

القانون رقم: 2018-017 الصادر بتاريخ 13 مارس 2018 المتعلق بالإشهار

الباب الأول: أحكام عامة

الفصل الأول: تعريفات

المادة الأولى: بموجب روح هذا القانون والنصوص المطبقة له نعني ب:

1. الإشهار: هو كل نشاط اتصالي يحمل رسالة في شكل إشارات مكتوبة أو صوتية أو سمعية بصرية أو رسوم أو أي نمط تعبيرى آخر لإعلام الجمهور أو لفت انتباهه بهدف حثه على اقتناء منتج أو أملاك أو خدمات أو من أجل ترقية اسم أو علامة تجارية أو فكرة أو نشاط أو برنامج أو صورة شخص طبيعي أو اعتباري أو تغيير سلوك أو معايير اجتماعية.
2. التسويق: هو سياسة لإشهار وتوزيع منتجات وبيعها قائمة على دراسة حاجات المستهلكين واستخدام مجموعة من الوسائل من أجل التأثير في سلوكهم ومواءمة العرض التجاري مع رغباتهم.
3. الرسائل الإشهارية: هي مجموع إشارات مكتوبة أو صوتية أو سمعية بصرية أو في أي شكل من أشكال التعبير تستخدم أو لا تستخدم مؤثرات خاصة؛ توجه للجمهور بغرض الإشهار مهما كانت وسيلة الاتصال المستخدمة.
4. الإشهار التجاري: جميع أشكال الاتصال الموجه لإعلام الجمهور أو لفت انتباهه بهدف حثه على اقتناء منتجات أو سلع أو خدمات؛ بما في ذلك تلك المقدمة تحت أسماء جنس أو ترقية اسم أو علامة تجارية في إطار نشاط ذي أهداف ربحية أو من أجل الترقية التجارية لمؤسسة عمومية أو خصوصية.
5. الإشهار غير التجاري: كل رسالة إشهارية تسعى إلى ترقية نشاطات ذات أهداف غير ربحية ولا تتضمن أية إشارة لعلامة تجارية أو منتجات أو خدمات أو أي تلميح إلى هذه العلامة سواء فيما يتعلق بمضمون أو شكل الإشهار نفسه أو بالإحالة إلى إعلان مماثل يتضمن التلميح ذاته وإذا دعت الضرورة إلى ذكر منتجات أو خدمات فلا تمكن الإشارة إليها إلا تحت أسماء جنس عامة.
6. الإشهار غير التجاري: يشمل الإشهار غير التجاري على وجه الخصوص الإشهار السياسي والإشهار القانوني؛ والإشهار ذا النفع العام والإعلانات المتعلقة بالمسابقات المهنية وطلبات وعروض العمل وإعلانات المناسبات الاجتماعية كالتهنئات وبيانات الوفاة والتعازي.
6. الرعاية: شكل من الإشهار يمكن المعلن من ربط صورته بصورة برنامج إعلامي أو ناد أو جمعية أو تظاهرة أي نشاط أو شريك آخر من أجل ترقية علامة تجارية أو صورة أو صيت مقابل دعم مالي يقدمه للشريك المرعي.
7. الرعاية الشرفية: دعم معنوي يمنح لنشاط أو مؤسسة من قبل شخصية أو مجموعة ذات صيت.
8. الرعاية الثقافية: هي دعم مالي أو مادي يقدمه شخص طبيعي أو اعتباري لنشاط ذي نفع عام في مجال الثقافة والبحث والعمل الإنساني. وهو خيار مبني على تبني القيم الثقافية والإنسانية أكثر من دافع الإشهار ويسعى إلى ترقية هذه القيم دون مقابل مباشر أو متعاقد عليه. ويظهر الراعي الثقافي ظهوراً خفياً أو لا يظهر مطلقاً من خلال النشاط محل الرعاية.
9. الترقية: هي تقنيات الإشهار المستخدمة لجذب الجمهور إلى موضوع الإشهار.

10. ترقية المبيعات: هي جميع تقنيات الإشهار التي تستخدم لزيادة المبيعات بفضل عرض مؤقت يتضمن منافع من شأنها إغراء المستهلك أو الموزع.
11. الترقية الذاتية: كل رسالة إشهار يبثها مزود خدمات إشهارية عبر وسيلته الاتصالية أو وسائطه المخصصة للإشهار ترمي إلى ترقية برامجها الخاصة أو منتجاتها أو خدماته أو منتجات مرتبطة بها أو مشتقة منها.
12. الترقية في مكان البيع: هي عملية تستهدف التسويق بعين مكان البيع لمنتج أو لسلعة أو لعلامة تجارية.
13. إظهار المنتج: هو شكل من الإشهار يعرض المنتجات للجمهور أثناء بث برامج إعلامية مسموعة أو مرئية أو عرض سينمائي أو عن طريق تصفح الانترنت.
14. المقايضة: ممارسة تتمثل في تولي المعلن أو وكالة الاتصال أو وكالة الإنتاج السمعي البصري إنتاج برنامج واقتراح بثه على إذاعة أو تلفزيون مقابل بعض أو كل حيز الإشهار المتعلق بهذا البرنامج.
15. أداة الارتباط الالكتروني COOKIE: ملف رقمي صغير يضعه الخادم الالكتروني لموقع مَؤر للتعرف على الزائر وعلى تكرار زيارته.
16. الظهور الالكتروني CAPPING: هي تقنية تتمثل في القيام عند إدراج حملة إشهار رقمية في الانترنت؛ بوضع حد أعلى للمرات التي تظهر فيها الرسالة الإشهارية أمام زائر تعرفت عليه أداة ارتباط الالكتروني.
17. الاستهداف الالكتروني retargeting: هي ممارسة إشهارية تتمثل في استهداف زائر تعرفت عليه أداة ارتباط الالكتروني لتوجه رسائل إشهار معينة إليه.
18. الإشهار الطبي التجاري: كل أشكال الإعلام والاتصال والاستبيان وجلب الزبائن وحثهم على وصف أو تسليم أو بيع أو توزيع الأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية.
19. الإشهار السياسي: هو الإشهار الهادف إلى ترقية برنامج أو نشاط سياسيين أو سمعة شخصية أو تشكيلتين سياسيتين.
20. الإشهار القانوني: هو كل إشهار ذي طابع إلزامي يفرضه القانون.
21. الإشهار ذو النفع العام: كل رسالة إشهار تهدف إلى خدمة المصلحة العامة مطلوب من جهة عمومية أو ما يماثلها ولا يتضمن أية إشارة إلى علامة تجارية أو لمنتجات أو لخدمات.
22. إشهار المناسبات: نشاط اتصالي مرتبط بالمناسبات التقليدية يوجه للجمهور من أجل إعلامه أو دعوته أو إشراكه في الحفل محل الإشهار.
23. الحملة الإشهارية: هي جملة من النشاطات الإشهارية متناغمة ومنسقة ومتكاملة تنظم خلال فترة معينة بهدف ترقية نفس المنتج أو نفس الخدمة. ويمكن أن تتعدد لها الرسائل والوسائط الإشهارية ووسائل الاتصال.
24. الاتصال الداخلي: هي جملة النشاطات الاتصالية التي توجهها الشركات أو المؤسسات لجمهورها الداخلي المكون من ماجوريها.
25. الاتصال التنموي: جميع نشاطات المناصرة والاتصال التي تستخدم مختلف التقنيات والمقاربات ومختلف الوسائط ووسائل الاتصال من أجل ترقية أو تغيير سلوك فردي أو نظم اجتماعية خدمة للتنمية.
26. الإشهار المقنع أو المستتر: العرض اللفظي أو المرئي في وسائل الإعلام بطريقة صريحة أو ضمنية لمنتجات أو سلع أو خدمات أو أسماء أو علامات تجارية أو نشاطات شخص طبيعي أو اعتباري إذا قيم بهذا العرض عن قصد بهدف إشهاري. ويعتبر العرض مقصودا إذا وقع مقابل ثمن أو أي شكل آخر من أشكال التعويض أو إذا وجد تعارض المصالح.

27. الإشهار الكاذب أو الخادع: هو كل إشهار يتضمن تصريحات أو بيانات أو عروضاً كاذبة أو غامضة من شأنها تضليل المستهلك أو مستخدم الأملأك والخدمات محل الإشهار.
28. الإشهار المقارن: هو كل إشهار تجاري يشير على وجه الخصوص إلى منتج أو خدمتين أو علامتين تجاريتين أو اسمين من أجل مقارنتهما بشكل ينزع الاعتبار والمصادقية عن أحدهما بطريقة مباشرة.
29. الإشهار اللاشعوري: هو تقنية إشهارية تتم عبر تمرير رسالة بمؤثرات خاصة لا يدركها المتلقي عن وعي لكنها تؤثر في عقله الباطني بهدف ترقية منتج أو خدمة أو علامة.
30. الإعلانات المبوبة: رسائل إشهار قصيرة مبوبة حسب طبيعة المعلن ونوع منتجاته وخدماته.
31. الإشهار الخارجي: هو كل إشهار خارج وسائل الإعلام يعرض عبر وسائط العرض والإصاق.
32. لوحة العنوان: كل كتابة أو إشارة أو شكل أو صورة توضع على بناية لتحديد النشاط الذي يمارس فيها.
33. اللوحة الإرشادية: كل كتابة أو إشارة أو شكل أو صورة تفيد القرب من بناية تمارس فيها أنشطة معينة.
34. اللوحة الإشهارية: كل واسطة عرض خارجية ثابتة تحمل رسالة إشهارية.
35. لوحة تحريم أو تحذير: هي واسطة عرض خارجية تقيمها إدارات المرافق العامة أو شركات الأشغال العامة لتنبيه الجمهور وتحذيره من المخاطر.
36. اللوحة التوجيهية: هي واسطة عرض خارجية تتضمن معلومات وتوجيهات وإرشادات عامة.
37. اللافتة: هي واسطة عرض خارجية متحركة أو مثبتة مؤقتاً تحمل رسالة إشهار مكتوبة.
38. الملصقات: هي وسائط من أحجام مختلفة تعرض في أماكن الإصاق والإشهار الخارجي .
39. البيرق الإلكتروني أو الشريط: مساحة إشهارية إلكترونية ذات أشكال ومقاسات مختلفة تكون غالباً متحركة وذات مؤثرات خاصة.
40. البيرق الذكي: شريط إشهاري إلكتروني يكون تنشيطه مشروطاً بطبيعة الكلمات التي يدخلها المتصفح في محرك البحث.
41. الرسائل النصية القصيرة SMS: خدمة تتيح إرسال واستقبال رسائل نصية قصيرة (ما بين 80 و160 حرفاً) عبر الهاتف الجوال.
42. رسائل متعددة الوسائط MMS: خدمة تتيح إرسال واستقبال رسائل: متعددة الوسائط عبر الهاتف الجوال تزيد قدرات خدمة الرسائل النصية القصيرة بتمكينها على وجه الخصوص من إرسال صور أو تسجيلات صوتية أو فيديو وكمية من البيانات.
43. المعلن: هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي صيغ الإشهار باسمه وأنجز من أجل نشره عبر وسائل الاتصال.
44. التجارة الإلكترونية: e-commerce هي جميع المعاملات التجارية التي تتم عن بعد بواسطة منصات إلكترونية أو رقمية.
45. وكالة الاتصال: مؤسسة ربحية تشكلت بموجب القانون بصفتها شركة خفية الاسم أو مؤسسة يملكها شخص طبيعي أو اعتباري تقدم خدمات الإشهار والترقية والاتصال. ويمكن أن تكون عامة أو متخصصة كوكالات ترقية الأدوية.

46. وكالة الإنتاج السمعي البصري: تشكلت بموجب القانون بصفتها شركة خفية الاسم أو مؤسسة يملكها شخص طبيعي أو اعتباري متخصصة في الإنتاج السمعي البصري.
47. المواقع المخصصة للإشهار: مؤسسة ربحية تشكلت بموجب القانون بصفتها شركة خفية الاسم أو مؤسسة يملكها شخص طبيعي أو اعتباري؛ تستغل موقعا الكترونيا غير إخباري كل أو أغلب ما ينشره إعلانات موبو أو رسائل إشهارية.
48. مصلحة الإشهار الخارجية: هي شخص اعتباري مستقل أو مصلحة تابعة لإحدى مقاولات الإشهار تسوق حيزا للإشهار أسند تسييره إليها من قبل وسيلة اتصال أو مجموعة وسائل إعلام.
49. مصلحة الإشهار الداخلية: هي مصلحة أنشئت داخل إحدى وسائل الإعلام أو المؤسسات المالكة لمساحات الإشهار الخارجي؛ تكلف بتسيير حيز الإشهار التابع لهذه الجهات.
50. مقاولات الإشهار: تشمل وكالات الاتصال ووكالات الإنتاج السمعي البصري التي تقدم خدمات إشهار والمواقع الالكترونية المختصة في الإشهار ومصالح الإشهار الخارجية المستقلة.
51. وسيط الإشهار: كل شخص طبيعي منتدب لجمع الإعلانات والعقود الإشهارية لفائدة وسائل الإعلام أو مصالح الإشهار أو ملاك المساحات الإشهارية.
52. المندوب الطبي: هو شخص طبيعي مرخص له في ترقية المنتجات الطبية وشبه الطبية لدى الأطباء والصيدليات والمؤسسات الصحية عن طريق بيان مواصفات ومزايا دواء أو منتج بهدف تشجيع وصفه واستخدامه وتوزيعه.
53. ورشات انتاج الوسائط الإشهارية: هي جهات مختصة في تصميم وإنجاز وسائط الإشهار الخارجي بمختلف أنواعها.
54. وسيلة الاتصال: هي وسائل الإعلام ووسائل العرض والإشهار الخارجي وكل قناة غير إعلامية تمكن من إيصال الرسالة الإشهارية إلى الجمهور.
55. الحيز الإشهاري أو المساحة الإشهارية: فضاء مخصص للرسالة الإشهارية في وسيلة اتصال.
56. ملاك حيز الإشهار الخارجي: هي الجهات التي تملك مساحات للعرض. مخصصة للبيع أو التأجير. ويمكن لهذه الجهات أن تسيير حيزها الإشهاري أو أن توكل تسييره إلى الغير.
57. القنوات غير الإعلامية: هي وسائل اتصال خارج وسائل الإعلام تمكن من نقل الرسالة الإشهارية.
58. سلطة التنظيم: هي السلطة المكلفة بضبط وتنظيم قطاع الإشهار.
59. الدعامة الإشهارية: الأداة التي تحمل الرسالة الإشهارية المطلوب نقلها للجمهور عبر وسائل الاتصال.
60. دعامات الترقية: هي هدايا وتحف ينتفع بها تحمل رسالة إشهارية وتهدى أو توزع مجانا في الغالب.
61. التصديق: هي عملية من خلالها تصادق السلطة المختصة على استعمال أو بيع منتج بعد فحصه والتأكد من خلوه مما يشكل خطرا على الصحة.

