

المملكة المغربية  
ROYAUME DU MAROC

# مجلس المنافسة

ⵎⴰⵔⴷⵓ ⵏ ⵙⵉⵎⵓⵏⵉ ⵏ ⵙⵉⵎⵓⵏⵉ

CONSEIL DE LA CONCURRENCE



## رأي

### مجلس المنافسة

#### حول وضعية المنافسة

#### في أسواق الخضار والفواكه بالمغرب

24/2/20

[www.conseil-concurrence.ma](http://www.conseil-concurrence.ma)



# رأي مجلس المنافسة

حول وضعية المنافسة في أسواق الخضار والفواكه  
في المغرب





## صَاحِبُ الْجَلَالَةِ الْمَلِكُ مُحَمَّدُ السَّادِسُ نَصْرُهُ اللهُ

”وبنفس العزم، فإن التعاقد الاقتصادي الجديد، يقتضي الاهتمام بمنظومة الإنتاج الاقتصادي، وإذكاء روح المبادرة الحرة، خاصة من خلال تشجيع المقاولات الصغرى والمتوسطة، بما ينسجم مع روح الدستور الجديد، الذي يكرس دولة القانون في مجال الأعمال، ومجموعة من الحقوق والهيئات الاقتصادية، الضامنة لحرية المبادرة الخاصة، ولشروط المنافسة الشريفة، وآليات تخليق الحياة العامة، ولضوابط زجر الاحتكار والامتيازات غير المشروعة، واقتصاد الريع، والفساد والرشوة.“

مقتطف من الخطاب الملكي السامي بمناسبة الذكرى الثانية عشرة لعيد العرش، بتاريخ 28 شعبان 1432 الموافق لـ 30 يونيو 2011



طبقاً لمقتضيات القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة، كما تم تغييره وتتميمه، اتخذ المجلس مبادرة للإدلاء برأيه حول وضعية المنافسة في أسواق الخضر والفواكه في المغرب.

وفي هذا الصدد، وبناءً على أحكام القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة والقانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، كما تم تغييره وتتميمه، وبعد الاستماع إلى المقرر العام بالنيابة والمقررين المكلفين بالملف المتعلق بطلب الإدلاء بالرأي، خلال اجتماعي هيئة المجلس الثامن والأربعين والتاسع والأربعين المنعقدين على التوالي بتاريخ 19 شعبان 1445 (الموافق لـ 29 فبراير 2024) وبتاريخ 17 رمضان 1445 (الموافق لـ 28 مارس 2024)، أصدر مجلس المنافسة هذا الرأي.



## رأي مجلس المنافسة رقم 24/ر/2

بتاريخ 17 رمضان 1445 (الموافق لـ 28 مارس 2024)

### حول وضعية المنافسة في أسواق الخضر والفواكه في المغرب

#### إن مجلس المنافسة،

- بناء على القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.14.116 بتاريخ 2 رمضان 1435 (الموافق لـ 30 يونيو 2014)، كما تم تغييره وتتميمه؛
- وبناء على القانون رقم 20.23 المتعلق بمجلس المنافسة الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.14.117 بتاريخ 2 رمضان 1435 (الموافق لـ 30 يونيو 2014)، كما تم تغييره وتتميمه؛
- وبناء على المرسوم رقم 2.14.652 الصادر بتطبيق القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، كما تم تغييره وتتميمه؛
- وبناء على المرسوم رقم 2.15.109 الصادر في 16 شعبان 1436 (الموافق لـ 4 يونيو) بتطبيق القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة، كما تم تغييره وتتميمه؛
- وتطبيقا للمادة 21 من النظام الداخلي لمجلس المنافسة؛
- وبناء على قرار مجلس المنافسة عدد 41/ق/2023 بتاريخ 29 رجب 1444 (الموافق لـ 20 فبراير 2023) المتعلق باتخاذ المبادرة للإدلاء برأي حول وضعية المنافسة في أسواق الخضر والفواكه في المغرب؛
- وبناء على قرار المقرر العام بالنيابة لمجلس المنافسة رقم 56/2023 بتاريخ 30 رجب 2023 (الموافق لـ 21 فبراير 2023) القاضي بتعيين السيدة جنات بن حيدة والسيد سفيان الريفي مقررين في الموضوع، طبقا لأحكام المادة 27 من القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، كما تم تغييره وتتميمه؛
- وبعد تأكد رئيس مجلس المنافسة من توفر النصاب القانوني طبقا لمقتضيات المادة 31 من النظام الداخلي لمجلس المنافسة؛
- وبعد تقديم المقرر العام والمقررين المكلفين بملف مبادرة الإدلاء برأي لمشروع الرأي خلال اجتماع هيئة المجلس الثامن والأربعين المنعقد بتاريخ 19 شعبان 1445 (الموافق لـ 29 فبراير 2024)؛
- وبعد المداولة في اجتماع هيئة المجلس التاسع والأربعين المنعقد بتاريخ 17 رمضان 1445 (الموافق لـ 28 مارس 2024)، طبقا لمقتضيات المادة 14 من القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة، كما تم تغييره وتتميمه،

