية وصور الغلاف، ولا يستطيع المؤلفون الذين نشروا مؤلفاتهم الاندماج بقاعدتهم، حسب كفاءتهم لوضع ما تعلق بالمراجع من معلومات هامة، قد يكون بعض المؤلفين حظوا بوضع معلومات جوهرية لمراجعهم أو كتبهم شريطة أن يثبتوا بأنهم استطاعوا انجاز طبع مرتفع جدا لمؤلفاتهم أو بفضل إنتاج مقالات صحفية لدعم طلبهم.

www.ديليكوم.نيت

توفر ديليكوم إسنادا لكل الطبعة الفرنسية وتسمح أكثر فأكثر من القيام بتسيير مباشر من طرف كل ناشر لعناوينه على الانترنت. وهي بطاقة تجارية ذات إسناد واستشارة بالمجان بالنسبة

لمهنيي الكتب، تم إنشاء شبكة للكتاب منذ 2002، وبطاقة مفصلة للكتاب تديرها مؤسسة ديليكوم والتي تجمع مجموع البطاقات المنجزة بقاعدة معطيات تسمح لأصحاب المكتبات من إيجاد كل المعلومات بمكان وحيد، وهي معلومات مفيدة لهم وللممثلين التجاريين الذين يكون بإمكانهم تقديم طلبياتهم عن الطريق المعلوماتي مع استعمال واجهة المستعملين، نشر النص وكذلك إدارة الوثائق المعبأة عن بعد، وتدير قاعدة المعطيات بطاقة للكتب تستعملها بعض المكتبات وتصلح كدعامة لعدد كبير من قواعد المعطيات التجارية المتعلقة بالكتاب الفرنسي ولا يتم إجراء التسجيل بالنسبة للمؤلفين الناشرين - الذاتيين أو دور النشر الصغيرة بطريقة مباشرة على مستوى ديليكوم. ويجب الاتصال مع شركة سيبير - سكريب التي تبرم إتفاقا للتعاون مع ديليكوم، والتسجيل يكون بالمجان ولكن التعامل مع مصلحة استقبال طلبيات أصحاب المكتبات يكون بالمقابل.

وتحدد معايير لتطيل، تعريف وتقييم جودة المعلومات المتعلقة بالموقع أي عنوان الموقع، أصل وهدف الموقع الذي هو الإعلام وترقية الكتب لصالح القراء وتكون المعلومات المقترحة معلومات تستند على وقائع واقع مجال نشر الافتتاحية لجعل القارئ يكون فكرة حول ما هو موجود من حيث كتب دور النشر والجمهور المستهدف هو جمهور واسع، عامل متكون من طلبية من كل المستويات وكذلك من المحترفي والمتخصصين في ميدان الكتاب، وسيسهّل أسلوب الكتابة فهم البحث عن المعلومة.

مواقع مع ماركة ملائمة تتميّز بما يلي:

- سرعة تعبئة الصفحات.
- ملاحية سهلة.
- يسهّل هيكل الموقع تحديد المعلومات.
- الموقع جذاب (اللون، الصور، النشاط التفاعلي، تقديم مريح).

تعريف الموقع:

- عنوان الموقع.
- منشأ الموقع: إما مؤسسة خاصة أو موقع شخصي.

خاتمة

أصبح من المؤكّد بأنّ التكنولوجيات الجديدة وبصفة أساسية شبكة الانترنت قادرة على تطوير منظومة الكتاب في السنوات القليلة القادمة بالجزائر.

وقد سمح لنا هذا العمل فرصة لتقديم شامل للتوزيع بعد إعطاء المكانة البارزة للناشرين. دون إسهاب، يمنح هذا العمل عدّة سبل للاكتشاف ولحسن فهم هذا المجال، مع الإطّلاع على مشاريع البحث وطريقة العمل التي يعتمدها الحرفيون اليوم وغدا.

- تطوّر مهن الكتاب ستفرض علينا تدعيم كفاءاتنا الميدانية: في إطار نشاطات التسيير، فنّ التسويق والاتصال، استعمال التكنولوجيات الجديدة في الاتصال واستعمال هذه الكفاءات.
- اعتماد إطار قانوني يحتوي على مجموعة من التدابير المتعلقة بالكتاب.
- الالتزام في تكوين الموارد البشرية المنضوية لكلّ مهن الكتاب، مع العلم بأنّ كل بلد يختلف عن الآخر، وهو إذن بحاجة لتشخيصه الخاص وتوفير سياسة متخصصة، ومادة أولية جيّدة وسياسة محدّدة في نشر الكتاب، مع منح وتحسين جودة الخدمة المقّمة مع التعبير عن إدارة في التجمّع المهني المتبادل. وقد يكوّن العمل قاعدة أخرى للبحث والتي يجب أن تتعلّق فيها فيما يخصّ المعرفة التطبيقية التي تختص بالترّد على الانترنت ومواقع الواب (web)؛ كأداة للعمل والممارسات المهنية المتعلقة بقطاع الكتاب بصفة عامة.
- هيكل وعمل مختلف مهن الكتاب (مؤلف، نشر، طباعة وتوزيع، العلاقات الموجودة بين كلّ القطاعات التابعة للكتاب وأخيرا كل التفاعلات المتعلقة بكافة القطاعات والقطاعات الفرعية للكتاب؛ وبين الكتاب والقارئ؛ وخصوصا مع المحيط الثقافي، الاقتصادي، القانوني والسياسي.
- وتلعب الّوجيسية في هذا القطاع الخاص دورا هاما حيث أصبح التوزيع حلقة مركزية، وقطبا أساسيا، ويعتمد دوره المفتاحي على فرض بعض التحديات وبعض الحتميات تجاهه وهي متعدّدة في قطاع الكتاب وخصوصا توزيع الكتاب الذي يعرف تحوّلا ، حيث يجب العمل في ميدان التوزيع بصفة منتظمة مع الأخذ بعين الاعتبار التقنيات المهنية، والأشكال الجديدة في العمل، نشر المعلومات، وتقديم يد المساعدة لهياكل التوزيع وتعدّد نقاط البيع للكتاب؛ إذ أصبح من الضروري رسم سياسة جديدة وطنية لنشر الكتاب وتوزيعه

- وتكون محدّدة بصفة جيّدة بحيث تسمح بترقية إطار يسمح بإنشائه، وصنعه وتوزيعه بدقة، وتنظيم الهياكل الدائمة في مجال تقنيات نشر وتوزيع الكتاب.
 - فعدم وجود قانون حول الكتاب في الجزائر يعتبر عائقا كبيرا، وكذلك انعدام شبكة واضحة للكتاب وخلل في ضبط المهنة يعيق تطوره.
 - وتشهد التقنيات تحوّلًا كبيرًا، والآلات المعلوماتية أصبح أكثر سرعة، من آلات طباعة رقمية، ووجود هيآت خاصة تستعمل الانترنت، و توفر عدد أكبر من المسؤولين الأكفاء والمكوّنين والذين اشتركوا مع التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال (ntic) يجب على مهنيي الكتاب استعمال هذه التقنيات ومواصلة مهنتهم بالاعتماد على هذه الوسائل الجديدة.
 - وفي هذا المجال وخصوصا في قطاع الكتاب والممارسات المهنية في توزيع الكتاب يجب على الجزائر مواجهة التحديات التكنولوجية، الاقتصادية والإنسانية كما يلي:
- 1- التحديات التكنولوجية تقتصر على استعمال الانترنت والتجارة الالكترونية للكتب، مع ضمان التكفل باختيار واسع، وتوفيرّ العناوين المقترحة و احترام آجال التسليم السريع، أو بكلمة وجيزة: انتقاء، توفيرّ، سرعة، جودة، نجاعة.
 - 2- تحديات اقتصادية التي تتطلب منا تحقيق المردودية، مراجعة الأسعار، الحصول على تخفيض، تسيير جيّد للمردودية الاقتصادية لهذا القطاع.
 - 3- تحديات إنسانية تنحصر في تكوين المستخدمين تكوين أوليا ومتوصلا ومستمرًا وخاصة بمختلف الشركاء في الكتاب.