الفصل الثاني: مبادئ وأحكام عامة

المادة 2: ممارسة نشاطات الإشهار حرة على امتداد تراب الجمهورية الإسلامية الموريتانية شريطة احترام أحكام المادة (9).

المادة 3: ينظم هذا القانون نشاطات الإشهار ويحدد قواعد ممارستها

المادة 4: تطبق أحكام هذا القانون على كافة الفاعلين في قطاع الإشهار والنشاطات الإشهارية في موريتانيا وكذا الإشهار المنتج بالخارج والموجهة للبيت أو النشر أو العرض عبر وسائل اتصال خاضعة القانون الموريتاني.

المادة 5: يشمل الفاعلون في قطاع الإشهار المذكورين في المادة 4 السابقة:

- المعلنون
- وكالات الاتصال
- وكالات الإنتاج السمعي البصري التي تنتج
- وسائط إشهارية
- مصالح الإشهار الداخلية والخارجية
- وسطاء الإشهار
- المناديب الطبيون
- ورشات إنتاج الوسائط الإشهارية
- وسائل الاتصال
- هيئات الإشراف والرقابة.

المادة 6: تشمل نشاطات الإشهار المذكورة في المادتين 2 و3 أعلاه:

- ✓ تصميم وإنتاج ونشر وتسيير جميع وسائط الإشهار
- ✓ صياغة مضامين الرسائل الإشهارية
- ✓ منح الاستشارة في مجال الإشهار والتسويق والاتصال
- ✓ وضع الاستراتيجيات ومخططات الحملات الإشهارية
- ✓ المساهمة في تنظيم حملات الإشهار
- ✓ تسيير حيز الإشهار في وسائل الاتصال
- ✓ مساعدة المعلنين في تسيير حملاتهم وميزانياتهم الإشهارية
- ✓ تنظيم الملتقيات والندوات المتعلقة بترقية الحقل الإشهاري
- ✓ إجراء الدراسات والأبحاث لقياس الأثر الرجعي للإشهار والاتصال.
- ✓ كل النشاطات الإشهارية الأخرى.

المادة 7: دون المساس بالعقوبات الواردة في النصوص المعمول بها يجب أن لا يتضمن الإشهار بأي شكل من الأشكال رسائل يمكن أن:

- تمس من قيم الجمهورية الإسلامية الموريتانية كما هي محددة في الدستور وخاصة تلك المتعلقة بالإسلام والحوزة التراثية والوحدة الوطنية.
- تمس بكرامة الإنسان أو تنافي الأخلاق العامة أو العادات الفاضلة؛
- تخدم المصالح. الضيقة أو الطائفية والفئوية؛
- تمجد العنف أو تحرض على الإرهاب أو التمييز المؤسس على النوع والأصل والمنزلة؛
- الاجتماعية عند الميلاد والانتماء إلى جماعة أو قبيلة أو عرق أو جنس؛
- تنتهك حرمة الحق في سرية المعلومات المتعلقة بصحة المواطنين أو تتضمن بيانات كاذبة حول صحتهم أو تشكل تشجيعا لسلوك يضر بالصحة العامة؛
- تمس بالنظام العام أو بأمن الأشخاص والأموال أو بحماية البيئة؛

- تشجع على التجاوزات أو الطيش أو الإهمال أو يمكن أن تصدم القناعات الدينية للجمهور الموريتاني؛
- تحوي تصريحات أو ادعاءات أو بيانات أو عروضاً خاطئة أو كاذبة أو خادعة أو من شأنها أن تضلل الجمهور؛
- تمس بما تكرسه النصوص المعمول بها من حقوق للطفل والمرأة والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛
- تمس بحقوق المستهلك أو تستغل غفلته أو نقص تجربته أو عدم اطلاعه؛
- تعرض على الممارسة غير المشروعة للطب أو على الشعوذة؛
- تشهر بمؤسسة أو منظمة أو نشاط صناعي أو تجاري أو زراعي أو مهنة أو منتج أو خدمة؛
- تستخدم أية مؤثرات إخراجية خادعة.

المادة 8: لا يجوز أن يتضمن أي إشهار رموزاً للدولة إلا إذا كان ذلك لفائدة النفع العام وكان مصدر الرسالة سلطة عمومية يخولها القانون ذلك.

المادة 9: يجب على كل شخص يمارس أحد نشاطات الإشهار المحددة في هذا القانون استيفاء الشروط التالية:

- 1) أن يكون شخصاً طبيعياً من جنسية موريتانية؛ أو شركة خفية الاسم خاضعة للقانون الموريتاني أغلب رأسمالها مملوكاً من قبل مساهم موريتاني الجنسية على أن تكون أسهم رأس المال أسهماً اسمية.
- 2) أن يضم وجوباً من بين المساهمين في رأس ماله مساهماً مؤهلاً على الأقل سواء كان شخصية طبيعية أو اعتبارية؛ له تجربة مهنية معتبرة في مجال الإشهار أو الاتصال على أن يكون هذا المساهم مالكا لنسبة 10% على الأقل من رأس المال وحقوق التصويت في الشركة.
- 3) أن لا يضم مساهماً في وضعية تسوية قضائية أو تصفية قضائية؛
- 4) أن يتعهد بالحفاظ على مساهمة مستقرة مشكلة إما من مساهم يملك 51% من الأسهم وحقوق التصويت في هذه الشركة وإما من مساهمين متعددين يربطهم تحالف للمساهمين؛
- 5) أن يكون متمتعاً بحقوقه المدنية؛
- 6) أن تكون لديه الأهلية لممارسة النشاط التجاري وفقاً للقوانين المعمول بها؛
- 7) أن لا يكون متمتعاً بحصانات تعيق تطبيق هذا القانون؛
- 8) أن لا تكون لديه أية صفة أو وظيفة لا تلائم مزاوله الأنشطة التجارية في مجالات الإشهار؛
- 9) أن يتوفر على عمال تأطير وتنفيذ لهم مهارة مهنية وأن يستعين وجوباً بكفاءات أغلبها موريتاني الجنسية.

المادة 10: يتحمل مسؤولية مضامين الرسالة الإشهارية مهما كانت الوسائط التي تحملها، كل شخص ينشرها أو يأمر بنشرها أو يأذن في نشرها.

المادة 11: يحظر على وسائل الاتصال نشر أي رسالة إشهارية دون موافقة مسبقة من المعلن أو مقدم خدمات إشهار موكل من قبل المعلن.

تكون الموافقة مكتوبة وموقعة وتحدد عدد الرسائل الإشهارية ومضامينها وطبيعة الوسائط المستخدمة.

المادة 12: يجب على كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم خدمات إشهار أن يضع على واجهة مقره أو مقراته لوحة عنوان في مكان بارز تتضمن اسمه أو وسمه التجاري.

المادة 13: يمنع كل استخدام للدين في الإشهار التجاري من أجل إغراء الجمهور على شراء منتجات أو أملاك أو خدمات.

المادة 14: لا يسمح لأي كان أن يكتتب الأجنبي لنشاط الإشهار إلا إذا كانت الكفاءات المطلوبة غير متوفرة على المستوى الوطني. وفي جميع الحالات لا يمكن أن يتجاوز عدد الأجنبي نسبة 20% من مجموع العمال.

المادة 15: يحظر الإشهار قبل التصديق للمنتجات الغذائية وأغذية الحمية ذات الأهداف الطبية ومكملات التغذية ومنتجات التجميل والأسمدة الكيميائية ومبيدات الحشرات المنزلية وكل المنتجات الأخرى الخاضعة بمقتضى القوانين والنظم المعمول بها لإجراءات رقابية قبل عرضها في السوق

الباب الثاني: النظم القانونية لممارسة نشاطات الإشهار

الفصل الأول: نظام الترخيص ونظام التصريح

المادة 16: تخضع ممارسة نشاطات الإشهار والخدمات المتعلقة بها وفق أحكام هذا القانون وترتيبات النصوص المطبقة له؛ لأحد النظامين التاليين •

❖ نظام الترخيص

❖ نظام التصريح.

المادة 17: يخضع لنظام الترخيص:

- إنشاء واستغلال وكالات الاتصال
- إنشاء واستغلال وكالات الإنتاج السمعي البصري العاملة في مجال الإشهار
- إنشاء واستغلال مصالح الإشهار الخارجية المستقلة
- إنشاء واستغلال المواقع المتخصصة في الإشهار
- ممارسة مهنة وسيط الإشهار
- ممارسة مهنة المتدرب الطبي
- الإشهار التجاري للأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية
- الإشهار التجاري على الكتب والدفاتر المدرسية والوسائط التربوية ووسائط النشر الثقافي.

المادة 18: يخضع لنظام التصريح:

- ✓ إنشاء واستغلال ورشات لإنتاج الوسائط الإخبارية
- ✓ إنشاء مصالح الإشهار الخارجية التابعة لمقاولات الإشهار
- ✓ إنشاء مصالح الإشهار الداخلية التابعة لوسائل الإعلام أو المؤسسات المالكة لحيز الإشهار
- ✓ تمثيل وكالات الإشهار والترقية والاتصال الأجنبية.

المادة 19: لا يمكن منح رخصة أو وصل بقبول التصريح إلا بعد تأكد السلطة المختصة من استيفاء مقدم الطلب لكافة الشروط المنصوص عليها في هذا القانون.

الفصل 2: النظم القانونية المطبقة على الفاعلين في قطاع الإشهار

القسم 1: المعلن

المادة 20: المعلن حر في تحديد أهدافه الإشهارية وصياغة رسائل الإشهار واختيار وإنتاج الوسائط وتحديد وسائل الاتصال التي يريد استخدامها وفق الشروط المنصوص عليها في هذا القانون والتشريعات والنظم المعمول بها.

المادة 21: يمكن للمعلن تصميم أعماله الإشهارية وإنتاجها وتسييرها بنفسه أو توكيل مقدم خدمات إشهار مرخص له لهذا الغرض.

وتخضع الأعمال الإشهارية لحماية قانون الملكية الثقافية وحقوق المؤلف والحقوق المماثلة.

المادة 22: يمكن للمعلنين ومسيري الحملات الإشهارية؛ طبقاً للتشريعات والنظم المعمول بها استخدام:

- جميع أشكال الإشهار والرعاية وكل التقنيات الإشهارية؛
- جميع وسائل الاتصال
- مختلف الوسائط الإشهارية والسمعية البصرية والترويجية.

المادة 23: يسند المعلنون أو من يتولى تسيير إشهارهم بث رسائل الإشهار لعينة كمية ونوعية ممثلة لكل وسائل الاتصال يجري اختيارها وفق معايير موضوعية من ضمنها الانتشار والمصادقية وطبيعة الجمهور المستهدف.

يُعتمد في تحديد العينة على قوائم سلطة التنظيم المعدة لهذا الغرض والمنشورة على موقعها الإلكتروني.

المادة 24: يجب أن يحدد المعلن في ميزانيته السنوية المبالغ المخصصة للإشهار والرعاية والترويج وكل التقنيات الإشهارية الأخرى وأن يُصرح لسلطة التنظيم بهذه المبالغ في بداية كل سنة.

القسم 2: نظام الترخيص

القسم الفرعي 1: الترخيص لمقاولات الإشهار

المادة 25: يخضع إنشاء واستغلال مقاولات الإشهار لترخيص مسبق من طرف الوزير المكلف بالاتصال بعد رأي بالموافقة صادر عن سلطة التنظيم وبالتشاور مع الوزير المكلف بالصحة فيما يخص الجوانب المتعلقة بترخيص وكالات الترقية الطبية.

ويحدد الوزير المكلف بالاتصال شروط وترتيبات منح هذا الترخيص بالطرق التنظيمية؛ بالتشاور مع الوزير المختص عند الاقتضاء

المادة 26: يجب على طالب رخصة استغلال مقولة إشهار:

- أن يستوفي الشروط المحددة في المادة 9 أعلاه
- أن يكون الحد الأدنى لرأس ماله المحرر مليوناً أوقية جديدة.

المادة 27: يقدم الراغب في الحصول على رخصة لإنشاء مقولة إشهار طلباً موجهاً للوزير المكلف بالاتصال مرفقاً بوثائق تثبت توفره على الشروط القانونية المطلوبة.

يودع الطلب لدى سكرتارية سلطة التنظيم التي تسلم وصلاً باستلامه.

المادة 28: تدرس سلطة التنظيم وفق الشروط المحددة في القوانين والنظم طلب الترخيص خلال 90 يوماً من استلام الملف وتحيل رأيها مرفقاً بالملف المذكور إلى الوزير المكلف بالاتصال.