أصدر الرأي التالي:



## فهرس

14	قائمة الجداول
15	قائمة الرسوم البيانية
17	قائمة المختصرات
19	أولا : مقدمة عامة للغرض من الرأي
19	1. عرض سياق الرأي والغرض منه
20	2. الإطار القانوني للمبادرة
20	3. مسطرة التحقيق
21	ثانيا: النهج السلاسل كإطار تحليلي مستعرض لمشكلة إنتاج وتسويق الخضار والفواكه
21	1. تحديد السلسلة
22	1.1 البطاطس
23	2.1 البصل
23	3.1 الطماطم
24	4.1 الجزر
24	5.1 البرتقال
25	6.1 التفاح
25	7.1 الموز
26	2. الخصائص النوعية لمنتجات القطاع
26	1.2 عدم التجانس
27	2.2 قابلية التلف
28	3.2 الموسمية
30	3 تصنيف الفاعلين في القطاع
30	1.3 الهيئات التنظيمية
31	2.3 هيئات الإدارة
32	3.3 الفاعلون من القطاع الخاص
33	4 تصنيف قنوات التوزيع
43	1.4 سلسلة التسويق الطويلة
36	2.4 سلسلة التسويق القصيرة

37	3.4 سلسلة التسويق قصيرة جداً: البيع المباشر
39	5 الإطار القانوني والتنظيمي الذي ينظم القطاع
47	ثالثا : هيكل وتنظيم أسواق الفاكهة والخضر في المغرب
47	1 هيكل العرض
47	1.1 الهيكل الزراعي
49	2.1 هيكل الإنتاج الوطني من الفاكهة والخضر
51	3.1 هيكل العرض الأجنبي للفاكهة والخضر
52	2. هيكل الطلب
52	1.2 استهلاك الخضر
55	2.2 استهلاك الفاكهة
58	3.2 الطلب الخارجي على الفاكهة والخضر
59	3. هيكل أسواق الجملة
59	1.3 الموقع الجغرافي
60	2.3 طرق التدبير
63	3.3 المعدات والبنى التحتية المخصصة
64	رابعا : تحليل سلوك الفاعلين في قطاع الفاكهة والخضر بالمغرب
64	1. سلوك المنتجين
66	1.1 تكاليف الإنتاج بوصفها محدد رئيسي
69	2.1 الظروف الجوية بوصفها عقبة رئيسية
70	3.1 الخدمات المالية كشرط من شروط ديمومة النشاط
73	2. سلوك الوسطاء في السوق
75	3. سلوك الخضر وتجار التقسيط
77	خامسا : الأداء والمنافسة في أسواق الخضر والفاكهة
77	1. أداء قطاع الخضر والفاكهة
77	1.1 عدم الاستقرار كسمة هيكلية لأسواق الخضر والفاكهة
80	2.1 تحليل تباين الأسعار
82	3.1 توزيع وتقاسم القيمة المضافة
84	2. تنظيم المنافسة لأسواق الخضر والفاكهة