ويمكن التصريح بأنّه من اللازم والضروري مساهلة دور النشر لتحقيق توزيع حسن (حقيقي ورقمي للكتاب. والسؤال الذي يطرح نفسه هو: هل الإنتاج الافتتاحي السنوي يمتاز بقوة كافية تسمح بميلاد وتطوّر وسيلة إعلام حول الكتاب؟ فأى مشروع متعلّق بتوزيع الكتاب يجب أن يندرج في محيط يحتل فيه الكتاب مكانة مرموقة.

وهذا لن يتأتّى إلاّ عبر إعادة الاعتبار لفرع الكتاب بالجزائر وفهم وظيفته وعمله، واكتشاف نشاطه، ومجالاته السياسية، السوسيو - تاريخية والاقتصادية لهذا الفرع منذ الاستقلال إلى يومنا هذا. وذلك باكتشاف حقائق كلّ حلقة لسلسلة الكتاب: مؤلّفون، ناشرون، مديعون - موزعون، الكتاب ناقصة وان وجدت صعب الوصول إليها والاطلاع عليها أو استغلالها من طرف المتعاملين

بالفرع وحدتي من طرف مديرية الوزارة الوصية المعنية مما يفسر الكمية الضعيفة للمعلومات في هذا المجال ونحتفظ رغم ذلك على بعض المعطيات المرتبة والقديمة، ويشكو القطاع كذلك من مشاكل مالية ناتجة عن نقص في تمويل العمومي (إعلانات، صندوق الدعم للمبادرة الثقافية، صندوق الدعم لإبداع الفني والثقافي الخ...).

يتبع للسلسلة الكتاب بالجزائر شبيهة بكل الأنظمة التي تبدأ أنشطتها في الإبداع، ثم الإنتاج، الإذاعة - التوزيع، التسويق وأخيرا الاستهلاك، يمر تسيير الكتاب في الجزائر على التحليل للمحيط القانوني والمؤسسي وكذلك لسلسلة الكتاب، تحليل ثم انطلاقا من المعلومات المتوفرة بالمكتبات.

فالنصوص القانونية الرئيسية المنظمة والمقنة لمجال الكتاب تكون بمثابة الإطار الذي يحتوي على إعداد سير وسياسة الكتاب، النشر، الإبداع القانوني والمكتبات والتي تكون ناتجة عن تنظيم الذي يضع سياسة الكتاب عن مسئولية وزارة الثقافة، ونظرا لأهمية الكتاب فإن وزارة التعليم الوطني كذلك تتدخل في نظام التكوين من ناحية السياسية القطاعية للكتاب المدرسي المحدد بالبرنامج الوطني لتنمية قطاع التربية الذي يعرف ويحمي حق المؤلف بصفته أهم مورد رزق للمبدعين الفكريين هنالك كذلك اهتمام علمي وإثراء فكري تحدته سلسلة الكتاب.

يكتسي المشروع هذا أهمية تتمثل في قيادة تفكير ذو مستوى عالي (أطروحة) حول الاختلالات التي تمس صناعة الكتاب.

فعلا فإن إيجاد سبل الحلول للمشاركة التي تضر بالنشر يمر عبر التفكير والعمل وكل الأشياء التي أبرزها المشروع هذا.

وعند الخروج من هذه الدراسة، هنالك مجموعة من الاقتراحات ستوجه لأصحاب القرار والشركاء في ميدان التنمية لصالح توزيع الكتاب التوزيع الذي سيبنى على مقارنة TIC مع ضمان حماية الكتاب.

التجديد: سيتم اقتراح تجديد أقصى لتوزيع هذا الكتاب من خلال هذا المشروع الرقمي مع امتصاص كل المخاطر، الانشغالات والتحديات المرتبطة بالتكنولوجيات الجديدة وإعادة تفعيل دور المكتبات أثنى إلى خلق منصة لطلبة الكتاب على الخط خارج كل تعبئة عن بعد. وتستطيع

الذهاب إلى ابعد من ذلك لمراوغة عمالقة القطاع مثلا، بفضل القيام بتوزيع عبر هياكل قاعدية للاتصالات والاتصالات عن بعد، إنشاء فضاءات للقراء الرقمية، النشر المشترك مع الناشرين الأجانب خصوصا الفرنسيون.

المصلحة الاقتصادية: مسألة الكتاب تثير اهتماما خاصا بسبب الموارد المالية التي تنتجها بفضل هذه الصناعة التي تمثل عامل تنمية، فنجاعة هذا القطاع قد تمثل رهانا لهذا البلد بفضل تعدد النشاط وإعادة هيكلة اقتصاد الكتاب.

مصلحة شخصية: الكتاب وكل ما ينجر عنه يمثل نشوة التي لا نستطيع إخفاءها، فبفضل تكويننا ومهنتنا، كنا دائما على اتصال دائم وفعل مع الكتاب والمتعاملين الاقتصاديين في الصناعات الثقافية. فالكتاب يحتوي على كنوز تجعلها تهتم بالمسألة بالإضافة إلى ذلك فإن التكوين والبحوث على مستويات عليا ستكون بالنسبة لنا الانجاز والتتويج الجميل بعد قضاء عدة سنوات من التعلم بهدف تبليغنا للمعرفة والخبرة للآخرين، والقدرة على قيادة برامج كبيرة ومشاريع تمكنا من ممارسة وظائفنا لمناصب مسؤولية هامة. وعلى هذا المستوى سنطرح هذا السؤال: - ماهي الآثار المترتبة على التكنولوجيات الجديدة على توزيع الكتاب واستهلاكه؟ ومجموعة TIC كأداة للتكوين والإعلام والتسلية لها اثر على عادات النشاط في قطاع الكتاب وعلى السكان بصفة عامة في اتجاه الاتصال الذي سيحدث تغييرا للسلوك الخاص بعادات الاستهلاك.

وعلى منوال الدول النامية، فإن ترقية الكتاب الرقمي والتكوين وعلى هذا ستلعب أـل TIC دور الواجهة التي لا يستغنى عنها لتحسيس المواطنين فيما يخص تفعيل واستلام هذه السياسات التي يمكن بداخلها رسم إطار لتوزيع الكتاب

ببليوغرافية البحث

المصادر باللغة العربية

الوثائق المنشورة

Journal officiel de la république Algérienne

المراجع :

1- باللغة العربية :

الثقافة و قضايا النشر و التوزيع في الوطن العربي(تونس : المنظمة، 1992.185 ص.(في
الخطة الشاملة للثقافة العربية)

2- باللغة الفرنسية:

- 1.Barbier Frédéric, Histoire du livre (Paris :Armond Colin,2000) 304p.
2. Bouayed Mahmoud, Le Livre et la lecture en Algérie (UNESCO ,1985)
3. Bouvaist Jean-Marie, Pratiques et métiers de l'édition (Paris : Edition du Cercle de la librairie, 1991).
4. Brouillon Michel, Les professions du livre : édition, librairie, bibliothèque (Paris : Ellipses, 2ème éd, 2006) .
5. Evain Christine, L'industrie du livre en France et au Canada (Paris : l'harmattan, 2008). 252p.
6. Gilmont Jean-François, Une introduction à l'histoire du livre : du manuscrit à l'ère électronique (Paris : Edition du Céphale, 2001) 154p.
7. Kotler Philip, Principes de marketing (Paris : Pearson Education ,2007) 413p.
- 8.Labter Lazhari, La traduction d'ouvrages de littérature et de sciences humaines et sociales en Algérie (Fondation Anna Lindh et Transeuropéennes 2010).
- 9.Lebert Marie, Les mutation du livre a l'heure de l'internet (SE,SP 2007)
- 10.Le Coadic Yves-François, Usages et usagers de l'information alerte (Paris : Nathan, ADBS 2004).
- 11.Le Métier de librairie, Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnel en librairie et en papeterie (France) (Paris : Editions du Cercle de la librairie, 1995).
- 12.Legendre Bertrand, Les Métiers de l'Édition (Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2002). 477p.
- 13.Lyons Martym , Le Triomphe du lire :une histoire sociologique de la lecture (Paris : Edition du