إن كان الرأي بالموافقة يصدر الوزير الرخصة؛ بعد التأكد من دفع المستفيد للرسم المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه.

وفي حال عدم توفر طالب الترخيص على الشروط القانونية المطلوبة تصدر سلطة التنظيم رأيا معللا بعدم الموافقة في نسختين على الأقل تحال إحداها للوزير المختص وتسلم الثانية لمقدم الطلب.

المادة 29: يصدر الترخيص مؤشرا وموقعا من الوزير المكلف بالاتصال.

المادة 30: تقدم المقاولات المرخص لها في ممارسة نشاطات الإشهار خدماتها حسب الاختصاص في المجالات المحددة في هذا القانون لاسيما الخدمات المتعلقة بمنح الاستشارة وإنجاز الدراسات والإشهار والرعاية والترقية والإعلانات المبوبة والإصاق والاصاق الصغير والمقايضة وإظهار المنتج والظهور والاستهداف وكل تقنيات إنتاج ونشر الوسائط الإشهارية.

المادة 31: تسير مصالح الإشهار الخارجية المستقلة والتابعة لمقاولات الإشهار الحيز الإشهاري المسند إليها من قبل وسائل الإعلام. ومالكي مساحات الإشهار الخارجي ووسائل الاتصال الأخرى.

المادة 32: تحدد خدمات وتعويضات مقاولات الإشهار بمقتضى عقد مكتوب أو وثيقة معاملات تحدد التزامات وحقوق المتعاقدين طبقا للتشريعات والنظم المعمول بها.

المادة 33: يمكن لوكالات الاتصال المرخص لها شراء أو تأجير مساحات إشهارية بالجملة وبيعها أو تأجيرها للمعلنين ومقاولات الإشهار.

المادة 34: يمكن لوكالات الإنتاج السمعي البصري التي تنتج وسائط إشهارية أن توقع عقود مقايضة مع وسائل إذاعية وتلفزيونية وتسند بثها إلى الإذاعات والتلفزيونات مقابل حصول الوكالة على بعض أو كل الإيرادات الحاصلة من بيع الحيز الإشهاري للبرنامج.

المادة 35: يجب على مقاولات الإشهار أن تصرح لسلطة التنظيم بمبلغ إيراداتها السنوية في أجل أقصاه 1 ديسمبر من كل سنة.

المادة 36: يحق للمقاولات الصحفية وللشركات الوطنية العمومية والمختلطة والخصوصية أن تكتتب بالشروط المحددة بالطرق التنظيمية أسهما في رأس مال مقاولات الإشهار.

ولا يجوز بأي حال أن تنجر عن هذه المساهمة امتيازات ولا أية أفضلية في المعاملات.

المادة 37: لا يحق لأي شخص طبيعي أو اعتباري أن يساهم في أكثر من مقولة إشهار واحدة.

المادة 38: تعتبر رخصة إنشاء مقاولات الإشهار حصرية ولا يمكن التنازل عنها كليا ولا جزئيا للغير إلا بعد تقديم المرخص له طلبا والمصادقة على هذا الطلب بقرار من الوزير المكلف بالاتصال بناء على رأي بالموافقة صادر عن سلطة التنظيم ودفع المتنازل الرسم المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه لدى الخزينة العمومية. يوجه طلب التنازل ثلاثة أشهر على الأقل قبل إجرائه؛ تاريخ تقديم الملف لها ثم تحيله مع إيداء رأيها للوزير يبلغ كتابيا كل قبول أو رفض للتنازل في مدة أقصاها شهران ابتداء من تاريخ إحالة الملف إلى سلطة التنظيم. ويجب أن يكون كل رفض لطلب التنازل معللا. تعاقب مخالفة هذه الإجراءات طبقا لأحكام هذا القانون.

المادة 39: في حالات التنازل ودون الإخلال بأحكام هذا القانون والتشريعات والنظم المعمول بها يمكن للوزير المكلف بالاتصال باقتراح من سلطة التنظيم أن يوافق بقرار على تحويل الحقوق المرتبطة بالرخصة لفائدة المتنازل له الذي يلزمه القانون الوفاء بكل الالتزامات التجارية الساري التعاقد بشأنها.

القسم الفرعي 2: الترخيص لمهنة وسيط الإشهار

المادة 40: تخضع ممارسة مهنة وسيط الإشهار لترخيص الوزير المكلف بالاتصال؛ تحدد ترتيباتها وبعض شروطها بالطرق التنظيمية.

المادة 41: دون الإخلال بأحكام المادة 9 أعلاه يجب على طالب الرخصة أن يكون الحد الأدنى لرأس ماله المحرر مائتا ألف (200.000) أوقية جديدة وأن يتوفر على مقر وعنوان هاتفي والكتروني.

المادة 42: يقدم الراغب في الحصول على رخصة لممارسة مهنة وسيط الإشهار طلبا موجهها للوزير المكلف بالاتصال مرفقا بوثائق تثبت توفره على الشروط المطلوبة.

يودع الطلب لدى سكرتارية سلطة التنظيم التي تسلم وصلا باستلامه.

المادة 43: تدرس سلطة التنظيم وفق الشروط المحددة في القوانين والنظم المعمول بها طلب ترخيص الوساطة الإشهارية خلال 60 يوما من استلام الملف؛ وتحيل رأيها مرفقا بالملف المذكور إلى الوزير المكلف بالاتصال.

إن كان الرأي بالموافقة يصدر الوزير الرخصة بعد التأكد من دفع المستفيد للرسم المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه.

يصدر الترخيص مؤشرا من سلطة التنظيم وموقعا من الوزير المكلف بالاتصال؛ ويعتبر شخصا ولا يمكن التنازل عنه. في حال عدم توفر طالب الترخيص على الشروط المطلوبة تصدر سلطة التنظيم رأيا معللا بعدم الموافقة في نسختين على الأقل تحال إحدهما للوزير المختص وتسلم الثانية لمقدم الطلب.

المادة 44: يخول وسيط الإشهار المرخص جمع طلبات الإشهار لفائدة وسائل الاتصال والجهات المالكة أو المسيرة لمساحات الإشهار الخارجي. ويتلقى مقابل خدماته نسبة مئوية من المبلغ المتعاقد عليه تحددتها النصوص التنظيمية.

القسم الفرعي 3: تراخيص أخرى

المادة 45: يخضع للأحكام الخاصة المحددة أدناه الترخيص:

- ✓ لممارسة مهنة المندوب الطبي؛
- ✓ لإشهار الأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية
- ✓ للإشهار التجاري عبر الوسائط التربوية والنشر الثقافي.

القسم 3 نظام التصريح

المادة 46: يخضع لنظام التصريح إنشاء واستغلال ورشات إنتاج وسائط الإشهار من قبل الأشخاص الطبيعيين" وتحدد شروط وترتيبات هذا التصريح بالطرق التنظيمية.

المادة 47: يلزم الأشخاص الطبيعيين الذين ينشئون ورشات لإنتاج وسائط الإشهار بأن يقدموا في أجل أقصاه أسبوع ابتداء من تاريخ الإنشاء إلى حاكم المقاطعة المختص إقليميا ملف تصريح يتضمن:

- ✓ تصريحا موقعا من طرف المعني مرفقا بوثائق تثبت توفره على الشروط المنصوص عليها في المادة 46 السابقة.

✓ كشف حساب بنكي لا يقل رصيده عن مائة ألف (100.000) أوقية جديدة للورشة المنشأة في نواكشوط. وعشرون ألفا (20000) أوقية جديدة للورشة المنشأة على المستوى الجهوي والمحلي.

✓ وصل من الخزينة العامة بدفع الرسم المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه.

المادة 48: يمكن لمقاولات الإشهار أن تنشئ:

- مصالغ إشهار خارجية لتسيير وتسويق حيز الإشهار المسند إليها
- ورشات لإنتاج الومضات الإشهارية والاسكتشات والأفلام والمطبوعات وكل وسائل الإشهار السمعية البصرية والطباعة والالكترونية الأخرى.

تكون مصالغ الإشهار الالكترونية الخارجية تابعة لمواقع إشهارية ومختصة في جمع الإشهار للمواقع الالكترونية الأخرى وتسيير الحيز الإشهاري الالكتروني.

يمكن أن تُؤوي مقاولات الإشهار مصالغ الإشهار وورشات الإنتاج التابعة لها داخل مقرها أو في مقرات منفصلة.

المادة 49: تلزم مقاولات الإشهار بالتصريح لسلطة التنظيم بمصالح الإشهار الخارجية وورشات إنتاج الوسائل التابعة لها وذلك فور إنشائها. ولا يترتب عن هذا التصريح دفع رسوم إضافية.

يتكون ملف التصريح من:

- رسالة مطبوعة على رأسية المقولة المرخص لها وموقعة من قبل مسيرها
- نسخة من الترخيص الصادر عن الوزير المكلف بالاتصال باسم المقولة.
- قائمة بأسماء التقنيين والأجهزة والأدوات التقنية المتوفرة لدى المقولة.

تبلغ المقولة حاكم المقاطعة المختص إقليميا نسخة من ملف التصريح المتعلق بورشة لإنتاج وسائل الإشهار.

المادة 50: يمكن لمقاولات الإشهار الخاضعة للقانون الموريتاني أن تمثل وكالات إشهار أو ترويج أو اتصال أجنبية.

وتلزم بالتصريح لسلطة التنظيم بهذا التمثيل عبر رسالة مرفقة بنسخة من ترخيص المقولة وبوثيقة اعتمادها من قبل الجهة الأجنبية الممثلة. ولا يترتب عن هذا التصريح دفع رسوم.

المادة 51: يمكن لوسائل الإعلام والمؤسسات المالكة لمساحات الإشهار الخارجي أن تنشئ: مصالغ إشهار داخلية تسيير حيزها الإشهاري؛ وتلزم بالتصريح بإنشائها عبر رسالة توجهها إلى سلطة التنظيم. ولا يترتب عن هذا التصريح دفع أية رسوم.

المادة 52: يحدد وزير الاتصال بالطرق التنظيمية ترتيبات التصريحات المتعلقة بالنشاطات التالية:

- نشر الدوريات الإعلامية المتخصصة؛
- تنظيم حملات الإشهار التجاري

الباب الثالث: رسائل الإشهار

الفصل الأول: مضمون الرسائل الإشهارية

المادة 53: يجب أن يكون مصدر الرسالة الإشهارية معلوما ومضمونها صادقا ومنسجما مع أحكام النصوص المعمول بها وخصوصا أحكام المادة 7 أعلاه.

المادة 54: يجب أن لا تتضمن الرسائل الإشهارية التجارية أية إفادات أو شهادات أو صور لأشخاص أو مؤسسات أو معالم دون الحصول على ترخيص موثق سلفا.

المادة 55: يجب أن لا يتضمن الإشهار الذي يستخدم صورة المرأة أية إشارة من شأنها أن تسبب لها ضررا أو تحط من منزلتها في المجتمع أو تمس كرامتها أو شرفها.

المادة 56: لا يجوز أن تحتوي الرسالة الإشهارية مضامين يمكن أن تلحق الضرر المعنوي أو البدني بالقاصرين لاسيما إذا كانت تتضمن:

- تحريض القاصرين مباشرة على شراء منتج أو خدمة؛ استغلالا لعدم تجربتهم ولبراءتهم العقلية أو تحريضهم مباشرة على إقناع أقاربهم أو الغير بشراء المنتجات والخدمات المذكورة.
- استغلال الثقة الخاصة للقاصرين في ذويهم ومدرسيهم والأشخاص الذين لهم عليهم سلطة قانونية أو الانتقاص من هذه الثقة.
- عرض القاصرين في وضعية خطيرة ...

المادة 57: لا يمكن أن يكون الأطفال واصفين للمنتج أو الخدمة محل الإشهار. ولا يمكن أن يكونوا ممثلين رئيسيين في الإشهار إلا إذا وجدت صلة مباشرة بينهم وبين الخدمة أو المنتج محل الإشهار.

المادة 58: يجب أن تتضمن الإشهارات المتعلقة بالمواد الغذائية والمشروبات سواء زيدت أو لم تزد عليها مواد إضافية ذات معلومات صحية

المادة 59: يجب على وسائل الإعلام أن تشفع الرسائل الإشهارية المتعلقة بالمواد الغذائية والمشروبات بإحدى الرسالتين الصحييتين التاليتين:

"* من أجل صحتكم احذروا الطعام كثير الدهون والسكريات والملح"

"* من أجل صحتكم مارسوا نشاطا رياضيا منتظما"

المادة 60: دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال يلزم المعلن بالتأكد من صحة ودقة المعلومات المضمنة في الرسائل الإشهارية؛ بكل الوسائل المناسبة؛ بما في ذلك الخبرة والرأي.

المادة 61: يحظر الإشهار المقنع أو المستتر والإشهار الكاذب أو الخادع والإشهار المقارن والإشهار اللاشعوري.

المادة 62: يمنع كل إشهار للمنتجات التالية:

- الخمور والمخدرات
- المنتجات التي تدخل في تركيبها مواد مؤثرة عقليا
- التبغ ومشتقاته
- المنتجات المضرة بالصحة أو بالبيئة
- المواد الممنوعة من الحيازة أو الاستهلاك

- المواد الغذائية التي لا تتوفر على تصديق من السلطات المكلفة بحماية المستهلك
- جميع أنواع الأسلحة والذخيرة حتى لو كانت هذه الأسلحة مرخصة
- الأجهزة المستخدمة لأغراض التجسس والتنصت
- المنتجات المزورة والأعمال التي تم الاعتداء على حقوق ملكيتها الصناعية أو التجارية أو الفكرية
- الممارسة غير المشروعة للطب العصري أو التقليدي أو الشعوذة أو السحر أو القمار
- واليُنصَّب أو قراءة الأبراج وكما يعرض المواطنين للخطر البدني أو الغرر المالي
- الأطعمة والمشروبات والمواد التي تحرمها الشريعة الإسلامية.