84	1.2 العلاقة بين قانون المنافسة وقطاع الخضار والفواكه
85	2.2 المخاطر والقيود التنافسية
92	سادسا : تحليل مقارنة لبعض التجارب الدولية لقنوات تسويق الخضار والفواكه
93	1. خصائص أسواق الجملة
93	1.1 تنظيم أسواق الجملة
96	2.1 إدارة أسواق الجملة
97	2. الاتجاهات الرئيسية في قنوات تسويق الخضار و الفواكه
97	1.2 تطوير قنوات التوزيع القصيرة
98	2.2 تعزيز ودعم مجموعات المنتجين
	3.2 استخدام نظم المعلومات والحلول الذكية لضمان إمكانية تتبع مسار الخضار والفواكه
99	
100	4.2 اتساع نطاق الرقمنة
100	5.2 إدماج اعتبارات الاستدامة
101	سابعا : الاستنتاجات، الرؤية الشاملة والتوصيات
101	1. الاستنتاجات
101	1.1 لاستنتاجات الشركة
104	2.1 لاستنتاجات بشأن مرحلة الإنتاج
105	3.1 استنتاجات بشأن مرحلة التوزيع
107	4.1 لاستنتاجات المتعلقة بمرحلة التسويق
109	5.1 ملخص العام والنموذج المستهدف: الرؤية الشاملة والافاق
114	2. التوصيات
114	1.2 التوصيات الشركة
118	2.2 التوصيات الخاصة بمرحلة الإنتاج
120	3.2 التوصيات الخاصة بمرحلة التوزيع
121	4.2 التوصيات الخاصة بمرحلة التسويق

## قائمة الجداول

- الجدول 1 : الهيكل الزراعي حسب الجهة والمنتج الفلاحي (%) ..... 49
- الجدول 2 : متوسط الإنفاق السنوي للفرد الواحد (بالدرهم الجاري) وهيكل (%) الإنفاق على الخضار حسب محل الإقامة ..... 54
- الجدول 3 : متوسط الإنفاق السنوي للفرد الواحد (بالدرهم الجاري) وهيكل (%) الإنفاق على الفاكهة حسب محل الإقامة ..... 56
- الجدول 4 : مصفوفة طرق التدبير القابلة للتطبيق/المطبقة على أسواق الجملة الخاصة بالفاكهة والخضار ..... 61
- الجدول 5 : هيكل تكاليف إنتاج المنتجات الأساسية (%) ..... 67
- الجدول 6 : تطور أسعار الأسمدة الأساسية قبل سنة 2020 وبعدها (بالدرهم/الكيلوغرام) ..... 67
- الجدول 7 : العلاقة بين سعر الجملة وسعر التقسيط ..... 76
- الجدول 8 : خصائص أسعار الجملة (التقسيط) حسب المنتج ..... 78
- الجدول 9 : المساهمة النسبية % للمكونات في تغير أسعار الجملة (من أسعار التقسيط) ..... 81
- الجدول 10 : هياكل إدارة أسواق الجملة في البلدان المدروسة ..... 97