- Cercle de la librairie,1987)302p.
- 14.Mc Belaid, Concept clés du marketing (Alger : Pages Bleues,2008) 180p.
- 15.Michon, Jacques, Edition et pouvoirs (Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval, 2002).
- 16.Pierrat Emmanuel, Le Droit d'auteur et l'Édition (Paris : Edition du Cercle de la librairie ,2006)
- 17.Pierrat Emmanuel, Le droit du livre (Paris : Edition de la Librairie, 2000) 270p.
- 18.Pinhas Ruc, Editer dans l'espace francophone (Paris : Alliance des éditeurs indépendants, 2005) 284p.
- 19.Robin Christian, Pratiques de gestion Editoriale : du livre à internet (Paris : Editions du Cercle de la librairie, 2000) 222p.
- 20.Rouet François, Le livre : Mutations d'une industrie culturelle (Paris : La documentation Françaises 2007) 420p.
- 21.Schuwer Philippe, Traité pratique d'édition (Paris : Edition du Cercle de la Librairie, SD).
- 22.Sesaive Suna , La marketing du livre :études et stratégies (Paris : Editions du Cercle de la librairie,2006) 153p.
23. Séverine Dusollier, Etude exploratoire sur le droit d'auteur et les droits connexes et le domaine public (OMPI 2010).
- 24.Van Lakthem Nathalie, Toute les fonction Marketing (Paris :Dunod ,2005) 489p.
- 25.Vigne Eric, Le livre et l'éditeur. (Paris : Klincksieck ,2008) 179p.
- 26.Vigny Jacques, Distribution (Paris : dalloz, 2000) 236p.

مقالات ضمن دوريات ومجلات <

1.أعراب عبد الحميد، "نشر الكتاب في الجزائر: بين الحسابات الاقتصادية والمطالب الثقافية" مجلة الكتاب(الجزائر:عدد3، 2007).

2.بن السبتي عبد المالك، "معوقات نشر الكتاب الجزائري في ظل التطورات التكنولوجية" مجلة الكتاب (الجزائر: عدد 3، 2007).

3.رؤوف عبد الحفيظ هلال، "تسويق الكتاب العربي دراسة للواقع واستشراف المستقبل"، المؤتمر العربي الأول مستقبل صناعة الكتاب العربي (القاهرة: 8-12 ماي 2005).صص

4.قوني حياة، "الإيداع القانوني في الجزائر" مجلة الكتاب (الجزائر:عدد 2، 2005).

الرسائل الجامعية:

1 -باللغة العربية

-ابراهيم مرزقلا ، إستراتيجية التسويق الالكتروني للكتاب في الجزائر - دراسة تقييميه للمواقع الالكترونية للناشرين مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات - جامعة منتوري قسنطينة 2009 - 2010.

2-باللغة الفرنسية

Abdellilah Abdelkader « Le Réseau de distribution du livre en Algérie : offre de lecture et logiques de sa configuration à travers l'exemple de la ville d'Oran Thèse de Doctorat soutenue en 2002 à l'Université de Michel de Montaigne Bordeaux 3 France .

.Terrar Abdelkrim, Contribution à l'étude d'une politique éditoriale nationale : évaluation de l'apport de Libris, éditeur/diffuseur, dans le secteur de l'édition scolaire en Algérie, mémoire de magister, Université d'Alger, 2002.

المواقع الالكترونية

www.adelf.fr

www.oqlf.gouv.qc.ca

الملاحق

LES MAISONS D'EDITION ALGERIENNES EN ACTIVITE

MAISON D'EDITION	DIRECTEUR DE LA MAISON D'EDITION	TELEPHONE	FAX
Office Des publications universitaires (O.P.U)	Mahfoud Lechaab	021.91.21.81	021.91.23.14
El Adib (Oran)	Faiza Boudraa	071.23.40.85 041.41.02.20	041.41.02.20
Editions Baghdadi	Mohamed Baghdadi	021.49.89.26 02158.47.80	021.49.89.26
Barzakh	Sofiane Hadjadj Selma Hilal	021.69.19.14	021.69.29.06
Berti	Mohamed Gaci	021.37.16.87	021.36.83.08
Al Djahidiya		021.64.34.20 021.63.34.20	021.64.49.88
Bibliothèque Nationale d'Algérie		021.67.17.77	021.68.23.00
La Bibliothèque Verte	Djamel Eddine Salhi	021.36.70.66	021.36.70.66
Bouchene	Abderrahmane Bouchene	021.47.69.23	021.23.33.34
Casbah	Smain Amziane	021.54.79.10	021.54.72.77
Chihab	Azedine Guerfi	021.97.54.53 021.85.95.01	021.97.64.77 021.97.51.91
Clas'gaie	Fatiha Bouchentouf Bouhas	048.56.62.25	048.56.81.93
Dahlab	Abdellah Chegnane	021.49.67.40 061.51.66.69	021.49.67.40 021.63.43.14
Dalimen	Dalila Nadjem	021.37.34.79	021.37.34.79
Eddouha	Naoui Mousai	021.50.24.75	021.50.24.75
Editions du Tell	François Lefevre	025. 31.10.35	025.31.10.36 025.41.34.43
Etanouir Sahraoui	Abd El Hafid Sahraoui	021.49.75.44	021.49.75.44

El Alamia	Mohamed Louber	021.66.07.32	21.66.16.99
El Fedjr	El Hadi Hamdani	021.30.00.84	021.30.00.84
El Gharb	Benfreha Benhamadi	041.41.65.31 021.69.32.84	041.41.94.31 021.62.32.84
El Hadhara	Rabah Khedoussi	021.44.34.41	021.44.34.41
El Hana	Djalel Rach0		
El Hana	Djalel Rachedi	021.21.45.04	021.021.32.94
El Hikma	Ahmed Madi	021.71.08.96 021.77.99.56	021.71.08.96 021.71.24.58
El Houda	Diab Kallab Debbih	032.44.92.00 030.33.28.81	021.96.61.11 030.33.28.48
Houma	Lamine Houma	021.94.19.36 021.94.41.19	021.94.17.75
El Imam Malek	Abdellah Ben Nour	025.39.13.18	025.39.13.18
Inas	Boussaad Ouadi	021.50.51.02 061.54.62.92	021.50.51.02
Khair Djalis	Mohamed Ben Fliss	033.86.50.61 061.51.29.35	033.86.81.69
El Khaldounia	Ameur Djaidja	021.68.86.48 071.52.50.50	021.68.86.48
Dar El Kitab El Hadith	Hacen Mohamed Mahmoud	021.35.41.05 021.35.30.55	021.35.30.55
Kortoba	Rabah Mahmoudi	050.13.65.00 061.50.17.63	/
Lalla Moulati	Seddik El Kebir	021.64.14.46 070.51.20.63	/
El Maarifa	Faycal Houma	021.96.76.65 021.20.00.12	021.69.76.65
Madjalis El Houda	Abou El Kacem Tarek	021.96.58.19 021.96.52.75	021.96.53.04 021.96.61.00