المادة 63: يمنع كل إشهار من شأنه خرق سرية مداوات المحاكم أو يتضمن معلومات عن أحكام القضاء التي لم ينطق بها بعد ما لم يكن بأمر من جهة الاختصاص وبما لا يلحق الضرر بأي من أطراف التقاضي.

الفصل الثاني: شكل الرسائل الإشهارية

المادة 64: يمكن أن تصدر الرسائل الإشهارية في شكل كتابة أو رسم أو صورة أو إشارة لفظية أو خطية أو سمعية بصرية أو من أي نوع آخر.

المادة 65: يمكن أن تأخذ الرسائل الإشهارية شكل جميع وسائط الإشهار الثابتة أو المتحركة المستخدمة في جميع وسائل الاتصال.

المادة 66: تصاغ رسائل الإشهار على عموم التراب الوطني باللغة الرسمية وباللغات الوطنية حسب الجمهور المستهدف مع وجوب مراعاة سلامتها نوحياً ويمكن استخدام لغات أجنبية عند الاقتضاء.

المادة 67: إذا كانت رسالة الإشهار سمعية بصرية تكون كل لغة في واسطة منفصلة باستثناء الأجناس التي تتطلب واسطة مختلطة كالاسكتشات التي يتكلم فيها الممثلون عدة لغات.

أما إذا كانت الرسائل مكتوبة فتكون اللغة الأجنبية وجوباً تحت اللغة الرسمية أو اللغات الوطنية إذا رتبت اللغات بشكل عمودي من الأعلى إلى الأسفل. وتكون اللغة الأجنبية على اليسار إذا رتبت اللغات أفقياً من اليمين إلى الشمال.

ويلزم احترام هذا الترتيب في الواسطة المشتركة وفي الوسائط المنفصلة.

المادة 68: تقدم وسائل الإعلام الرسالة الإشهارية في شكل يميزها بوضوح عن غيرها من المضامين وذلك وفق أحكام المادة 83 أدناه.

الباب الرابع: وسائل الاتصال

الفصل الأول: أحكام مشتركة

المادة 69: توجه الرسائل الإشهارية للجمهور عبر وسائل الاتصال المختلفة التي تشمل وسائل الإعلام ومساحات العرض والإشهار الخارجي وكل القنوات غير الإعلامية التي تمكن من الوصول إلى الجمهور المستهدف.

المادة 70: تحدد خدمات وتعويزات وسائل الاتصال بمقتضى عقود مكتوبة أو وثيقة معاملات تحدد التزامات وحقوق الأطراف طبقاً للتشريعات والنظم المعمول بها.

المادة 71: يمكن لوسائل الإعلام والمؤسسات المالكة لمساحات الإشهار الخارجي أن تسند تسيير حيزها الإشهاري إلى مصالح إشهار داخلية تابعة لها أو إلى مصالح إشهار خارجية مستقلة أو تابعة لمقاولات الإشهار المرخص لها

المادة 72: تلزم وسائل الإعلام والجهات المالكة أو المسيرة لحيز الإشهار الخارجي:

- بتحديد أسعار الإشهار وتبليغها في بداية السنة لسلطة التنظيم التي تنشرها على موقعها الإلكتروني.
- بالتصريح لسلطة التنظيم بمبلغ إيراداتها السنوية الحاصلة من الإشهار وذلك في أجل أقصاه 31 ديسمبر من كل سنة.

المادة 73: في حال وجود نزاع ناتج عن إخلال وسيلة اتصال أو معلن أو مقدم خدمة إشهار أو مستخدم لحيز إشهاري خارجي؛ بالتزاماته التعاقدية؛ يمكن للطرف المدعي أن يتقدم بتظلم للوزارة المكلفة بالاتصال التي تسعى بالتنسيق مع سلطة التنظيم إلى الصلح بين أطراف النزاع.

وفي حال عدم التصالح يحق للمدعي أن يلجأ إلى المحاكم المختصة.

الفصل 2: الإشهار عبر وسائل الإعلام

المادة 74: دون الإخلال بأحكام قوانين حرية الصحافة والنشر والصحافة الإلكترونية والاتصال السمعي البصري؛ التي لا تنظم قطاع الإشهار تخضع النشاطات الإشهارية في وسائل الإعلام العمومية والخصوصية والجمعوية لأحكام هذا القانون والنظم المطبقة له.

المادة 75: يستخدم الإشهار عبر وسائل الإعلام والقنوات الإعلامية التالية:

- القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية؛

- الصحافة المكتوبة؛

- الصحافة الإلكترونية.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تبث أو تنشر رسائل الإشهار في الحيز أو الفضاء الإشهاري الذي تحدده لهذا الغرض وفق أحكام هذا القانون.

المادة 76: تحدد في دفا تر الشروط والالتزامات شروط تمويل وسائل الإعلام السمعي البصري عن طريق الإشهار والرعاية المذكورين في المادتين 47 و64 من القانون رقم 2010-045 المتعلق بالإعلام السمعي البصري.

وتلزم مؤسسات الاتصال السمعي البصري باحترام الالتزامات المنصوص عليها في المادة 47 من القانون رقم 2010-045 المتعلق بالإعلام السمعي البصري الخاص بإجراءات برمجة المواد الإشهارية.

المادة 77: وفي جميع الأحوال لا يمكن أن يتجاوز حيز المرئية 10 % بالنسبة للمؤسسات العمومية والجمعوية و15% بالنسبة للمؤسسات الخصوصية التجارية.

كما لا يجوز أن يتجاوز هذا الحيز في الصحافة المكتوبة والألكترونية نفس النسب من مساحتها الإجمالية.

المادة 78: دون الإخلال بأحكام المادة 47 من القانون رقم 2010-045 المتعلق بالإعلام السمعي البصري الخاصة بالحد الأعلى للإشهار المسموح بالحصول عليه من قبل معطن واحد؛ لا يجوز أن تتعدى البرامج التي يرهاها نفس المعطن 5% من مجموع البرامج الأسبوعية في وسائل الاتصال السمعي البصري.

المادة 79: وفي كل الأحوال لا يمكن أن يتجاوز الإشهار الصادر عن نفس المعطن 5 % من مساحات الدوريات والمواقع الإخبارية.

المادة 80: باستثناء الترقية الذاتية والإشهار المجاني ذي النفع العام والإشهار السياسي المجاني أثناء الحملات الانتخابية تحسب في النسب التي تحددها أحكام المادة 77 السابقة جميع فترات البث المخصصة للإشهار بما في ذلك الرعاية والمقايسة وتقنيات الترقية وإظهار المنتج والظهور الإلكتروني وغيرها.

المادة 81: دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة في هذا المجال؛ تخضع وسائل الإعلام الإلكترونية للالتزامات الواردة في المادتين 115 و 117 أدناه.

المادة 82: يجب على المؤسسات الإعلامية في ممارستها لنشاطات الإشهار احترام مبدأ التنافس المشروع خصوصا عند تحديد أسعار الإشهار.

المادة 83: يجب على وسائل الإعلام أن تميز الرسالة الإشهارية عن المضامين الإعلامية الأخرى بحيث تكون مسبقة ومختومة بشكل واضح إما بعبارة «إشهار» أو بعبارة مماثلة وإما بفاصل مميز يتكون من إشارة خاصة خطية وصوتية معا.

وتميز التقارير الإشهارية وتقدم بهذه الصفة.

المادة 84: لا يمكن لنشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والبرامج الإخبارية والأجناس الصحفية الأخرى المرتبطة بممارسة الحقوق السياسية أن تتضمن أي إشهار ولا أن تكون مرعية؛ ويجب كذلك ألا تشتمل على تقارير إشهارية.

المادة 85: تلزم وسائل الإعلام ببث ونشر كل إنذار بالخطر صادر عن السلطات العمومية وكل بلاغ عاجل يهدف إلى المحافظة على النظام العام وذلك بدون تأخير وتحمل السلطة المعلنة مسؤولية هذا الإعلان.

الفصل 3: الإشهار عبر مساحات الإشهار الخارجي

المادة 86: توجه رسائل الإشهار الخارجي للجمهور عبر العرض أو الإلصاق. في المساحات العمومية والخصوصية وعلى المباني والطريق العام ووسائل النقل وكل فضاء مخصص لهذا الغرض.

المادة 87: تشمل وسائط الإشهار الخارجي لوحات العنونة واللوحات الإرشادية واللوحات المضئية والألكترونية؛ والطواطم؛ واللافتات واللوحات الإشهارية الثابتة والمتحركة؛ المتوفرة على قاعدة أو التي تستخدم الحروف والإشارات المقطعة؛ واللوحات التوجيهية وإشارات المرور ولوحات الحظر والتحذير والخطوط والرسوم الجدارية؛ والملصقات مختلفة المقاسات وكل الوسائط الإشهارية الأخرى.

المادة 88: تنشئ الجماعات المحلية حيزا مخصصا للإشهار الخارجي في حدود صلاحياتها الترابية وتبلغ سلطة التنظيم بذلك. ولها أن تخصص أماكن بعينها للإشهار ذي النفع العام.

المادة 89 : يخضع إنشاء حيز الإشهار الخارجي المذكور في المادة 88 السابقة؛ لموافقة الوزير المختص.

المادة 90: يمكن للمؤسسات العمومية والخصوصية المالكة لحيز إشهار خارجي خاص أن تنشئ مساحات للإشهار دائمة أو مؤقتة داخل مقراتها ومقرات التظاهرات التي تنظمها وعلى وسائل نقلها والأماكن التابعة لها كالمناطق الحرة والأسواق والموانئ والمطارات ومحطات المسافرين عبر السيارات والقطارات.

المادة 91: يتولى المعلن أو يسند إلى الغير إنتاج وتركيب وصيانة وسائط الإشهار الخارجي التي يستخدمها وفق أحكام هذا القانون والتشريعات والنظم المعمول بها.

المادة 92: يدخل في اختصاص السلطات العمومية المعنية تصور واقتناء وتركيب وصيانة إشارات المرور واللوحات التوجيهية ولوحات الحظر والتحذير وكل واسطة إشهار أخرى ذات نفع عام تركيب في الطريق أو المجال العامين.

المادة 93: يحدد الوزير المختص: بالطرق التنظيمية المقاسات المسموح بها لوسائط العرض الخارجي والحد الأدنى للمسافة التي يجب احترامها بين الواسطة المثبتة على الأرض والطريق والبنائيات؛ والمسافة الدنيا بين واسطتين إشهاريتين؛ والعدد الإجمالي للوسائط التي يمكن تركيبها على مجال عمومي محدد؛ وكذا أهم المواصفات الفنية لإنتاجها وتركيبها.

المادة 94: تحدد بنص تنظيمي صادر عن الوزير المختص المضامين والمقاسات المسموح بها وأهم المواصفات الفنية المتعلقة بإنتاج وتركيب لوحات العناوين المرشدة إلى الأماكن التي تمارس فيها نشاطات طبية أو شبه طبية؛ أو التي ترشد إلى مكاتب أعوان القضاء.

المادة 95: لا يمكن وضع أو تركيب أو إلصاق أية واسطة للإشهار الخارجي في حيز عمومي أو خصوصي إلا بإذن مالكه أو مسيره. يصدر هذا الإذن في شكل موافقة مكتوبة أو عقد موقع طبقاً للأصول القانونية.

المادة 96: يجب على كل شخص طبيعي يمارس حرفة أو نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو زراعياً أو اجتماعياً أو ثقافياً أو خدمياً أن يضع على باب أو واجهة أو جسم المبنى أو الوحدة العقارية التي يمارس فيها نشاطه لوحة عنوان تحمل اسمه أو علامة تجارية أو طبيعة اسمه

المادة 97: يسمح للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين يتوفرون على لوحات عناوين بوضع لوحة إرشادية في مكان مناسب وفق القوانين والنظم المعمول بها.

المادة 98: يلزم ملاك العمارات السكنية والإدارية والتجارية بتركيب لوحة إرشادية عامة في مدخل البناية تبين في كل طابق أسماء المستخدمين وأرقام المساكن والمحلات التجارية والمكاتب ولوحات ترشد للسلام والمساعد والمراحيض ومنافذ النجدة.

المادة 99: يجب على المعلن أو مقدم خدمات الإشهار والاتصال أن يراعي عند إنتاج وتركيب وسائط الإشهار الخارجي الشروط التالية:

- ألا تتجاوز أي لوحة عنوان أو واسطة إشهار الواجهة أو الجدار الذي يحملها.
- ألا تحجب واسطة الإشهار الخارجي أي واسطة إشهار أخرى.
- ألا تحد أي واسطة إشهار من مجال الرؤية أو تحدث إزعاجاً بصرياً أو تعيق حركة مرور الأشخاص ووسائل النقل.

- أن يكون اختيار المواد المستعملة في صناعة الوسائط مراعيًا شروط السلامة العامة وترشيد الطاقة وحماية البيئة والقواعد الجمالية وتناسق المنظر الحضري والمحافظة على جودة المحيط العام.

المادة 100: يلزم المعلن أو مقدم خدمات الإشهار المأذون بالتأكد من تركيب وسائمه المتعلقة بالإشهار الخارجي بشكل يضمن السلامة للمارة ويحترم المواصفات الفنية والجمالية التي ينص عليها القانون.

ويجب عند تركيب الوسائط استخدام جسور معدنية تؤمن سلامة الوكلاء المكلفين بتهيئة الوسائط ووضع الملصقات في الأماكن المرتفعة.