## قائمة الرسوم البيانية

- الرسم البياني 1: الثمن الأقصى والتمن الأدنى لأسعار الجزر ..... 26
- الرسم البياني 2: الخسائر الغير أحيائية ودور محطات التكييف ..... 24
- الرسم البياني 3: المعاملات الموسمية لأسعار الجملة للموز المحلي بالجملة ..... 29
- الرسم البياني 4: المتدخلون في قنوات تسويق الخضار والفواكه ..... 33
- الرسم البياني 5: مخطط عام لتسويق الخضار والفواكه في المغرب ..... 34
- الرسم البياني 6: قنوات توزيع طويلة للفواكه والخضار ..... 35
- الرسم البياني 7: قنوات تسويق قصيرة للفواكه والخضار ..... 36
- الرسم البياني 8: قناة قصيرة جداً لتسويق الخضار والفواكه ..... 37
- الرسم البياني 9: التطور السنوي للمساحة المخصصة لزراعة الفاكهة والخضار ..... 48
- الرسم البياني 10: هيكل إنتاج الفاكهة والخضار (%) ..... 49
- الرسم البياني 11: التطور السنوي لإنتاج الفواكه الأساسية ..... 50
- الرسم البياني 12: التطور السنوي لإنتاج الخضار الأساسية ..... 50
- الرسم البياني 13: الهيكل الجهوي للإنتاج الوطني للفاكهة والخضار (%) ..... 51
- الرسم البياني 14: التطور السنوي لواردات الفاكهة والخضار ..... 51
- الرسم البياني 15: تطور معامل الموازنة المتعلق بمجموعة "الخضار الطازجة والمجففة والمعلبة" ..... 52
- الرسم البياني 16: هيكل مجموعة "الخضار الطازجة والمجففة والمعلبة" (%) ..... 53
- الرسم البياني 17: تطور متوسط الاستهلاك السنوي للفرد من الخضار (بالكيلوغرام) ..... 53
- الرسم البياني 18: تطور معامل الموازنة المتعلق بالفاكهة ..... 55
- الرسم البياني 19: هيكل مجموعة الفاكهة (%) ..... 55
- الرسم البياني 20: تطور متوسط استهلاك الفاكهة السنوي للفرد الواحد (بالكيلوجرام) ..... 57

- 58 ..... الرسم البياني 21: الهيكل الإقليمي للطلب على الفاكهة والخضر (%)
- 58 ..... الرسم البياني 22: التطور السنوي لصادرات الفاكهة والخضر
- 59 ..... الرسم البياني 23: الشبكة الوطنية لأسواق الجملة
- 68 ..... الرسم البياني 24: تطور الأسعار المدفوعة لمنتجات السلع الأساسية
- 69 ..... الرسم البياني 25: توزيع التساقطات المطرية حسب الجهات خلال الفترة الممتدة بين  
يناير 2015 و غشت 2020
- 70 ..... الرسم البياني 26: توزيع المساحة الصالحة للزراعة المستخدمة حسب نوع الري
- 71 ..... الرسم البياني 27: التطور السنوي للمبلغ المفرج عنه من لدن مجموعة القرض الفلاحي  
للمغرب
- 74 ..... الرسم البياني 28: مرونة أسعار الجزر في سوق الجملة
- 75 ..... الرسم البياني 29: العلاقة بين سعر الجملة وسعر التقسيط للطماطم المستديرة (خلال  
الفترة الممتدة بين 2015 و 2022)
- 80 ..... الرسم البياني 30: ديناميكية أسعار الجملة للطماطم المستديرة
- 82 ..... الرسم البياني 31: التغير السنوي في تقسيم أسعار بيع البصل (%)
- 83 ..... الرسم البياني 32: توزيع أسعار بيع المنتجات الرئيسية (عام 2021)
- 92 ..... الرسم البياني 33: حصة أسواق الجملة في إمدادات الخضر والفاكهة
- 114 ..... الرسم البياني 34: آفاق التنمية والرؤية الشاملة

## قائمة المختصرات

وكالة التنمية الفلاحية	ADA
إدارة الضرائب الجماعية	AFC
الجمعية المغربية للمفزي الخضار والفواكه	AMCOM
القرض الفلاحي المغرب	CAM
الكنفدرالية المغربية للفلاحة والتنمية القروية	COMADER
السلطات المحلية	CT
المديرية العامة للجماعات الترابية	DGCT
قانون من أجل علاقات تجارية متوازنة في القطاع الزراعي والغذائي وغذاء صحي ومستدام في متناول الجميع	EGALIM
منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة	FAO
الفيدرالية البيمهنية المغربية لإنتاج وتصدير الخضار والفواكه	FIFEL
الجامعة المغربية لحقوق المستهلك	FMDC
الجامعة المغربية لأسواق الجملة	FMMG
الاتحاد الوطني المهني للبذور	FNIS
الجمعية الألمانية للأسواق الطازجة	GFI
مجموعة المصالح الاقتصادية	GIE
الأسواق الممتازة الكبيرة والمتوسطة	GMS
المنشورية السامية لقدماء المقاومين وأعضاء جيش التحرير	HCARAMAL
الفيدرالية البيمهنية المغربية للفواكه الحمراء "INTERPROBERRIES MAROC"	IPBM
التعاضدية الفلاحية المغربية للتأمين	MAMDA
أسواق الجملة	MG
أسواق الجملة للفواكه والخضار	MGFL
سوق المصلحة الوطنية	MIN
أهداف التنمية المستدامة	ODD
المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية	ONSSA
منظمة الأمم المتحدة	ONU
السياسة الزراعية المشتركة	PAC
برنامج التقويم الهيكلي	PAS