La maison des livres	Mohamed Seghir Oustani	021.73.65.23	021.92.16.10
El Malakia	Mohamed Khalil	021.52.50.29	021.52.50.29
Marsa	Aissa khelladi	/	/
Maugin	Chantal Lefevre	025.41.34.42 025.31.10.32	025.41.34.42 025.41.34.43
Mimouni	Hichem Mimouni	021.85.58.86	021.85.58.86
Le Monde de la lecture	Amine Bouredji	021.77.03.76	021.77.03.76
En - nahdha	Omar Mimouni	021.73.76.27	021.47.94.24
En - Nakhla	Mustapha Sad-Laib	021.94.14.37	021.47.94.24
Espace libre	Zineb Laouadj	021.24.29.42 061.50.54.98	021.39.57.66
Zaitouna	Smail Benhocine	033.86.22.00 061.34.07.17	033.86.22.00
Media Plus Algérie	Said Hannachi	031.93.85.91 031.95.81.73	031.92.51.17
Media Sud (El youm)	Lotfi Boutalbi	071.15.71.38 072.58.16.78	031.96.64.86
Office National des Publications Scolaires (O.N.N.P.S)	Mohamed Mustapha Bekri	021.30.02.27 021.30.02.30	021.30.02.39 021.30.03.98
El Ouloum	Youssef Baali	038.52.38.37 038.52.39.17	038.52.37.82
El Oumma	Hassan Benamane	021.20.22.04 021.20.24.04	021.52.20.23
Les Pages Bleues	Mohand Cherif Belaid	026.95.59.79 071.12.47.64	026.95.59.79
Palais du Livre	M'hamed Ben Zekkour	025.39.11.19	025.41.47.04

Le Petit lecteur	Zoubida Benmansour Kouti	041.45.48.64	041.41.11.36
Rabitat koutab El Ikhtilaf	Assia Moussay	/	/
Rahma	Hamid Boussselham	021.67.10.78	/
Rayhana	Youcef Habib	021.54.39.15 021.28.65.88	021.54.39.15
Rahab	Mohamed Salah Rahab	021.74.84.16 021.74.84.24	021.74.84.24
La 7 e couleur	Malika Boudalia Greffou	/	/
Science et savoir	Nabila Metni	021.63.22.90 061.55.88.16	021.63.22.90
Sédia	Radia Abed	021.48.00.21 021.60.14.82	021.60.14.84
Les Trois Pommes	Djamila Berekssi	041.33.17.43	041.33.17.43
At-Turath	Zahir Ihaddaden	021.23.33.19	021.23.33.19
Union des Ecrivains Algériens	/	021.74.26.36	021.74.26.36
Zyriab	Youssef Nacib	021.23.33.06	021.23.33.06
El Amel (Tizi Ouzou)	Tassadit Si Youcef	026.21.07.21 026.21.96.55	026.21.07.21
El Gharb	Benfreha Benhamadi	041.31.65.41	041.31.94.41
Agence National d'Edition et de Publicité (A.N.E.P)	Ahmed Boussenna	021.92.09.77	
Société Nationale des Arts	Messaoudi Hamidou	021.84.80.52	021.84.80.08
Madani Frères	Mohamed Madani	025.49.02.99	
Dalimen	Dalila Nadjem	021.37.34.79	
Clas'gaie	Fatiha Bouchentouf Bouhass	048.56.62.25	048.56.75.94

Libris	Salah Azeddine	021.23.99.93	021.91.48.97
Editions Ihaddaden	/	021.23.33.19	021.23.33.19
Maktebet El Bakri Ghardaia	/		
Editions Talantikite	/		
Editions Thala	Mohamed Gherfi	021.92.42.11	
Ounoutha	Lahrech Naffissa	021.68.55.66	
El Rissala	Rachid Achache	021.94.12.42	
Alpha	Samira Bendris	021.21.09.72	021.21.98.61 www.editions-alpha.com
DZAIR INFO	BENZIDOUN ABDELKADER	066154 82 53 021 24 03 / 21 24 96 20	021 24 03 76

Libraires Algériens

Dénomination	Adresse
Librairie La Joie de Lire	06,Rue des Frères Hachemi koléa(Tipaza)
Librairie SARL Maison des Livres	12, Rue Ali Boumendjel16000 Alger
SARL Librairie du Tiers Monde	08, place Emir Abdelkader Alger
Librairie Chihab	10, Avenue Brahim GHARFA,Bab El Oued Alger
Librairie El Hayat	40, Rue Larbi Ben M'hidi Alger
Librairie Béjaia	Rue Colonel si Haouas Béjaia
Librairie Salon du Livre	Lotissement Zhoun Sud Quartier N° 116 B, nouvelle ville Tizi- Ouzou
Librairie Maison de la presse (1)	63, Avenue larbi Ben M'hidi Alger
Librairie SARL El Ijtihad	09, Rue Hamani Alger
LibrairieSARL Djil El Kitab	14, Rue Zidane Amar Tizi- Ouzou
Librairie Multi Livres	19, Avenue Abane Ramdane Tizi- Ouzou
Librairie Rahma	Ryadh El Fath, niveau 112, El Madania- Alger
Librairie Ibn khaldoun	57,rue Didouche Mourad 16000 Alger
Librairie de la place	Rayadh El Fath. Niveau 117 El Madania- Alger.
Librairie EDIF Culture	Ryadh El Fath, niveau 117 El Madania-Alger.
Librairie Maison de la presse (2)	01, place Kennedy El Biar 18030 Alger
Librairie Maison du savoir	06, Rue Laichi Abdallah Blida.
Librairie SARL IFRIKIA	03, Rue des Frères Idir Alger
Librairie El Guedoui	05, Rue Aissaoui Idir- Lotissement Zedek, Ben Aknoun Alger
Librairie BENABID	Cité Ali Younsi, Oued smar Alger
Librairie SARL des Arts et des Lettres	4, Val d'Hydra Alger
Librairie FOUGHALI	Lotissement 179, Azur et Mer-Nord Alger plage.B.E.Bahri- Alger
Librairie AMF	Alger
Librairie El Ghazali	17, Rue Didouche Mourad 16000
Librairie Papeterie Ben Badis	17, Avenue des Frères Agouninessouk (ex rue Warnier) Alger
Librairie Générale d'El Biar	04, Bd. Djillali Bounaama (place Kennedy) El Biar 16030 Alger
Librairie papeterie	Coopérative Frantz Fanon II- Reghaia- Alger
Librairie LES Editions Algériennes- en- nahdha	02, Rue Larbi Ben Mhidi Alger

Librairie OPU Didouche Mourad	Rue Didouche Mourad Alger
Librairie MEDIA BOOK- ENAG	Rue Ahmed Zabana Alger
Librairie Point Virgule	CHERAGA
Librairie Point Virgule	STAOUELI
Librairie des Beaux - Arts	Rue Didouche Mourad
Librairie	Rue Mustapha El Ouali (ex DEBUSSY)
Librairie Mille Feuilles	Rue Khélifa Boukhalfa
Librairie En-Nahdha	Ryad El Feth
Librairie ANEP LIVRE- Boumerdes	Maison de la Culture Rachid MIMOUNI Boumerdes
Librairie MAUGUIN	18 place du 1 er Novembre Blida
Librairie Djurdjura	07, Avenue Abane Ramdane Tizi-Ouzou
Librairie SARL AOUIDH	Maison de l'Artisanat, Avenue Colonel Mellah Tizi-Ouzou
Librairie SARL EL KARTASSIA	01, Boulevard Colonel Amirouche Alger.
Librairie Ennahdha El Djadida	20, Avenue de l'Indépendance -Batna
Librairie KESRI	Place de la Révolution -Tebessa
Librairie Média Plus	Place des Martyrs-25000- Constantine
Librairie de la Grande mosquée	48, Rue Dekli Mokhtar- Jijel
Librairie Air Olympique	12, Rue Abdelmadjid Amrani-24000-Guelma
Librairie Bousdira	05, Rue de l'ALN –Souk Ahrass
Librairie MAHINDAD Gouraya	12, Rue de la Liberté -Bédjaia
Librairie SAIFI	Rue de l'Indépendance –Azzaba- Skikda
Librairie de la Révolution	11, Cours de la Révolution -Annaba
Librairie Tawfik	Chelghoum Laid –Mila 43200
Librairie El Hadj MISSALI	22, Rue des Oliviers cité El Outhmania- Oran
Librairie Dar El Gharb	Cité 52, villa n°21ENESP- Sennia-Oran
Librairie El Amir	03, Rue du 20 Août -Chlef
Librairie BELASKA	1, Place 1 er novembre 1954- Arzew- Oran
Librairie SARL El Hanaa	43, Bd Zirout Youcef- Oran
Librairie moustain	13, Rue Colonel Amirouche –Sig- Mascara
Librairie SARL El Amdjed	42, Bd Mohamed Khemisti- Relizane
Librairie SARL Sidi Adda	Sidi Adda, Mazouna- Relizane
Librairie BABA Ahmed	548, Lotissement El Kiffan- Tlemcen
Librairie BOUALI	4, Rue Si Allal - Chlef
Librairie Régionale	17, Avenue Colonel Lotfi - Tlemcen
Librairie « SOLEIL »	39, Bis Avenue Ibn Khamis – 13000 Tlemcen
Librairie Ibn Khaldoun	17, Rue de l'hôpital Relizane
Librairie SARL C.G.F.S.B	Tougourt