المادة 101: يُلزم المعلن أو مقدم خدمات الإشهار المأذون بأن يُجري على نفقته الخاصة صيانة وسائمه ومنشآته الإشهارية لإبقائها في حالة جيدة.

المادة 102: يتحمل المعلن أو مقدم خدمات الإشهار المأذون مسؤولية الحوادث والأضرار التي تنجر عن شغله لمجال الأملاك العامة أو استغلال منشآته الإشهارية أو الناجمة عن سقوط وسائهم الإشهارية أو عن الأخطاء المرتكبة في صناعتها أو تركيبها وتحفظ للغير حقوقه.

المادة 103: يتولى المعلن أو مقدم خدمات الإشهار المأذون نفقات استهلاك الكهرباء لوسائمه الإشهارية المضئية والالكترونية.

المادة 104: يخضع إطلاق البالونات والمصابيح الإشهارية المضئية وإسقاط النشرات الإشهارية من الهواء لإذن من سلطة الاختصاص الترابي.

ودون المساس بالترتيبات والقواعد التي يلزم بها العمد وحكام المقطعات يجب على المأذون تركيز انتباهه على وجه الخصوص على حماية البيئة ومسببات الحرائق والمخاطر على الطيران.

المادة 105: يحق للسلطة المختصة أن تزيل الوسائط المعروضة دون ترخيص أو التي تشكل خطراً أمنياً على المارة أو تخالف القانون.

المادة 106: لا يجوز لمالك أو مسير أو مستخدم حيز الإشهار الخارجي أن يحدث بدون ترخيص مسبق أي تغيير في النشاطات الإشهارية المتعاقد عليها ولا أن يزيل وسائهم أو يجري أي تغيير في شكلها أو مضمونها أو مكانها أو مدتها.

المادة 107: يلزم مستخدم حيز الإشهار الخارجي بالمحافظة على الأماكن المستخدمة في حالة جيدة من الصيانة ومن النظافة وبأن يصلح؛ على نفقته كل تلف ينجر عن نشاطاته الإشهارية.

المادة 108: يلزم مستخدم حيز الإشهار الخارجي بإزالة كل الوسائط الإشهارية فور انتهاء مدة النشاطات المتعاقد عليها وإعادة المكان إلى الحالة التي وجدته فيها.

المادة 109: يخضع الإشهار الخارجي داخل المنشآت الصحية والتربوية لأحكام خاصة يحددها هذا القانون والنظم المطبقة له.

المادة 110: يحظر الإشهار التجاري على الأماكن التالية وداخلها:

- المساجد وأماكن العبادة الأخرى
- المعالم والبنائيات ذات الطابع التاريخي والأثري
- البنائيات التي تستخدمها القوات المسلحة وقوات الأمن

- الأعمدة الكهربائية
- الأشجار
- إشارات المرور
- السجون
- المقابر

المادة 111: لا يجوز إصاق الإشهار الخارجي على الوسائط الإشهارية الأخرى المعروضة سلفاً.

المادة 112: يخضع الإشهار الخارجي في المواقع المصنفة الدائمة أو المؤقتة كالمحميات والمشاتل النموذجية والمناطق الأثرية لموافقة خاصة من الجهة المسيرة للمرفق.

الفصل 4: الإشهار عبر القنوات غير الإعلامية

المادة 113: تشمل القنوات غير الإعلامية جميع قنوات الإشهار خارج وسائل الإعلام مثل:

- الهاتف الجوال والسينما والنشر والانترنت والشبكات الاجتماعية؛ ومكبرات الصوت ومختلف أنماط التعبير الأدبية والموسيقية والفنية؛
- أجهزة قراءة وسائط الاتصال الالكترونية للإعلام كالأقراص المضغوطة السمعية والبصرية والأشرطة المسموعة والمرئية والأدوات الرقمية.
- قنوات توزيع الهدايا والتحف التي طبعت عليها رسائل إشهار كمحفظات الوثائق والأجندات واليوميات والأقلام والحاسبات الرقمية وأزياء الرياضة والقمصان والقبعات وكل الوسائط الترقية الأخرى.

المادة 114: يخضع للأحكام الخاصة بالإشهار التجاري والرعاية كل إشهار عبر السينما والانترنت والمهرجانات والصالونات والمعارض التجارية والفنية والثقافية والحفلات الموسيقية والندوات الشعرية والأدبية وكل الوسائط وقنوات الاتصال الثقافية الأخرى باستثناء وسائط النشر.

المادة 115: يجب أن يكون الإشهار عبر الانترنت من خلال المواقع ومحركات البحث وشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات وصفحات "الويب" وكل وسائل الاتصال الالكترونية الخاضعة للقانون الموريتاني؛ مطابقاً لمقتضيات اللياقة وأن لا يكدر على الزوار صفو التصفح

وذلك باستخدام مواصفات مقبولة للمقاسات والحجم واستخدام الصوت ومدة العرض وعتبة الظهور والاستهداف الالكترونيين.

المادة 116: يلزم المعلنون في فضاء التجارة الالكترونية والفاعلون في قطاع الإشهار والتسويق الرقمي؛ الخاضعون للقانون الموريتاني بان يستخدموا حسب الإمكانيات التقنية المتوفرة؛ أدوات ارتباط الكترونية تمكن من توقيف الإشهار غير المرغوب فيه ومن وضع عتبات للظهور والاستهداف الالكترونيين من أجل الحد من آثار الإشهار المتطفل أو المزجج بواسطة تخفيض عدد المرات التي يعرض فيها عنصر مكتوب أو مرئي أو مسموع أمام نفس المتصفح خلال فترة معينة.

المادة 117: يجب أن لا تتضمن خدمات الإشهار عبر الرسائل النصية القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة أية مضامين تزجج المستقبلين.

المادة 118: باستثناء الرسائل ذات النفع العام لا يجوز للمتعهد بخدمة الهاتف الجوال إرسال الرسائل النصية القصيرة أو متعددة الوسائط للمشاركين دون موافقة مسبقة من المستخدم عبر آلية ينشئها المتعهد لهذا الغرض.

المادة 119: يلزم المتعهدون بخدمة الهاتف الجوال باستخدام التطبيقات والأدوات المتوفرة من أجل تمكين المستخدمين من توقيف الرسائل الإشهارية غير المرغوب فيها أو التي يعتبرونها متطفلة أو مزعجة.

المادة 120: يلزم المتعهدون بخدمة الهاتف الجوال بنشر العمومية وأي بلاغ عاجل يهدف إلى المحافظة على النظام العام وذلك بدون تأخير.

المادة 121: باستثناء رسائل التحذير من المخاطر الداهمة يحظر إرسال الرسائل الإشهارية عبر الهاتف في الأوقات التي يمكن أن تشكل فيها إزعاجا للمشاركين لاسيما من منتصف الليل إلى غاية الساعة السادسة صباحا.

المادة 122: يخضع إرسال رسائل الإشهار السياسي عبر خدمات الهاتف الجوال أثناء الحملات الانتخابية لترتيبات خاصة تحددها النصوص التنظيمية.

المادة 123: يحظر من منتصف الليل وحتى الساعة السادسة صباحا كل إشهار صاحب يعكر صفو السكينة العامة.

الإشهار الصاخب على الطريق العام لاسيما قرب المساجد وأماكن العبادة الأخرى؛ والمؤسسات الصحية والمدرسية والمقابر يخضع لنصوص تنظيمية تحدد التوقيت وقرب المسافة ومستويات الصوت المسموح بها.

المادة 124: يلزم المتعهدون بخدمة الهاتف الجوال بالتصريح لسلطة التنظيم بمبلغ إيراداتهم السنوية العائدة من خدمة الرسائل النصية القصيرة والرسائل متعددة الوسائط وذلك في أجل أقصاه 1 ديسمبر من كل سنة.

الباب الخامس: أحكام خاصة

الفصل الأول: الإشهار التجاري

المادة 125: يستهدف الإشهار التجاري تطوير النشاطات التجارية العمومية والخصوصية لاسيما في مجالات التجارة والصناعة والزراعة والحرف والمهن الحرة وجميع النشاطات الأخرى ذات الأهداف الربحية.

المادة 126: يجب أن يستوفى موضوع الإشهار التجاري الشروط القانونية والإدارية المطلوبة للحيازة والتسويق في الجمهورية الإسلامية الموريتانية.

المادة 127: يلزم منظمو نشاطات الإشهار التجارية الثابتة والمتنقلة بالتصريح بها لسلطة التنظيم على الأقل عشرين يوما قبل انطلاق الحملة.

المادة 128: إذا تضمنت الحملة المذكورة في المادة 127 السابقة نشاطات للإشهار الخارجي يجب في الأجل ذاتها إشعار السلطات الإدارية والبلدية التي يجري نشاط الحملة في مجال اختصاصها الترابي.

ويحق للسلطات المختصة أن تطلب من منظم الحملة المعلومات الضرورية وأن تضع الشروط التي تراها مناسبة.

المادة 129: لا يجوز في الإشهار والرعاية التجاريين نشر أو بث صور أو أسماء أو عناوين أو شهادات أو تصريحات لمستهلكين أو فائزين بجوائز يقدمها مععلن نقداً أو عيناً أو أي شخص آخر ما لم يكن لدى الجهة المعلنة موافقة موثقة من الأشخاص المعنيين.

المادة 130: لا تخضع نشاطات الاتصال الداخلي والترويج في مكان البيع والترويج الذاتي للأحكام المطبقة على نشاط الإشهار التجاري.

الفصل 2: الإعلانات المبوبة

المادة 131: يمكن لمجموعات المعلنين المتوسطين والصغار أن يتقدموا بإعلانات مبوبة وطلب نشرها بصورة جماعية تؤهلهم للحصول على أسعار تفضيلية.

وفي هذه الحالة يعطي المعلنون وكالات مكتوبة لمن ينوب عنهم تخوله منح الإذن لوسائل الإعلام ومقدمي خدمات الإشهار في نشر إعلاناتهم المبوبة.

المادة 132: تكون الرسالة الإشهارية في الإعلانات المبوبة قصيرة تحدد العناوين أو توجه نحو المنتجات والخدمات الرئيسية؛ ولا يجوز الاكتفاء في الإشهار عبر الأنترنت باقتراح رابط لصفحة إلكترونية أخرى.

المادة 133: يمكن للدوريات الصحفية والنشرات والمواقع الإشهارية والصفحات الصفراء وقوائم العناوين أن تقترح خدمة للإعلانات المبوبة.

كما يمكن للقنوات التلفزيونية والإذاعية أن تخصص ضمن فضاءها الإشهاري حيزاً لإعلانات مبوبة مسموعة ومرئية.

المادة 134: يجب على ناشري الإعلانات المبوبة تصنيفها بشكل دقيق يمنع الخلط بين أنواع وفئات المعلنين كلما كان ذلك ممكناً ويميز بين إعلانات العرض والطلب وخدمات الإرشاد الأخرى كإعلانات النفع العام والعناوين المفيدة.

المادة 135: يحظر تكرار الإشهار لنفس المعلن في قائمة واحدة للإعلانات المبوبة.

الفصل 3: الرعاية

المادة 136: يسمح بالإشهار من خلال الرعاية للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الخاضعين للقانون العام أو الخاص والذين لا ينتجون ولا يسوقون منتجات ولا خدمات تحظر حيازتها وبيعها في البلاد.

المادة 137: يمكن أن تكون الرعاية:

- ✓ حصرية: يكون فيها المعلن هو الممول الوحيد ويتفرد بخدمة الإشهار وفي هذه الحالة يسمى الراعي الحصري.
- ✓ الرائدة: يدفع المعلن الحصة الكبرى من التمويل على أن يحصل على حيز إشهار أكبر من حيز المعلنين الآخرين.
- ✓ مشتركة: يشترك الراعون بالتساوي في التمويل ويحصلون على مساحات إشهار متساوية.

المادة 138: يلتزم كل راع باحترام مبدأ المنافسة الحرة والقواعد التشريعية والمهنية في المجال التجاري والاعلامي وتنظيم المناشط محل الرعاية.

المادة 139: يقتصر الظهور الإشهاري للراعي على الإشارة بوضوح لاسمه أو علامته التجارية مع رسالة إشهارية قصيرة.

المادة 140: يجوز للراعي تقديم منتجاته وخدماته مجاناً على شكل جوائز إذا كان محل الرعاية برنامجاً إعلامياً يتضمن ألعاباً أو مسابقات أو ما شاكلها.

المادة 141: يمكن للمسؤول عن إعداد البرنامج الإعلامي أو تنظيم النشاط محل الرعاية توزيع الراعين إلى فئات حسب تفاوت المساهمة في التمويل بحيث تستخدم عبارات "الراعي الحصري" " للمعلن الذي ينفرد بالتمويل و"الراعي الذهبي" للمعلن الذي يدفع أكبر نصيب منه و"الراعي الفضي" لمن يأتي في الدرجة الثانية و"الراعي البرونزي" لصاحب الدرجة الثالثة.

وفي هذه الحالة يجب أن يوضح المرعي للمعلنين الامتيازات المترتبة على تصنيفهم إلى هذه الفئات وأن يقبل الراعون مسبقاً الاتصاف بالصفات المتعلقة بها.

المادة 142: لا يجوز للراعي التدخل في محتوى البرامج الإعلامية محل الرعاية أو شكلها أو وقت بثها إذا كان هذا التدخل يمس من مبدأ استقلال الخدمة الإعلامية أو يؤثر على الخط التحريري لوسيلة الإعلام.

المادة 143: تجوز الرعاية الشرفية للنشاطات غير التجارية بشرط أن لا ينجر عنها أي تعويض مالي أو من نوع آخر.