PDT	البطاطس
RHD	تناول الطعام خارج المنزل
SAU	المساحة الصالحة للزراعة
SDL	شركة التنمية المحلية
SDR	شركة التنمية الجهوية
SEMMARIS	شركة اقتصادية مختلطة لتطوير وإدارة سوق رونجيس ذي المصلحة الوطنية
SMSA	شركات الخدمات الزراعية المتبادلة
SONACOS	الشركة الوطنية لتسويق البذور
SOTUMAG	الشركة التونسية لأسواق الجملة
TIC	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
UNAMGLF	الاتحاد الوطني لجمعيات اسواق الجملة للخضر والفواكه بالمغرب
ZAC	منطقة الأنشطة التكميلية
UNAMGLF	الاتحاد الوطني لجمعيات اسواق الجملة للخضر والفواكه بالمغرب

## أولاً: مقدمة عامة للغرض من الرأي

### 1. عرض سياق الرأي والغرض منه

بموجب القرار رقم 43/ق/2023 الصادر بتاريخ 29 رجب 1444 (20 فبراير 2023)، أخذ مجلس المنافسة قراراً بإبداء رأيه بهدف دراسة وفحص الوضعية التنافسية لأسواق الخضار والفواكه في المغرب.

يأتي هذا القرار في ظل الاختلالات العديدة التي تشهدها أسواق إنتاج وتسويق الخضار والفواكه بالمغرب والتي تعيق تكامل القطاع من المنبع إلى المصب وتطيل قنوات تسويقها. كما وتتميز هاته الأخيرة بوجود عدد كبير من الوسطاء الذين يمارسون المضاربة للحصول على هوامش ربح مبالغ فيها وغير مبررة والتي يتحملها المستهلكون في نهاية المطاف.

وللتذكير، يتوفر المغرب على إمكانيات زراعية كبيرة بسبب تنوعه الإيكولوجي (السهول الخصبة والأراضي الرطبة والمناطق الجبلية وما إلى ذلك)، مما يسمح بمجموعة متنوعة من المنتجات الزراعية، كما أبرز جلالة الملك محمد السادس، في خطابه في حفل افتتاح الأسبوع الأخضر الدولي الحادي والثمانين في برلين، 14 يناير 2016، في برلين، ألمانيا... "فالمغرب يشكل أرضاً زراعية متميزة، على أبواب أكبر سوق استهلاكية في العالم.

وما صادرات المغرب من الخضار والفواكه نحو كل أرجاء المعمور، إلا دليل على غنى إمكاناته الفلاحية، فهو اليوم رابع مصدر عالمي للكليمنتين، وأول مصدر للفاصوليا الخضراء، وثالث مصدر لمعلبات الزيتون، وخامس مصدر للفراولة.

كل هذه النتائج تعد بغد أفضل، خاصة في ظل نجاح الأداء التجاري لقطاعنا الفلاحي، في مواكبة التطور الكبير والمسؤول، الذي يعرفه قطاع المنتجات الأصيلة والفلاحة العائلية."

وبالإضافة إلى الإمكانيات الطبيعية التي يتمتع بها المغرب من حيث التنوع البيولوجي، عملت الحكومة منذ الاستقلال على إطلاق مشاريع مهيكلية وتنفيذ برامج ومخططات مختلفة تهدف إلى تطوير القطاع الزراعي. ونتيجة لهذه المخططات والبرامج، ولا سيما مخطط المغرب الأخضر الذي تم اعتماده في عام 2008، حقق المغرب تقدماً كبيراً في زيادة الإنتاج الزراعي الوطني والصادرات الزراعية.