Librairie El Lahab El Mokades	Rue Menzah Sliman - Djelfa
Librairie Roses des Sables	Rose des Sables - Ouargla

Questionnaire sur la distribution du livre en Algérie : usage des sources électroniques d'information

Le présent questionnaire a pour objectif de rassembler des données statistiques sur les pratiques professionnelles relatives à la production et la distribution du livre en Algérie

Ce questionnaire rentre dans le cadre d'un travail universitaire et n'a d'autre fin que celui-ci

Veuillez indiquer ci-après

Renseignements sur votre entreprise

Organisation :

Adresse :

Téléphone :

Fax :

Courrier électronique

Raison sociale :

Nom commercial :

Ville :

Code postal :

Nom et titre de la personne répandant au questionnaire :

N.B. Veuillez indiquer le cas où les données ne sont pas disponibles en mettant les notes données non disponibles.

Renseignements administratifs et financiers

Type de structure

Editeur

☐

Distributeur

☐☐

Diffuseur

☐

Distributeur / diffuseur

☐

Editeur / distributeur

☐

Libraire

☐

Grossiste

☐

Importateur

☐

Regroupeur

☐☐☐☐**Année de création****Statut juridique**

SARL

☐

SCIC

☐

SA

☐

SCOP

SAS

☐

Autres

☐

GIE

☐☐

EURL

☐

Dirigeant

☐

Effectif

Adresse du site Internet

www.

Téléphone

Fax

E-mail

Structure juridique

- Etatique ☐
- Privé ☐ Par action ☐ familiale ☐
- Public ☐

Activité commerciale principale

- Edition de livres ☐
- Diffusion de livres ☐
- Distribution de livres ☐

Activité éditoriale

Le panorama de la production éditoriale

- Nombre de titres édités depuis les 05 dernières années ☐
- Nombre de titres actuellement disponibles ☐
- Nombre de titres distribués depuis les 05 dernières années ☐

Quels sont vos principaux domaines éditoriaux ?

- Livre Scientifique et technique ☐
- Livre Science humaine/social ☐
- Littérature générale ☐
- Livre d'Art ☐
- Livre religieux ☐
- Livre scolaire ☐

- Encyclopédie et dictionnaire

☐

- Livre pour jeunesse

☐

Nombre de titres édités par domaine durant les 05 dernières années

Catégories	Nombre de titres		éditions
	livres	Brochures	total
Généralités			
Philosophie/psychologie			
Religion			
Sociologie			
Sciences pures/appliquées			
Beaux-arts et loisirs			
Littérature			
Géographie/histoire			
Manuels scolaires			
Livres pour jeunesse			
Publications officielles			
Encyclopédie/dictionnaire			

Total

La distribution du livres représente l'activité principale de votre structure ?

Oui

☐

Non

☐
☐

- Combien de distributeurs sont-ils en Algérie ?

- Leur répartition géographique en Algérie ?

- Quelles spécialités prennent-ils en charge ?

- Distribution traditionnelle :

Comment les distributeurs de livres en Algérie travaillent-ils ?

- Importateur/distributeur

- Grossiste/distributeur

- Distributeur (localement)

le nombre de titres distribués par an

Nombre de volumes en stock

Les principaux canaux de vente (distribution) et l'organisation globale de la distribution

.....

.....

Répartition des ventes entre les différents circuits

Prix du livre

Quel est le système de fixation du prix d'un livre en suivant la structure suivante :

Acteurs de la chaîne du livre	Hypothèse basse	Hypothèse haute
Auteur (Ecrivain,illustrateur,photographe,traducteur...)		
Editeur (comité de lecture,direction littéraire,service fabrication et maquette.....)		
Imprimerie, façonnier (service commercial,attaché de		

presse, relation publique, publicité, promotion....)		
Diffuseur, /distributeur (représentants, stockage, manutention, facturation....)		
Point de vente détail (Direct, grossiste..)		

Utilisation d'Internet

- Votre organisme possède t-il un site Internet ? Oui ☐ Non ☐

- Son adresse :

Si Oui , quels services proposez-vous en ligne ?

- Les ventes de livres en ligne ☐
- Les produits numériques ☐
- Accès électronique à l'information ☐
- Banques de données spécialisées ☐
- Diffusion sélective de l'information ☐
- Logiciel de consultation ☐
- Recherche en ligne ☐
- Catalogue en ligne ☐
- Une lettre électronique d'information ☐
- Autres, préciser.....

Quels sont les circuits développés de distribution du livre ?

- Librairie ☐
- ☐
- Grande surface ☐
- ☐

- Points de vente

Quelles types de clientèle servent-ils ?

- Librairies privées ☐ étatiques ☐
- Points de ventes ☐
- Grossistes, organismes et institutions ☐
- Bibliothèques ☐
- Autres, préciser.....

A votre avis comment le numérique peut être mis au service de la distribution du livre

Pratiquez vous :

- Les ventes par Internet ☐
- Les ventes par correspondance ☐
- les ventes par courtage ☐

Quel est le pourcentage des ventes ?

- Librairies ☐
- Point de vente ☐
- Grandes surfaces ☐

Une politique de marketing autour du livre Oui Non

☐

- Conçue par des professionnels

☐

- Conçue par vous-même

Utilisez vous des techniques de marketing pour la promotion de vos produits ?

- Visibilité sur le web

☐
☐

- Commercialisation par le web

Pratiques professionnelles :

☐

- Expositions

☐

- Participation aux salons internationaux

nationaux

☐

Votre structure rencontre t- elle des difficultés

Si oui, de quel type ?

.....

Quels sont les moyens par lesquels le livre est distribué

1-

2-

3-

Vos différents points de vente du livre en Algérie (géographique)

1-

2-

3-

Un éditeur peut il assurer sa propre diffusion et distribution ?

Oui

☐

Non

☐

Adoptez vous des moyens technologiques commerciales ?

- Internet : site web

☐

- Catalogue électronique

☐

- Relations professionnelles par le biais Internet Intranet

☐

- Gestion informatisée

☐

Quel est le nombre et le pourcentage de maisons d'édition que vous distribuez ?

Nom du distributeur	Principaux éditeurs distribués

- Le nombre d'exemplaires vendus

☐

- Le nombre mis en marché par catégories

☐

- Volume de livres mis en circulation

☐

Relations professionnelles :

- Relations entre les distributeurs algériens

☐

- Relations avec les distributeurs étrangers

☐

- Relation avec les éditeurs algériens

☐

- Relation avec les éditeurs étrangers

☐
☐

- Relations avec les libraires algériens

☐

- Relation avec les libraires étrangers

Comment se caractérise la relation que votre organisme entretient avec les autres acteurs de la chaîne du livre ?