المادة 144: استثناء من أحكام المادة 84 أعلاه؛ تجوز رعاية البرامج الإذاعية والتلفزيونية التالية:

- ✓ النشرات الاقتصادية والثقافية والرياضية والنشرات الجوية.
- ✓ برامج الخيال والبرامج الوثائقية ونقل المباريات والتظاهرات.

المادة 145: تمنع الرعاية الإشهارية الصريحة أو المضمرة للنشاطات السياسية.

المادة 146: لا يسمح للشخصيات والأحزاب السياسية ولا المنظمات النقابية والمجموعات المهنية بممارسة أي شكل من أشكال الرعاية لبرنامج إعلامي أو أي نشاط آخر.

المادة 147: تمنع كل أشكال الرعاية للمناشط ذات الطابع القبلي أو الإثني أو الفئوي أو الطائفي وكل النشاطات غير المرخصة.

الفصل 4: الإشهار الطبي التجاري

المادة 148: يشمل نشاط الإشهار الطبي التجاري:

- نشاطات الاتصال واستشراق السوق وجلب الزبائن وحثهم بهدف ترويج وصف وتسليم وتوزيع وبيع واستهلاك الأدوية والأعشاب الطبية ومكملات التغذية ومواد التجميل وكل المنتجات الطبية وشبه الطبية والبيطرية المستخدمة في مجال الطب البشري والبيطري
- الإشهار من أجل ترويج الآلات والأجهزة والمعدات والتجهيزات وطرق العلاج وكل المنتجات الأخرى غير الأدوية التي تسهم في التشخيص والوقاية من الأمراض وعلاجها وتوقي وعلاج الإصابات المتعلقة بالحالات الجراحية أو الاختلال الفيزيولوجي وتشخيص أو تعديل الحالة البدنية أو الفيزيولوجية أو إعادة عمل أجهزة الجسم أو تصحيحها أو تعديلها.
- توفير عينات مجانية من الأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية للأشخاص والمؤسسات المؤهلة لوصفها أو تسليمها أو توزيعها.

- الإشهار للمؤسسات الصحية والهيئات الطبية ذات الأهداف الربحية
- رعاية الندوات والمؤتمرات الطبية والعلمية والنشاطات التي يشارك فيها الأشخاص المؤهلون لوصف أو تسليم الأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية.

المادة 149: لا يدخل في مجال تعريف الإشهار الطبي التجاري:

- المعلومات المقدمة من قبل المختصين والصيادلة والطاقم المعالجين أثناء ممارسة مهامهم الطبية والتعليمية.
- المراسلات المرفقة عند الاقتضاء بأي وثيقة غير إخبارية من أجل الإجابة على سؤال محدد حول دواء خاص.
- المعلومات والإرشادات والوثائق المرجعية المتعلقة على سبيل المثال بالتحذير من التأثيرات الجانبية أو غير المرغوب فيها في إطار الرقابة الدوائية
- المعلومات المتعلقة بالصحة والأمراض البشرية والحيوانية؛ ما دامت تستخدم أسماء جنس الأدوية ولا تشير ولو بصفة غير مباشرة إلى علامة أو اسم تجاري لدواء.
- الاتصال من أجل الوقاية من الأمراض والتهديب الصحي وترقية النظافة العامة.
- الإشهار للمؤتمرات الطبية والندوات والملتقيات المتعلقة بالصحة.

المادة 150: يخضع لترخيص من الوزير المكلف بالصحة الترويج والإشهار لدى الجمهور العريض للأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية ذات الاستخدام البشري.

يخضع إشهار ورعاية عروض الخدمات الطبية التجارية وعروض المؤسسات الصحية التجارية وخدمات التأمين الصحي لقيود تحدد بمرسوم.

ويحدد الوزير المكلف بالصحة بالطرق التنظيمية الشروط والترتيبات المتعلقة بمنح الرخصة وبمدة صلاحيتها ودواعي استخدام الدواء والمضامين الإشهارية المسموح بها.

ويخضع الإشهار للأدوية والمنتجات ذات الاستخدام البيطري لترخيص من الوزير الوصي المختص؛ الذي يحدد ترتيبات هذا الترخيص بالطرق التنظيمية.

المادة 151: تصدر الجهة المؤهلة الرخصة فقط بعد التأكد من توفر ملف الطلب على الشروط القانونية المطلوبة ودفع المعلن للخرينة العامة رسم الترخيص المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه.

وتُحدّد الرخصة فترة نشر أو بث أو عرض الرسالة الإشهارية ونوعية الوسائط ووسائل الاتصال المستخدمة.

المادة 152: يخضع إشهار الأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية ذات الاستخدام البشري؛ الموجه لاقتناء المنظومة الطبية والمؤسسات الصحية المؤهلة لوصف الأدوية والمنتجات وتسليمها وتوزيعها واستخدامها لموافقة مكتوبة من الوزير المكلف بالصحة يسلمها وفق القوانين والنظم المعمول بها للمندوب الصحي أو وكالة الترويج الطبي الذين يطلبانها.

المادة 153: يجب أن يكون الإشهار الطبي موضوعيا وموجها للاستخدام الصحيح للمنتجات ومبيناً عند الاقتضاء الإنذارات والاحتياطات المطلوبة في حال الاستخدام؛ وكل عنصر ضروري لحسن اطلاع المستهلك.

ويرفق هذا الإشهار بالضرورة برسائل تحث على الحذر والرجوع إلى الطبيب في حال استمرار أعراض المرض.

المادة 154: لا يكون ملف طلب الترخيص أو الموافقة مقبولاً بالنسبة للإشهار الطبي إلا إذا قُدم البرهان العلمي على المزايا والفوائد الصحية المزعومة في الإشهار.

ويخص مفهوم البرهان الصحي الدراسات العلمية التي تثبت الادعاءات المتعلقة بدواء أو آلة أو جهاز أو طريقة طبية أو أي منتج مذكور في الإشهار.

ولا تعتبر التزكية الطبية من نوع "تم اختباره سريريا" أو "تم اختباره في الوسط الاستشفائي" إلا إذا كانت الدراسات المثبتة لمضمون الإشهار مطبقةً على الحالات السريرية التي ذكرت فيها مزايا وفوائد صحية للدواء محل الإشهار.

كما لا تعتبر برهانا علميا شهادتُ المرضى حتى لو كانت عن حسن نية؛ ولا الرسوم والصور المستخدمة لترويج المنتجات وطرق العلاج في الإشهار من النوع الذي يبين حالة المريض "قبل وبعد" استخدام المنتج.

المادة 155: يحق للوزارة المختصة أن تقوم؛ بالتشاور مع المعلن أو من يمثله؛ بدراسة وتحسين وتعديل مضامين رسائل الإشهار الطبي التجاري وذلك وفق النصوص المعمول بها.

المادة 156: يمكن أن يستثنى من إجراءات الترخيص توجيه حملات إشهار للجمهور العريض ترمي إلى ترويج اللقاحات وفواطم الإقلاع عن التبغ، وغيرها من المنتجات المماثلة بهدف خدمة الصحة العمومية إذا شملت هذه المنتجات قائمةً يحددها مقرر من الوزير المكلف بالصحة خدمة لأهداف الصحة العمومية.

المادة 157: تحدد المعايير المطلوبة والشروط المؤهلة لممارسة مهنة المندوب الطبي بمقرر من الوزير المكلف الذي يمنح الترخيص لمقدم الطلب إذا كان موريتاني الجنسية وتوفرت فيه المعايير والشروط اللازمة.

المادة 158: يخول الترخيص للمناديب الطبيين ولوكالات الترويج الطبي القيام بترويج المنتجات الطبية وشبه الطبية لدى أعضاء المنظومة الطبية بناء على موافقة مكتوبة تسلمها السلطة المختصة لكل منتج بعد دراسة الملف المقدم لهذا الغرض.

ويلزم المندوب الطبي ووكالة الترويج الطبي القيام بتزويد الجهة المختصة كل مرة بجميع المعلومات المتعلقة بجديد المنتجات التي ينوي ترويجها لدى أعضاء المنظومة الطبية.

المادة 159: يمكن للمندوب الطبي ووكالة الترويج الطبي توفير عينات من الأدوية المرخصة للأشخاص المؤهلين لوصفها بالشروط التالية:

- أن تحمل الأدوية عبارة "عينة مجانية"
- أن لا تحتوي مواد مصنفة منعشة أو مؤثرة عقليا أو تطبق عليها جزئيا أو كليا النظم المتعلقة بالمؤثرات العقلية.
- أن لا يترتب عن وصف الأدوية دفع أية مكافأة ولا أي امتياز نقدي أو عيني لصالح هؤلاء الأشخاص.

ويمنع توفير عينات دوائية مجانية للجمهور عن طريق تسليمها بطريقة مباشرة أو بوضعها في أماكن مفتوحة للجمهور بمناسبة مؤتمرات طبية أو صيدلانية

المادة 160: يمكن للمندوب الطبي وممثل وكالة الترويج الطبي أو المختبرات الصيدلانية المعتمدة في موريتانيا أن يوزعوا على أعضاء المنظومة الطبية وسائط ترويجية وملصقات ونشرات تحمل مضامين إخبارية مرخصة تتعلق بالمنتجات أو بالصناعات الصيدلانية التي يمثلونها.

المادة 161: لا يجوز أن تحمل السترات التي ترتديها الطواقم الطبية أثناء تأديتهم لمهامهم إلا إشهارا طبيا مرخصا.

لا يمكن عرض الملصقات الإخبارية المتعلقة بالمنتجات الطبية إلا داخل الصيدليات والمنشآت الصحية. يتطلب عرض الوسائط السمعية البصرية المتعلقة بالإشهار الطبي داخل الصيدليات والمنشآت الصحية موافقة المسؤولين في هذه المؤسسات.

المادة 162: يمنع الإشهار الموجه للجمهور بهدف ترويج الأدوية الخاضعة لإلزامية الوصف الطبي التي لا يمكن تسليمها إلا بوصفة.

المادة 163: يحظر إشهار الأدوية إذا كانت قيد التقييم المقارن بين مزاياها و مخاطرها على الصحة بناء على تنبيه من مصالح الرقابة الدوائية.

الفصل 5: الإشهار عبر الوسائط التعليمية ووسائط النشر الثقافي

المادة 164: يجوز الإشهار عبر الوسائط ووسائل الاتصال التعليمية ووسائط النشر الثقافي بالشروط المحددة في أحكام هذا القانون والنصوص المطبقة له.

المادة 165: تشمل الوسائط ووسائل الاتصال التعليمية ووسائط النشر الثقافي:

- الدفاتر والكتب المدرسية واللوازم التربوية
- الكتب والمنشورات الثقافية الخاضعة لنظام الإيداع القانوني وحماية الملكية الفكرية في موريتانيا.
- البرامج المدرسية في الإذاعة والتلفزيون الخاضعة للقانون الموريتاني.
- القنوات الإذاعية والتلفزيونية التعليمية الحاصلة على رخص من السلطات الوطنية المختصة.
- المواقع الإلكترونية التعليمية الخاضعة للقانون الموريتاني
- مساحات الإشهار الخارجي داخل المؤسسات التربوية والجامعية.
- كل الوسائط المدرسية الأخرى.

المادة 166: لا يجوز لأي معطن أو مصنع أو طابع أو ممول أو مورد أو موزع للوسائط التربوية أو لوسائط النشر الثقافي ولا لأي مقدم خدمات إشهار أن يطبع أي مضامين إخبارية تجارية على هذه الوسائط إلا بترخيص من الوزير المختص.

المادة 167: يشمل الإشهار غير التجاري عبر الوسائط التعليمية والنشر الثقافي كل نشاط اتصالي ليست له أهداف ربحية يسعى إلى ترقية التعليم والثقافة والتنمية؛ لاسيما إذا كان الإشهار يهدف إلى:

- ترقية المنظومة التربوية الوطنية.
- نشر وحماية التراث الثقافي والعلمي الوطني والإنساني.
- ترسيخ قيم المواطنة ونشر ثقافة الديمقراطية وحقوق الإنسان.
- الاتصال من أجل التنمية الهادف إلى دعم جهود التنمية المستدامة.

المادة 168: يحدد الوزير المختص مقاسات المساحات الإشهارية المسموح بها على الوسائط التعليمية وعلى النشر الثقافي بالطرق التنظيمية.

المادة 169: تُحدّد شروط وترتيبات الترخيص للإشهار التجاري عبر الوسائط ووسائل الاتصال التربوية وعبر النشر الثقافي بمقررين صادرين حسب الاختصاص عن الوزير المكلف بالتهذيب والوزير المكلف بالثقافة وذلك بالتشاور مع الوزير المكلف بالاتصال.

المادة 170: يقدم الراغب في الترخيص المذكور في المادة 169 السابقة طلبا للوزير المختص يتضمن تحديد مضامين الرسائل الإشهارية ومرات البث وطبيعة القنوات وعدد الوسائط المستخدمة.

المادة 171: لا يصدر الترخيص إلا بعد تأكد السلطة المختصة من توفر الشروط المطلوبة وبعد دفع طالب الرخصة للخرينة العامة الرسم المحدد مبلغه في المادة 200 أدناه.

المادة 172: لا يجوز لأي كان أن يستخدم وسائط النشر الثقافي للإشهار التجاري المرخص له دون موافقة مكتوبة من الأشخاص المتمتعين بالحقوق المحفوظة كحقوق النشر وحق المؤلف والحقوق المماثلة.

وتبقى محفوظة حقوق متابعة المخالف أمام المحاكم المختصة.