ويغطي قطاع الخضار والفواكه حالياً مساحة تقارب 700,000 هكتار، بما في ذلك 460,000 هكتار من مزارع الفواكه (باستثناء أشجار الزيتون) و240,000 هكتار من المساحة المسقية المخصصة لزراعة الخضار. وبالإضافة إلى ذلك، يبلغ متوسط الإنتاج الزراعي الإجمالي حوالي 11.5 مليون طن، بما في ذلك 4.2 مليون طن من الفواكه و7.3 مليون طن من الخضار.

وفيما يخض الخضار والفواكه، تبلغ نسبة تغطية الإنتاج الوطني لحاجياته 96%، فيما يبدوان الميزان التجاري لهذه المنتجات يشهد فائضاً ملحوظاً بفضل التطور الكبير للصادرات منذ تنفيذ مخطط المغرب الأخضر.

لكن، ورغم الجهود المبذولة، لا يزال المنتجون والمستهلكون النهائيون يعانون من اختلالات مرتبطة بكيفية اشتغال أسواق إنتاج وتسويق الخضار والفواكه، ومن هنا جاء النداء الذي وجهه صاحب الجلالة الملك محمد السادس، في خطابه بتاريخ 12 أكتوبر 2018 أمام البرلمان من أجل التفكير في أفضل السبل لضمان عائد عادل لصغار الفلاحين، مع التركيز على تحسين تسويق منتجاتهم والتصدي الصارم للمضاربات وتعدد الوسطاء بشكل فعال: "كما يتعين التفكير في أفضل السبل لإنصاف الفلاحين الصغار، خاصة في ما يتعلق بتسويق منتجاتهم والتصدي الصارم للمضاربات وتعدد الوسطاء."

علاوة على ذلك، إذا كانت أسواق إنتاج الخضر والفواكه قد سجلت أداءً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، وذلك بفضل برامج الدعم والاستراتيجيات الوطنية المنفذة، فإن أسواق التسويق من جانبها لم تستفد من نفس الاهتمام وتعاني حتى الآن من العديد من الاختلالات الهيكلية التي تعيق أدائها السليم.

وعلى ضوء ما سبق، يقترح مجلس المنافسة دراسة كيفية عمل أسواق الخضر والفواكه في المغرب، ومحاولة استنباط سبل ووسائل تحسين وضعية المنافسة الحقيقية والفعالة بين المتدخلين في مختلف حلقات سلسلة القيمة بدءاً من الإنتاج إلى غاية التوزيع والتسويق.

وفي هذا السياق، سننتمد أولاً مقارنة مبنية على السلاسل، كإطار تحليلي أفقي لإشكالية إنتاج وتسويق الخضر والفواكه، قبل دراسة هيكل وأداء أسواقها في المغرب، مع إيلاء اهتمام خاص بأسواق الجملة. كما سيتم دراسة سلوك الفاعلين وأداء القطاع، قبل إجراء التحليل التنافسي. وأخيراً، استناداً إلى التشخيص الذي تم إجراؤه والقيود التنافسية التي تم تحديدها، يتم اقتراح التوصيات بهدف تحفيز المنافسة في هذه الأسواق وتعزيز نموها.

## 2. الإطار القانوني للمبادرة

بواسطة مبادرة للإدلاء برأي، اقترح مجلس المنافسة انجاز تشخيص للأداء التنافسي لأسواق الخضر والفواكه بالمغرب، عملاً بالأحكام التالية من الفقرتين الثالثة والرابعة من المادة 4 من القانون رقم 20.13 المتعلق بمجلس المنافسة كما تم تغييره وتتميمه: "...يمكن للمجلس اتخاذ المبادرة للإدلاء برأي حول كل مسألة متعلقة بالمنافسة وينشر الرأي المذكور بالجريدة الرسمية ليطلع عليه العموم" ويمكن للمجلس كذلك توجيه توصيات إلى الإدارة لتفعيل التدابير اللازمة لتحسين السير التنافسي للأسواق.