.....

Sources d'information :

- Contact direct avec les éditeurs publics

☐

- Privés nationaux

☐

internationaux

☐

- Contact avec les grossistes,

☐

- Contact par les sites web des éditeurs,

☐

- Contact avec les autres grossistes,

☐

- Contact avec les regroupements,

☐

Contact avec les pays arabes (spécifier les pays) :

- Egypte

☐

- Jordanie

☐

- Syrie

☐

- Liban

☐

Contact avec le pays européens (spécifier les pays) :

- France ☐
- Espagne ☐
- Angleterre ☐

Exportation de livres :

Distribution de la production algérienne, Vers quels pays ?

Les pays arabes (spécifier les pays):

- Egypte ☐
- Jordanie ☐
- Syrie ☐
- Liban ☐

Les pays européens (spécifier les pays)

- France ☐
- Espagne ☐
- Angleterre ☐

Quels circuits ?

.....

.....

Quels canaux ?

.....

.....

Langue :

Langue privilégiée

- Arabe

☐

- Français

☐

- Anglais

☐

Autres, Préciser.....

Renseignement des bases de données,

vos livres sont t-ils référenciés sur les bases de données professionnelles ?

Oui

☐

Non

☐

Si oui, lesquelles ?

Electre

☐

Dilicom

☐

Librairie en ligne

☐

Autre. Préciser.....

Etes-vous abonné à :

- Livre hebdo

☐

- Livre de France

☐

- Autre

☐

- Aucune de ses publications

☐

Avez-vous mis en place ou prévu une plate forme d'une distribution électronique du livre ?

Oui ☐ Non ☐

Les structures clientes « bénéficiaires » de la distribution

- Vente aux grossistes ☐
- Vente aux détaillants (librairies) ☐
- Vente directe (école, bibliothèque, institutions publiques.....) ☐

Répartition des ventes en pourcentage entre les principaux circuits de distribution des 05 dernières années : %

Répartition géographique des points de vente :.....

Comment à votre avis, peut-on favoriser le commerce de distribution du livre ?

Avez-vous déjà des éditions électroniques de livres ?

Oui ☐ Non ☐

Dans quel format ? PDF ☐ HTML ☐

Si non, envisagez-vous d'éditer vos catalogues sous forme électronique ?

Oui ☐ Non ☐

Si non, quelle serait la principale cause ?

Que pensez-vous du livre électronique et de sa distribution ?

- Avantage.....

- Inconvénients.....

Développement de la structure

Quelle est l'évolution en pourcentage de votre chiffre d'affaires depuis 05 ans ?

2011	%		2008	%
		2009	%	
2010	%		2007	%

Vos projets de développement ?

.....

.....

Votre vision de l'évolution de la profession dans les années à venir

.....

.....

Quelles seraient vos attentes vis-à-vis des institutions pour accompagner votre développement ?

.....

.....

Commentaires :

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires ci- dessous. Soyez assurés que nous passons en revue tous les commentaires reçus dans le but d'améliorer l'enquête.

Merci d'avoir rempli ce questionnaire et pour votre collaboration

Un guide d'entretien

Existe-t-il une crise de l'édition en Algérie ?

Si oui, quel est l'impact de la crise sur la promotion du livre ?

Qu'en est t-il de la distribution du livre ?

Comment un éditeur peut t-il réagir à la crise ?

Qu'est ce qu'une politique nationale du livre ?

La politique en question existe-elle en Algérie ?

Quel est le cadre juridique de la distribution du livre en Algérie ?

Le numérique bouleverse t-il le lien entre le livre et la lecture (lecteur) ?

Que pouvez-vous dire sur la situation dans les secteurs de l'édition, de la distribution et de la vente au détail des livres en Algérie ?

Quelles tendances suivez-vous dans le domaine ?

Comment se caractérise la relation que votre organisme entretient avec les autres acteurs du livre ?

Quel rôle le gouvernement peut-il jouer pour servir les intérêts de l'édition et de la distribution du livre ?

Art. 3. — Le ministre des finances et le ministre d'Etat, ministre de l'intérieur et des collectivités locales, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 2 Jomada Ethania 1430 correspondant au 27 mai 2009.

Abdelaziz BOUTEFLIKA.

-----★-----

Décret présidentiel n° 09-201 du 2 Jomada Ethania 1430 correspondant au 27 mai 2009 portant création d'un chapitre et transfert de crédits au budget de fonctionnement du ministère du commerce.

Le Président de la République,

Sur le rapport du ministre des finances,

Vu la Constitution, notamment ses articles 77-8° et 125 (alinéa 1er) ;

Vu la loi n° 84-17 du 7 juillet 1984, modifiée et complétée, relative aux lois de finances ;

Vu la loi n° 08-21 du 2 Moharram 1430 correspondant au 30 décembre 2008 portant loi de finances pour 2009 ;

Vu le décret présidentiel du 29 Moharram 1430 correspondant au 26 janvier 2009 portant répartition des crédits ouverts, au titre du budget de fonctionnement, par la loi de finances pour 2009, au budget des charges communes ;

Vu le décret exécutif n° 09-32 du 29 Moharram 1430 correspondant au 26 janvier 2009 portant répartition des crédits ouverts, au titre du budget de fonctionnement, par la loi de finances pour 2009, au ministre du commerce ;

Décrète :

Article 1er. — Il est créé au sein de la nomenclature du budget de fonctionnement du ministère du commerce, un chapitre n° 37-06 intitulé : « Administration centrale - Contribution au programme de soutien et de facilitation du commerce en Algérie ».

Art. 2. — Il est annulé sur 2009, un crédit de soixante-dix millions de dinars (70.000.000 DA), applicable au budget de fonctionnement du ministère du commerce et au chapitre n° 37-91 « Dépenses éventuelles - Provision groupée ».

Art. 3. — Il est ouvert sur 2009, un crédit de soixante-dix millions de dinars (70.000.000 DA), applicable au budget de fonctionnement du ministère du commerce et au chapitre n° 37-06 « Administration centrale - Contribution au programme de soutien et de facilitation du commerce en Algérie ».

Art. 4. — Le ministre des finances et le ministre du commerce, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 2 Jomada Ethania 1430 correspondant au 27 mai 2009.

Abdelaziz BOUTEFLIKA.

-----★-----

Décret présidentiel n° 09-202 du 2 Jomada Ethania 1430 correspondant au 27 mai 2009 portant création du centre national du livre.

Le Président de la République ;

Vu la Constitution, notamment ses articles 77-8° et 125 (alinéa 1er) ;

Vu la loi n° 90-21 du 15 août 1990, modifiée et complétée, relative à la comptabilité publique ;

Vu l'ordonnance n° 95-20 du 19 Safar 1416 correspondant au 17 juillet 1995 relative à la Cour des comptes ;

Vu l'ordonnance n° 03-05 du 19 Jomada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux droits d'auteur et aux droits voisins ;

Vu l'ordonnance n° 06-03 du 19 Jomada Ethania 1427 correspondant au 15 juillet 2006 portant statut général de la fonction publique ;

Décrète :

CHAPITRE I

OBJET - SIEGE - MISSIONS

Article 1er. — Le présent décret a pour objet la création d'un centre national du livre.

Art. 2. — Le centre national du livre est un établissement public à caractère administratif doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière désigné ci-après le « centre ».

Art. 3. — Le centre est placé sous la tutelle du ministre chargé de la culture.

Art. 4. — Le siège du centre est fixé à Alger.

Art. 5. — Dans le cadre de ses missions, le centre a pour mission de promouvoir et de développer le livre.