المادة 173: استثناء من إجراءات الترخيص يمكن للمؤسسات والمحلات الصغيرة التي تقدم خدماتها داخل الحرم المدرسي والجامعي كالمكتبات والمخابر والمقاهي الإلكترونية وأكشاك الجرائد ومحلات استنساخ وتصوير الأوراق والمتاجر والمقاهي والمطاعم؛ أن تعرض مضمونا إشهاريا موجزا يتعلق بخدماتها بشرط أن يكون:

- ✓ معروضا على البناية التي تستخدمها هذه الهيئات داخل المؤسسات المدرسية.
- ✓ محل موافقة مسبقة مكتوبة من المؤسسة المدرسية تحدد طبيعة الوسائط المسموح بها ومضامينها ومقاساتها.

المادة 174: لا يخضع لنظام الترخيص الإشهار الخارجي داخل الحرم المدرسي والجامعي إذا كان:

- صادرا عن معلى يرعى نشاطات تربوية أو ثقافية أو علمية منظمة داخل المؤسسات التربوية.
- ومحل موافقة مكتوبة من المؤسسة المدرسية تحدد طبيعة الوسائط المسموح بها ومضامينها ومقاساتها

المادة 175: يمنع كل إشهار سياسي عبر الوسائط ووسائل الاتصال التعليمية ووسائط النشر الثقافي.

المادة 176: يمكن للوزارة المكلفة بالتربية أن ترخص لممونها بالدفاتر والكتب المدرسية واللوازم التربوية في أن يبيع لإحدى مقاولات الإشهار المساحات الإشهارية على الوسائط التي تطلبها الوزارة وذلك مقابل مبلغ متفق عليه يخضم من ثمن هذه المشتريات.

الفصل 6: الإشهار السياسي

المادة 177: يشمل الإشهار السياسي خلال الحملات الانتخابية النشاطات التالية:

- ✓ حصص مجانية للإشهار السياسي في وسائل الإعلام العمومية توفر بإنصاف للوائح المتنافسة وفق الشروط المحددة في النصوص المعمول بها
- ✓ حصص معوضة للإشهار السياسي في وسائل الإعلام العمومية والخصوصية والجمعية.
- ✓ الإشهار السياسي عبر مساحات الإشهار الخارجي.

✓ الإشهار السياسي عبر القنوات غير الإعلامية.

المادة 178: لا يجوز أثناء الحملات الانتخابية أن يتجاوز حيز الإشهار السياسي اليومي المعوض في وسائل الإعلام المسموعة المرئية 5 % بالنسبة للمؤسسات العمومية والجموعية و 10 % بالنسبة للمؤسسات الخصوصية التجارية.

كما لا يمكن أن يتجاوز هذا الحيز في الصحافة المكتوبة والالكترونية نفس النسب من مساحتها الإجمالية. وتلزم مؤسسات الإعلام باحترام التسعيرة المبلغة لسلطة التنظيم.

المادة 179: تحدد بقرار من السلطة المكلفة بتنظيم وسائل الإعلام الترتيبات المتعلقة بالإشهار السياسي عبر وسائل الإعلام أثناء الفترات الانتخابية؛ وذلك بالتنسيق مع سلطة التنظيم.

المادة 180: يحظر استخدام المرافق العمومية وكل موارد الدولة ووسائلها في نشاطات الإشهار السياسي.

المادة 181: يحظر كل نشر لنتائج استطلاع للرأي يتعلق بالانتخابات ما لم تكن صادرة عن مؤسسة لاستطلاع الرأي معتمدة بالطرق القانونية.

المادة 182: يجب على وسائل الإعلام أن تعلق أثناء الحملات الانتخابية كل إشهار غير سياسي من شأن مضامينه أن تؤثر لائحة مرشحة على حساب لائحة منافسة ولا يستأنف هذا الإشهار إلا بعد ظهور النتائج النهائية للانتخابات.

المادة 183: دون المساس بالترتيبات التشريعية والتنظيمية المعمول بها في المجال الانتخابي تلزم الهيئات والشخصيات السياسية المنخرطة في حملات سياسية انتخابية:

- بتحديد الشخصيات والتشكيلات السياسية والبرامج محل الإشهار.
- بتعيين الوكلاء المعتمدين المكلفين بتسيير حملات الإشهار السياسي في وسائل الإعلام
- بتحديد المخصصات المرصودة للإشهار السياسي الانتخابي وتبليغها للسلطات المختصة

المادة 184: يمكن للسلطات العمومية والجهات المشرفة على تنظيم الانتخابات أن تطلق حملات لترسيخ الوعي المدني الانتخابي وإرشاد المواطنين إلى أداء واجباتهم الانتخابية وممارسة حقوقهم المدنية على الوجه الأكمل.

المادة 185: تنظم وسائل الإعلام العمومية أثناء الفترات الانتخابية حملات إعلام واتصال تسهم في ترسيخ الوعي المدني الانتخابي ونشر ثقافة الديمقراطية والمواطنة.

المادة 186: يجب أن تتسم حملات الإشهار المنصوص عليها في المادتين 184 و 185 السابقتين بالتجرد والحياد والموضوعية والابتعاد عن كل مضمون يؤثر بشكل صريح أو ضمني أحد المترشحين على منافسيه.

المادة 187: لا تستخدم الأملاك العامة للدولة لإقامة مواقع مؤقتة لنشاطات الإشهار الانتخابي إلا بعد موافقة مكتوبة من الجهة المختصة.

المادة 188: يخضع الإشهار السياسي لأحكام المادة 123 أعلاه.

المادة 189: يمنع كل إشهار سياسي خلال فترة الصمت الانتخابي التي تسبق الاقتراع ب 24 ساعة ويجب أن تكون مكاتب التصويت خالية من أية مظاهر إشهارية.

المادة 190: يمنع خارج فترات الحملات الانتخابية كل إشهار سياسي في وسائل الإعلام العمومية والخصوصية والجموعية عبر جميع أشكال الرسائل الصريحة أو المموهة ولا يشمل هذا المنع الإشهارات المتعلقة بتنظيم أنشطة سياسية ولا الكلام الصادر عن رجال السياسة خارج فترات الحملات الانتخابية أثناء برامج ذات طابع سياسي أو نشاطات سياسية تغطيها وسائل الإعلام بشكل موضوعي.

الفصل 7: الإشهار ذو النفع العام

المادة 191: يكتسي طابع النفع العام كل اشهار **موجه للجمهور سياسة العريض** يجمع الشروط التالية:

- أ- يهدف إلى خدمة المصلحة العامة
- ب- يكون مطلوباً من طرف شخصية عمومية مهما كان شكلها أو هيئة دبلوماسية أو شريك في التنمية أو مؤسسة غير تجارية خاضعة لرقابة أو وصاية أو تبعية السلطات العمومية أو مؤسسة دولية خاضعة لنظم القانون العام أو القانون الخاص أو منظمة أو جمعية مهنية أو اجتماعية أو ثقافية أو علمية أو رياضية معترف بها.
- ج - لا يتضمن أية إشارة لعلامة تجارية أو لمنتجات أو لخدمات أو أي تلميح إلى هذه العلامة سواء فيما يتعلق بشكل ومضمون الإشهار نفسه أو بالإحالة إلى إعلان مماثل يتضمن التلميح ذاته. وفي هذه الحالة لا يمكن عرض المنتجات أو الخدمات إلا تحت أسماء جنس عامة.
- د- لا يذكر اسم أية مؤسسة أو أي شخص اعتباري غير المؤسسة أو الشخص المذكورين في الفقرة "ب" أعلاه ولا يلمح إليهما سواء فيما يتعلق بشكل ومضمون الإشهار عينه أو بالإحالة إلى إعلان مماثل يتضمن التلميح نفسه.

المادة 192: تعتبر نشاطات ذات نفع عام كل الإعلانات التي توفرت فيها الشروط المذكورة في المادة 191 السابقة والمتعلقة خصوصاً بالمجالات التالية:

- الحماية المدنية والحفاظ على الأمن والنظام العام.
- التوقف المؤقت لبعض الخدمات العامة.
- تحذير المواطنين من المخاطر والتعريف بإجراءات السلامة.
- التعبئة الاجتماعية لمواجهة الكوارث والنهوض السريع من آثارها
- تنظيم توقيت العمل في بعض المرافق العمومية.
- التربية الصحية والنظافة العامة.
- الوقاية من حوادث المرور.
- الاتصال من أجل التنمية.
- تنظيم الانتخابات.
- الإشهار القانوني.
- مسابقات الاكتتاب وعروض العمل
- مواقيت الصلاة والحج والأعياد الدينية والوطنية.
- دعوات التبرع الصادرة عن مؤسسات عمومية.
- أرقام هواتف مصالح النجدة والعناوين المفيدة.
- استدعاء الموظفين والمؤسسات والهيئات العمومية.
- الأشخاص المفقودون.

المادة 193: يحق لمنظمات المجتمع المدني المعترف لها بصفة النفع العام أن تصدر إعلانات ذات نفع عام حول نشاطات تنظمها وذلك بعد موافقة المرفق العمومي المستفيد من النشاط.

الفصل 8: إشهار المناسبات

المادة 194: يخص إشهار المناسبات:

- التهاني.
- الإعلان عن الموالييد.
- الإعلان عن حفلات الزواج.
- الإعلان عن الوفيات.
- التعازي.
- مراسم التأبين.
- وكل المناسبات الاجتماعية الأخرى المماثلة.

المادة 195: تخضع مضامين إشهار المناسبات لأحكام هذا القانون.

المادة 196: يمكن للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين نشر إعلانات تتعلق بالمناسبات الاجتماعية.

المادة 197: يقتصر نشر إشهار المناسبات الاجتماعية على وسائل الإعلام وعلى الشبكات الاجتماعية ويحظر عبر غيرها من الوسائط أو وسائل الاتصال.

الباب السادس: رسوم الإشهار وتخصيص الموارد الإشهارية

المادة 198: يطبق رسم لترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري على الفاعلين في قطاع الإشهار وفق أحكام هذا القانون والقوانين والنظم الجاري بها العمل.

المادة 199: يدفع هذا الرسم في صندوق ترقية الإشهار والإعلام والإنتاج السمعي البصري مقابل وصل بالتسديد في نسختين على الأقل تودع إحدهما لدى سلطة التنظيم والثانية لدى سلطة الوصاية الفنية.

المادة 200: تتكون الرسوم التي تدفع مرة واحدة من:

- رسم على إنشاء مقالة الإشهار مبلغه مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.
- رسم مبلغه عشرون ألفا (20.000) أوقية جديدة على ممارسة مهنة وسيط الإشهار.
- رسم على إنشاء ورشة إنتاج ووسائل الإشهار مبلغه عشرة آلاف (10.000) أوقية جديدة للورشة المنشأة في نواكشوط وألفا (2.000) أوقية جديدة للورشة التي تنشأ على المستوى الجهوي أو المحلي.
- رسم على التنازل مبلغه ثلاثون ألفا (30.000) أوقية جديدة يطبق على المتنازل.
- رسم مبلغه خمسون ألفا (50.000) أوقية جديدة مقابل الترخيص في الإشهار الطبي التجاري الموجه للجمهور العام والمتعلق بالأدوية والمنتجات الطبية وشبه الطبية ذات الاستخدام البشري.
- رسم مبلغه خمسة آلاف (5.000) أوقية جديدة مقابل الترخيص في الإشهار على الوسائط ووسائل الاتصال المدرسية والخاصة بالنشر الثقافي.

المادة 201: تتكون الرسوم السنوية من:

- رسم سنوي تدفعه مقاولات الإشهار ووسائل الإعلام والخواص الذين يملكون حيزا للإشهار الخارجي والمتعهدون بخدمة الهاتف الجوال يمثل نسبة 2 % من إيراداتهم الإشهارية السنوية.
- رسم سنوي يتمثل في مبلغ عشرة آلاف (10.000) أوقية جديدة يدفعه وسطاء الإشهار وورشات إنتاج الوسائط الإشهارية.

المادة 202: تدفع نسبة 25% من إيرادات البلديات الحاصلة من الإشهار إلى صندوق ترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري وتخصص لتحقيق أهداف الصندوق المذكور.

المادة 203: تخصص لترقية التعليم والثقافة والتربية الصحية نسبة 25% من إيرادات صندوق ترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري الحاصلة من الإشهار التجاري عبر الوسائط التعليمية أو الثقافية ومن الإشهار الطبي التجاري.

الباب السابع: هيئات التنظيم والإشراف

الفصل 1: سلطة تنظيم الإشهار

المادة 204: تنشأ لدى الوزير المكلف بالاتصال سلطة مكلفة بتنظيم الإشهار مقرها بنواكشوط تسمى هذه السلطة "سلطة تنظيم الإشهار". ويشار إليها في هذا القانون بعبارة "سلطة التنظيم".

تتمتع سلطة التنظيم بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي ويدخل في حقل اختصاصها كل الفاعلين في قطاع الإشهار الخاضعين للقانون الموريتاني.

المادة 205: تكلف سلطة التنظيم بالمهام التالية:

- ❖ السهر على تطبيق التشريعات والنظم المتعلقة بالإشهار بالتنسيق مع سلطات الرقابة
- ❖ الاضطلاع بمهام الإشراف والتنسيق للنشاطات الإشهارية بالتعاون مع سلطات الرقابة والفاعلين في القطاع
- ❖ ترقية الخدمات الإشهارية.
- ❖ المساهمة في ترقية قطاع الإعلام والاتصال.
- ❖ المساهمة في خلق وتنمية صناعة الإنتاج السمعي البصري في موريتانيا.
- ❖ ضمان الممارسة الحرة للنشاطات الإشهارية طبقا للقانون
- ❖ ترقية التنافس الحر المشروع بين الفاعلين في القطاع.
- ❖ رقابة مطابقة مضامين وأشكال الرسائل الإشهارية للقوانين والنظم المعمول بها
- ❖ السهر على صيانة أخلاقيات المهن الإشهارية
- ❖ دراسة الطلبات والملفات المتعلقة بنشاط الإشهار وإبداء الرأي والاستشارة للسلطات المختصة.
- ❖ التسيير الشفاف لموارد صندوق ترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري.
- ❖ المساهمة في تحديد الأسعار وتحيينها.