A ce titre, il est chargé :

— d'encourager tous les modes d'expressions littéraires et de concourir à la diffusion, sous toutes ses formes, des œuvres littéraires ;

— de proposer toute action et initiative susceptible d'aider à la dynamisation de l'édition et de la distribution du livre et de la promotion de la lecture publique ;

DECRETS

Décret exécutif n° 03-278 du 24 Joumada Ethania 1424 correspondant au 23 août 2003 fixant le cadre réglementaire de diffusion de livres et ouvrages en Algérie.

Le Chef du Gouvernement ,

Sur le rapport de la ministre de la communication et de la culture,

Vu la Constitution, notamment ses articles 85-4° et 125 (alinéa 2) ;

Vu l'ordonnance n° 66-154 du 8 juin 1966, modifiée et complétée, portant code de procédure civile ;

Vu l'ordonnance n° 66-156 du 8 juin 1966, modifiée et complétée, portant code pénal ;

Vu l'ordonnance n° 75-59 du 26 septembre 1975, modifiée et complétée, portant code de commerce ;

Vu la loi n° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes ;

Vu la loi n° 90-07 du 3 avril 1990, modifiée, relative à l'information ;

Vu la loi n° 90-22 du 18 août 1990, modifiée et complétée, relative au registre de commerce ;

Vu l'ordonnance n° 96-16 du 16 Safar 1417 correspondant au 2 juillet 1996 relative au dépôt légal ;

Vu la loi n° 01-21 du 7 Chaoual 1422 correspondant au 22 décembre 2001 relative à la loi de finances pour 2002 ;

Vu l'ordonnance n° 03-05 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux droits d'auteur et aux droits voisins ;

Vu le décret présidentiel n° 03-208 du 3 Rabie El Aouel 1424 correspondant au 5 mai 2003 portant nomination du Chef du Gouvernement ;

Vu le décret présidentiel n° 03-215 du 7 Rabie El Aouel 1424 correspondant au 9 mai 2003 portant nomination des membres du Gouvernement ;

Vu le décret exécutif n° 96-140 du 2 Dhou El Hidja 1416 correspondant au 20 avril 1996 fixant les attributions du ministre de la communication et de la culture ;

Décrète :

Article 1er. — Le présent décret a pour objet de fixer le cadre réglementaire régissant la diffusion, en Algérie, de livres et ouvrages sur tous supports.

Art. 2. — Est soumise aux prescriptions du présent décret la diffusion, en Algérie, de tout livre et ouvrage sur tous supports édités à l'étranger, aux fins de commercialisation, de diffusion ou d'exposition dans le cadre des foires et salons du livre.

Sont exclues du champ d'application du présent décret les publications périodiques telles que définies par la loi n° 90-07 du 3 avril 1990, susvisée, relative à l'information.

Art. 3. — Sont autorisées à diffuser les livres et ouvrages sur tous supports édités à l'étranger les personnes morales de droit algérien.

Est soumise aux procédures en vigueur en la matière, la diffusion de livres et ouvrages sur tous supports édités à l'étranger et destinés aux institutions, organismes, administrations et bibliothèques publics.

Art. 4. — Tout livre ou ouvrage sur tous supports, importé et destiné à la commercialisation, à la diffusion gratuite, ou à l'exposition est soumis à une autorisation de diffusion délivrée par le ministère chargé de la culture.

Toutefois, l'autorisation de diffusion du Saint Coran et de livres et ouvrages religieux sur tous supports est soumise obligatoirement à l'accord préalable des services du ministère des affaires religieuses et des wakfs.

Art. 5. — Le refus de délivrance de l'autorisation de diffusion doit être motivé et il est susceptible de recours devant les juridictions compétentes.

Art. 6. — Le ministère chargé de la culture peut solliciter l'avis du ministère ou de l'organisme concerné avant l'octroi de l'autorisation de diffusion.

Art. 7. — Toute demande d'autorisation de diffusion doit être accompagnée d'une fiche de présentation élaborée en plusieurs exemplaires selon le modèle établi par le ministère chargé de la culture.

Il peut être fait obligation au diffuseur de joindre à sa demande d'autorisation de diffusion une copie du livre ou de l'ouvrage destiné à la diffusion.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par arrêté du ministre chargé de la culture.

Art. 8. — Le diffuseur est responsable devant les juridictions, en cas de non-conformité des renseignements fournis dans la fiche de présentation, citée à l'article 7 ci-dessus, avec le contenu des livres ou ouvrages diffusés ; ou dans le cas où il aurait introduit ou diffusé des livres ou ouvrages non déclarés dans la demande de l'autorisation de diffusion.

Art. 9. — Lorsqu'un livre ou ouvrage importé et se trouvant sous douane se voit refuser l'autorisation de diffusion, le diffuseur est tenu de procéder à ses frais, soit à sa réexportation, soit à sa destruction.

Art. 10. — Sont interdites, sur le territoire national, l'introduction et la diffusion de livres et ouvrages édités sous quelque support que ce soit et dont le contenu se caractérise par :

Art. 13 — Les décrets n° 80-02 du 12 janvier 1980 et 82-26 du 18 janvier 1982 susvisés sont abrogés.

Art. 14. — Le présent décret sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 19 mai 1984.

Chadli BENDJEDID,

Arrêté interministériel du 19 mai 1984 portant fixation du taux de soutien aux prix du livre importé pour l'année 1983.

Le ministre de la culture et du tourisme et

Le ministre des finances,

Vu le décret n° 80-151 du 24 mai 1980 fixant les modalités de calcul et d'utilisation de la subvention de soutien au prix du livre et notamment son article 15 ;

Vu le décret n° 83-300 portant création de l'entreprise nationale du livre ;

Vu le décret n° 83-584 du 29 octobre 1983 portant répartition des dépenses autorisées en matière de soutien des prix des produits de première nécessité et de large consommation ;

Arrêtent :

Article 1er. — Le taux effectif de soutien aux prix du livre importé, pour l'exercice 1983, est fixé à 25 % de son prix de revient C.A.P. Alger.

Art. 2. — Le secrétaire général du ministère de la culture et du tourisme et le secrétaire du ministère des finances sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 19 mai 1984.

Le ministre de la culture
et du tourisme,

P/Le ministre
des finances,

Le secrétaire général,

Abdelmadjid MEZIANE,

Mohamed TERBECHÉ

MINISTRE DE L'HYDRAULIQUE, DE L'ENVIRONNEMENT ET DES FORÊTS

Décret n° 84-126 du 19 mai 1984 fixant les attributions du ministre de l'hydraulique, de l'environnement et des forêts et celles du vice-ministre chargé de l'environnement et des forêts.

Le Président de la République,

Vu la Charte nationale ;

Vu la Constitution et notamment ses articles 111-7° et 152 ;

Vu le décret n° 80-172 du 21 juin 1980 fixant les attributions du ministre de l'hydraulique ;

Vu le décret n° 81-49 du 21 mars 1981 fixant les attributions du secrétaire d'Etat aux Forêts et à la mise en valeur des terres ;

Vu le décret n° 84-12 du 22 janvier 1984 portant organisation et composition du Gouvernement ;

Décète :

Article 1er. — Pour la concrétisation des orientations fixées par la Charte nationale et en vue de contribuer à la réalisation des objectifs définis par les instances politiques nationales, le ministre assure la mise en œuvre de la politique nationale en matière d'hydraulique, d'environnement et de forêts.

Dans les domaines de l'environnement et des forêts, le vice-ministre exerce, sous l'autorité du ministre, les attributions fixées par le présent décret.

Art. 2. — Pour la réalisation des missions générales définies à l'article 1er, et conformément aux plans nationaux de développement, le ministre est chargé :

— de l'extension des programmes de mobilisation et de distribution des ressources en eau,

— de la préparation et de l'amélioration des terres irrigables et à vocation forestière, en concertation avec le ministre chargé de l'agriculture,

— de la protection de l'environnement et de sa mise au service du bien-être social,

— de la protection et de l'accroissement du patrimoine forestier et des groupements végétaux naturels.

Art. 3. — Dans l'exercice de ses attributions et afin de concrétiser l'unité de conception pour l'ensemble des activités du ministère, le ministre de l'hydraulique, de l'environnement et des forêts est chargé, de concert avec le vice-ministre, pour ce qui le concerne, de la mise en œuvre de mesures tendant à assurer la coordination et l'harmonisation dans :

— toute phase d'étude, de proposition des données nécessaires à l'établissement des projets et à la réalisation des opérations s'inscrivant dans les plans et programmes annuels et pluriannuels de développement du secteur,

— tous les processus d'élaboration d'actes, de textes, de codification et de réglementation relatifs aux missions assignées et aux actions confiées aux organes et structures du département ministériel,

— l'utilisation, en conformité avec les lois et règlements en vigueur, des moyens de toute nature mis à la disposition du ministère.

Art. 4. — En matière d'hydraulique, le ministre met en œuvre :

— les programmes nécessaires à la connaissance des ressources en eau et à leur inventaire,

Arrêté du 24 novembre 1981 portant définition des unités de la SN METAL pour la mise en place des assemblées de travailleurs.

Le ministre de l'industrie lourde,

Vu l'ordonnance n° 71-74 du 16 novembre 1971 relative à la gestion socialiste des entreprises ;

Vu l'ordonnance n° 67-238 du 9 novembre 1967 portant création de la société nationale de constructions métalliques (SN. METAL) ;

Vu le décret n° 73-177 du 25 octobre 1973 relatif à l'unité économique ;

Sur proposition du directeur général de la SN. METAL ;

Arrête :

Article 1er. — L'entreprise socialiste SN. METAL est composée des unités suivantes :

- 1 — Unité siège (Alger)
- 2 — Unité charpente (Annaba)
- 3 — Unité de constructions ferroviaires (Annaba)
- 4 — Unité grues (Béjaïa)
- 5 — Unité de charpente - galvanisation, Rouiba (Alger)
- 6 — Unité de charpente et chaudronnerie, Oued Smar (Alger)
- 7 — Unité de génie civil, Oued Smar (Alger)
- 8 — Unité de matériel de travaux publics, El Harrach (Alger)
- 9 — Unité engineering, Hussein Dey (Alger)
- 10 — Unité de mécanique lourde, Côte Rouge, Hussein Dey (Alger)
- 11 — Unité de charpente, Hussein Dey (Alger)
- 12 — Unité plastiques, Hussein Dey (Alger)
- 13 — Unité de chaudronnerie (Bida)
- 14 — Unité de charpente (Oran)
- 15 — Unité de charpente légère (Oran)
- 16 — Unité montage, El Hamiz (Alger)
- 17 — Unité de mécanique lourde - chaudronnerie sous pression, Hassi Ameur (Oran)
- 18 — Unité de mécanique lourde et chaudronnerie (Annaba)
- 19 — Unité entretien wagons (Annaba)
- 20 — Unité mobilier métallique et radiateurs (Saida)
- 21 — Unité emboutissage-émailage, Miltana (Mc-Chetiff)
- 22 — Unité charpente standard, Ain Defla (Mc-Chetiff).

Art. 2. — Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 24 novembre 1981.

Mohamed LIASSINE,

Arrêté du 4 janvier 1982 fixant les prix des produits sidérurgiques.

Le ministre de l'industrie lourde,

Vu le décret n° 77-118 du 6 août 1977 portant fixation des prix des produits sidérurgiques et notamment ses articles 2 et 6 ;

Arrête :

Article 1er. — La vente des produits sidérurgiques se fera, au cours du 1er semestre 1982, aux prix portés sur le barème des prix des produits sidérurgiques, édition de janvier 1982, représentant la mise à jour du barème défini en vertu du décret n° 77-118 du 6 août 1977 susvisé.

Art. 2. — Ce barème est applicable, sur l'ensemble du territoire national, à toutes ventes à partir des dépôts de la société nationale de sidérurgie ou de ceux de ses revendeurs agréés.

Art. 3. — Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 4 janvier 1982.

Mohamed LIASSINE.

MINISTRE DE L'INFORMATION ET DE LA CULTURE

Arrêté interministériel du 25 octobre 1981 portant fixation du taux de soutien au prix du livre importé pour l'année 1982.

Le ministre de l'information et de la culture et
Le ministre des finances,

Vu l'ordonnance n° 56-28 du 27 janvier 1966 portant création de la société nationale d'édition et de diffusion (S.N.E.D.) ;

Vu le décret n° 80-151 du 24 mai 1980 fixant les modalités de calcul et d'utilisation de la subvention de soutien au prix du livre et notamment l'article 15 ;

Arrêtent :

Article 1er. — Le taux effectif de soutien au prix du livre importé pour l'exercice 1982, est fixé à 25 % de son prix de revient C.I.F. Alger.

Art. 2. — Le secrétaire général du ministère de l'information et de la culture et le secrétaire général du ministère des finances sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 25 octobre 1981.

Le ministre
de l'information
et de la culture

Boualem BESSAÏH

Le ministre des finances

M'Hamed YALA

الفهارس

فهرس الملاحق :

الملحق رقم 1 دور النشر الجزائرية الناشطة.

الملحق رقم 2 المكتبات الجزائرية.

الملحق رقم 3 استطلاع حول توزيع الكتاب في الجزائر .

الملحق رقم 4 دليل المقابلة .

الملحق رقم 5 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية . 1982-1984-2003-2009.

فهرس الجداول:

- الجدول رقم 1 تمركز النشر بفرنسا بأرقام الأعمال في 1980، 1990، 1998
- الجدول رقم 2 تمركز النشر بفرنسا حسب عدد العناوين المنتجة في 1968، 1971،
1980، 1990، 1998
- الجدول رقم 3 هيكل سعر الكتاب
- الجدول رقم 4 إنتاج العناوين (روايات، قصص، حكايات) أنتجها مؤلفون فرنسيون
ومنشورة في الجزائر من 1896 إلى 1927
- الجدول رقم 5 إنتاج العناوين (روايات، قصص، حكايات) أنتجها مؤلفون فرنسيون
ومنشورة في الجزائر من 1928 إلى 1959
- الجدول رقم 6 العناوين التي أنتجها الديوان 1990 - 2000
- الجدول رقم 7 شبكة المكتبات SNED
- الجدول رقم 8 مكتبات الجزائر الكبرى
- الجدول رقم 9 إنتاج المؤسسة الوطنية للكتاب 1990 - 1996
- الجدول رقم 10 إنتاج onps 2001 - 1990 المعهد الوطني للبحث في التربية.
- الجدول رقم 11 أعمال وصلاحيات صاحب المكتبة
- الجدول رقم 12 المكتبات
- الجدول رقم 13 ناشرون / موزعون في الجزائر العاصمة وضواحيها
- الجدول رقم 14 ناشرون / موزعون للوسط والشرق
- الجدول رقم 15 ناشرو / موزعو الغرب

الجدول رقم 16-ناشرو الجنوب

الجدول رقم 17- عدد دور النشر حسب الولاية

الجدول رقم 18-أهم القطاعات الرئيسية

فهرس الرسوم البيانفة

الرسم رقم 1 عدد المكئبات عبر القطر الوطنف

الرسم رقم 2 عدد المكئبات

الرسم رقم 3 الرسم البفانف لسلسلة الكئاب

الرسم رقم 4 فن التسوفق مفكس

الرسم رقم 5 وسطاء فف الفوزفع

الرسم رقم 6 المعهد الفرنسف لعلم دراسة السوق

الرسم رقم 7 قاعدة 4R

الرسم رقم 8 عدد دور النشر حسب الولاية

الرسم رقم 9 القطاعات الرئفسفة