المادة 206: يمكن لسلطة التنظيم أن تطلب بواسطة إعلان ينشر عبر الصحافة من جميع المعلنين ومقدمي خدمات الإشهار موافقاتها بالتصريحات والتبليغات المنصوص عليها تحت طائلة العقوبات المحددة في هذا القانون.

المادة 207: تحدد بالطرق التنظيمية تشكيلة سلطة التنظيم وآلياتها وترتيبات سير عملها.

الفصل 2: الرقابة

المادة 208: علاوة على الضباط وأعوان الشرطة القضائية يكلف بالسهر على تطبيق أحكام هذا القانون والنصوص المطبقة له:

- ✓ الموظفون والوكلاء في سلطة التنظيم وأعوانها.
- ✓ المفتشون في الوزارات المكلفة بالاتصال وبالداخلية واللامركزية وبالصحة وبالتهذيب وبالثقافة.
- ✓ المفتشون المكلفون بحماية التراث الثقافي.
- ✓ الموظفون والأعوان المكلفون بحفظ الأملاك العمومية.
- ✓ الموظفون والأعوان المكلفون بالرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
- ✓ الموظفون والأعوان المكلفون بتنظيم حركة المرور .
- ✓ الموظفون والأعوان المكلفون بتطبيق مدونة العمران.
- ✓ الموظفون والأعوان المكلفون بتطبيق مدونة البيئة.
- ✓ موظفو وأعوان البلديات والشرطة البلدية.
- ✓ موظفو وأعوان شرطة النظافة العمومية.

المادة 209: يُعدُّ الموظفون والأعوان المشار إليهم في المادة 208 السابقة محاضرين لإثبات معاينة المخالفات ويحيلون نسخة منها إلى السلطة الوصية عليهم ونسخة إلى سلطة التنظيم. تحيل سلطة التنظيم عند الاقتضاء هذه المحاضر لوكيل الجمهورية المختص إقليمياً طبقاً للقوانين والنظم المعمول بها.

الفصل 3: صندوق ترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري

المادة 210: ينشأ لدى الخزينة العامة صندوق تحت مسمى "صندوق ترقية الإشهار والاتصال والإنتاج السمعي البصري" يدعى اختصاراً فيما يلي "الصندوق".

المادة 211: يهدف الصندوق إلى:

- ترقية الخدمات الإشهارية
- المساهمة في تمويل الإنتاج السمعي البصري وتنمية صناعة السمعيات البصرية في موريتانيا.
- الإسهام في ترقية قطاع الإعلام والاتصال.

المادة 212: تتأني موارد الصندوق من:

- الرسوم والغرامات المتعلقة بنشاط الإشهار.
- مساهمات طوعية لمختلف المتدخلين في المجالات الإشهارية.
- موارد مقدمة من شركاء التنمية.
- الهبات والمنح.

المادة 213: يضمن الصندوق النفاذ العادل والمنصف إلى موارد الإشهار

المادة 214: تدفع الرسوم والغرامات المنصوص عليها في هذا القانون في صندوق ترقية الإشهار والإعلام والإنتاج السمعي البصري مقابل وصل من الخزينة العامة في نسختين على الأقل تودع إحداها لدى سلطة التنظيم والثانية لدى سلطة الوصاية.

المادة 215: دون المساس بأحكام المادتين 202 و203 أعلاه تخصص نسبة 90 % من موارد الصندوق لتحقيق الأهداف الواردة في المادة 211 أعلاه وتدفع نسبة 10 % الباقية للخزينة العامة تعويضا عن كلفة التحصيل.

المادة 216: تحدد إجراءات تسيير الصندوق بالطرق التنظيمية.

الباب الثامن: أحكام جزائية

المادة 217: كل شخص يخالف أحكام المادة 12 والمواد من 65 إلى 68 من هذا القانون يعاقب بغرامة من ألف (1.000) إلى عشرة آلاف (10.000) أوقية جديدة.

المادة 218: يعاقب كل من يخالف المواد من 13 إلى 15 بغرامة من خمسين ألفا (50.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

المادة 219: دون المساس بالعقوبات الجزائية الواردة في النصوص المعمول بها يعاقب بغرامة من مائتي ألف (200.000) إلى خمسة مائة ألف (500.000) أوقية جديدة وبجبر الأضرار والحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة أو بإحدى هذه العقوبات فقط كل شخص ينشر رسالة إشهارية دون إذن المعلن أو من ينوب عنه؛ أو يأمر بنشرها أو يأذن في نشرها مهما كانت وسائط الاتصال المستخدمة.

ينطق دائما بجبر الأضرار وبعقوبة الحبس إذا فُصد بالوقائع المنصوص عليها في هذه المادة إلحاق الضرر المعنوي أو التجاري بالمعلن.

المادة 220: دون المساس بالعقوبات الجزائية الواردة في النصوص المعمول بها يعاقب كل رئيس قانوني أو فعلي لشخص طبيعي أو معنوي يخالف أحكام هذا القانون المتعلقة بمضامين الرسائل الإشهارية بغرامة من عشرين ألفا (20.000) إلى خمسة مائة ألف (500.000) أوقية جديدة أو بالحبس من شهرين إلى سنتين أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

وينطق دائما بعقوبة الحبس إذا تعلقت الوقائع المنصوص عليها في هذه المادة بالمس من قيم الجمهورية المتعلقة بالإسلام أو الحوزة الترابية أو الوحدة الوطنية أو بالتحريض على العنف أو الإرهاب أو التمييز العنصري أو الطائفي.

المادة 221: دون المساس بالعقوبات الجزائية التي تنص عليها التشريعات الجاري بها العمل يعاقب بغرامة من مائة ألف (100.000) إلى خمسة مائة ألف (500.000) أوقية جديدة وبتوقيف النشاط الإشهاري فورا، كل رئيس قانوني أو فعلي لشخص معنوي يمارس نشاط الإشهار دون احترام الإجراءات المتعلقة بالنظام القانوني للترخيص المحدد في هذا القانون.

المادة 222: كل خرق لأحكام هذا القانون المتعلقة بالنظام القانوني للتصريح الذي تخضع له بعض نشاطات الإشهار يعاقب بغرامة من ثلاثة آلاف (3.000) إلى ثلاثين ألفا (30.000) أوقية جديدة.

المادة 223: يعاقب عدم التصريح والتبليغ والتصريح الكاذب لسلطة التنظيم بغرامة من عشرين ألفا (20.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

إذا تعلقت الوقائع بالتصريح بموارد الإشهار تضاعف النسبة التي ينص القانون على دفعها للخزينة العامة.

المادة 224: دون الإخلال بالقوانين والنظم المتعلقة بنظام الإيداع القانوني وحماية الملكية الفكرية؛ يعاقب بغرامة من مائة ألف (100.000) إلى أربع مائة ألف (400.000) أوقية جديدة كل شخص يستخدم دون ترخيص الوسائط التربوية أو وسائط النشر الثقافي للإشهار التجاري.

وفي حال الإدانة بسبب إحدى هذه المخالفات يمكن للمحكمة أن تنطق بمصادرة المنتجات والوسائط محل المخالفة.

المادة 225: كل من يخالف أحكام هذا القانون المتعلقة بتغيير المساهمين وإجراءات التنازل يعاقب بغرامة من مائة ألف (100.000) إلى ثلاث مائة ألف (300.000) أوقية جديدة.

المادة 226: تعاقب بغرامة من عشرين ألفا (20.000) إلى مائتي ألف (200.000) أوقية جديدة كل مخالفة لأحكام هذا القانون المتعلقة بشروط تمويل وسائل الإعلام عن طريق الإشهار والرعاية؛ وبالنسبة المحددة للإشهار في الفترات العادية أو الانتخابية.

ويعاقب بالعقوبات ذاتها كل من يخالف أحكام هذا القانون المتعلقة بالحد الأعلى للإشهار المسموح بالحصول عليه من قبل نفس المعلن.

المادة 227: يعاقب كل شخص يخالف أحكام المواد من 83 إلى 85 والمواد 129 و 181 و 182 بغرامة من ثلاثين ألفا (30.000) إلى مائة وخمسين ألفا (150.000) أوقية جديدة.

المادة 228: تعاقب مخالفة أحكام المواد من 93 إلى 99 بغرامة من ألفين (2.000) إلى خمسين ألفا (50.000) أوقية جديدة.

وتأمر المحكمة المخالف دائما بأن يلائم على نفقته وضعية وسائطه الإشهارية مع أحكام القانون المتعلقة بمقاسات وسائط الإشهار الخارجي ومسافاتها ومواصفاتها الفنية.

المادة 229: يعاقب كل شخص يخالف أحكام المواد من 115 إلى 117 والمواد 122 و 123 و 188 بغرامة من عشرة آلاف (10.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

المادة 230: دون المساس بالعقوبات الجزائية المطبقة في هذا المجال يعاقب كل خرق لأحكام المواد من 100 إلى 104 من هذا القانون بغرامة من أربعين ألفا (40.000) إلى أربع مائة ألف (400.000) أوقية جديدة.

وينطق دائما بجبر الأضرار وتصليح أخطاء تصنيع أو تركيب وسائط الإشهار الخارجي على نفقة المخالف.

المادة 231: كل شخص يعرض وسائط الإشهار الخارجي أو يزيلها دون موافقة مسبقة ممن له الحق أو يحدث تغييرا في النشاطات الإشهارية المتعاقد عليها أو في مضمون أو شكل رسائلها الإشهارية أو مكان الوسائط أو مدة عرضها أو يتلف الأماكن المستخدمة للإشهار يعاقب بغرامة من عشرة آلاف (10.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة وجبر الأضرار المترتبة على المخالفة.

المادة 232: يعاقب بغرامة من عشرة آلاف (10.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة كل شخص لم يزل وسائطه الإشهارية التي تشكل خطرا على المارة أو تخالف القانون وتأمر المحكمة المخالف دائما بأن يدفع لمالك حيز الإشهار أو للسلطة العمومية المختصة تكاليف إزالة الوسائط محل المخالفة بالإضافة إلى 25% من مجموع هذه التكاليف بدل مصاريف إدارية.

المادة 233: دون المساس بالعقوبات الجزائية المطبقة في هذه المجال يعاقب كل شخص يخالف أحكام هذا القانون المتعلقة بالإعلانات المبوبة بغرامة من عشرة آلاف (10.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

المادة 234: كل مخالفة لأحكام المواد من 138 إلى 143 يعاقب بغرامة من ثلاثين ألفا (30.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

المادة 235: دون المساس بالعقوبات الجزائية المطبقة في هذه المجال يعاقب كل من يخالف أحكام المادتين 152 و159 والمواد من 161 إلى 163 المتعلقة بالإشهار الطبي التجاري بغرامة من عشرة آلاف (10.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة.

المادة 236: تعاقب مخالفة أحكام المادتين 173 و197 بغرامة من ألفين (2.000) إلى عشرة آلاف (10.000) أوقية جديدة.

المادة 237: تعاقب بغرامة من أربعين ألفا (40.000) إلى أربع مائة ألف (400.000) أوقية جديدة وسائل الاتصال والمعلنون الذين يخالفون أحكام المواد من 145 إلى 147 والمواد 123 و180 و189 و190.

المادة 238: يعاقب بغرامة من عشرين ألفا (20.000) إلى مائة ألف (100.000) أوقية جديدة كل شخص يستخدم الحيز الحضري لإقامة موقع مؤقت لنشاطات الإشهار الانتخابي أو التجاري دون موافقة مكتوبة من الجهة المختصة

المادة 239: يعاقب كل من لم يتم بمطابقة وضعيته القانونية مع أحكام هذا القانون في الأجل المحددة بغرامة من عشرين ألفا (20.000) إلى مائتي ألف (200.000) أوقية جديدة وبتوقيف نشاطه الإشهاري بعد إنذار يمهلته مدة ثلاثة أشهر.

المادة 240: تضاعف العقوبات المنصوص عليها في هذا الباب في حالة العود.

ويعتبر في حالة عود في مفهوم هذا القانون كل شخص مدان بسبب مخالفة أحكام هذا القانون وبقرار قضائي نهائي إذا ارتكب مخالفة من النوع ذاته في السنوات الخمس التالية لتاريخ صدور قرار الإدانة المذكور.

المادة 241: في حال النزاع حول تطبيق أحكام هذا القانون ترفع القضايا محل النزاع أمام المحاكم المختصة.

الباب التاسع: أحكام انتقالية ونهائية

المادة 242: يجب على كل المتدخلين في مجالات النشاط الإشهاري من أشخاص طبيعيين أو اعتباريين مواءمة وضعياتهم القانونية مع أحكام هذا القانون خلال أجل سنة من تاريخ نشره.

المادة 243: في انتظار إنشاء وتنصيب سلطة التنظيم سيتم استحداث خلية لدى الوزارة المكلفة بالاتصال يسند إليها السهر على تطبيق أحكام هذا القانون.

المادة 244: يتعين على المعلنين وملاك ومسيري مساحات الإشهار مواءمة وسائلهم الإشهارية الخارجية السابقة مع الأحكام الجديدة خلال أجل سنة من تاريخ نشر هذا القانون.

وبعد انقضاء الأجل المحددة أعلاه يمكن للجهة المختصة أن تزيل الوسائط محل المخالفة وأن ترفع القضية لمحكمة الاختصاص لتطبيق العقوبات المنصوص عليها في المادة 232 أعلاه.

المادة 245: يلغي هذا القانون ويحل محل الأحكام السابقة المخالفة له.

المادة 246: ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الإسلامية الموريتانية وينفذ باعتباره قانونا للدولة