ويتعين على الإدارة إخبار المجلس بالتدابير التي اتخذتها أو التي تعزم اتخاذها لتطبيق توصياته.

طبقاً لهذه الأحكام، اتخذ مجلس المنافسة، بموجب قراره رقم 41/ق/2023 الصادر بتاريخ 29 رجب 1444 (20 فبراير 2023)، إجراءات لإبداء الرأي حول وضعية المنافسة في أسواق الخضر والفواكه في المغرب.

## 3. مسطرة التحقيق

وكجزء من التحقيق في هذا الرأي، قام مجلس المنافسة بمسح ميداني لعينة من المنتجين وتجار الجملة وتجار التقسيط والأسر على مستوى مدينة الدار البيضاء والذي تم إجرائه في أبريل 2022. وإلى جانب دراسة الوثائق وطلبات المعلومات الموجهة إلى الجهات المختصة، تم إجراء سلسلة من جلسات الاستماع مع الجهات المعنية التالية:

- وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات؛

- وزارة الداخلية؛

- وزارة الصناعة والتجارة؛

- وزارة الاقتصاد والمالية؛

- الجامعة المغربية للفلاحة والتنمية القروية؛

- وكالة التنمية الفلاحية.

- المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية.
- المندوبية السامية لقدماء المقاومين وأعضاء جيش التحرير؛
- خدمات الدار البيضاء.
- الجامعة المغربية لحقوق المستهلك؛
- الاتحاد الوطني لجمعيات أسواق الجملة؛
- الجمعية المغربية للمفزي الخضار والفواكه؛
- الاتحاد الوطني المهني للبذور؛
- الفيدرالية البيمهنية المغربية للفواكه الحمراء؛
- القرض الفلاحي للمغرب؛
- التعااضدية الفلاحية المغربية للتأمين.

### ثانيا : نهج السلاسل كإطار تحليلي افقي لمشكلة إنتاج وتسويق الخضار و الفواكه

من أجل فهم أفضل لسلوك الجهات الفاعلة في سوق الخضار والفواكه، فضلاً عن آليات تكوين الأسعار، استند التحليل الذي تم إجراؤه إلى نهج السلاسل، والذي هو مفهوم تحليلي يمثل نظام من الوكلاء الذين يساهمون في إنتاج وتحويل وتوزيع واستهلاك منتج أو نوع من المنتجات. تتمثل أهمية هذا النهج في تسليط الضوء على المناطق المظلمة في دائرة المنتجات المعنية بالتحليل من الإنتاج إلى غاية الاستهلاك والتفاعلات بين مختلف الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة. يتيح هذا المنظور أيضاً تحديد فرص التحسين وزيادة الكفاءة والاستدامة وتعزيز القدرة التنافسية للقطاع ككل وكذا على مستوى حلقات سلسلة القيمة.

#### 1. تحديد السلسلة

لقد تم اعتبار الفواكه<sup>1</sup> والخضار<sup>2</sup> في هذه الدراسة في حالتها الطازجة، مما يستبعد المنتجات المصنعة مثل العصائر والمعلبات والصلصات وغيرها من هذه الدراسة.

من وجهة نظر اقتصادية، تعتبر الخضار والفواكه من السلع الاستهلاكية الأساسية والسريعة التلف. فهي ضرورية لنظام غذائي صحي ومتوازن، وتساهم في الأمن الغذائي والصحة العامة وخلق القيمة الغذائية. تعد الخضار والفواكه مصدراً مهماً للفيتامينات والمعادن والألياف، وهي ضرورية للوقاية من العديد من أشكال النقص الغذائي، بما في ذلك سوء التغذية والسمنة. وعلاوة على ذلك، يعد قطاع الخضار والفواكه مصدراً رئيسياً لفرص الشغل، لا سيما في المناطق القروية. هذا ويعدّ المغرب أحد

<sup>1</sup> منتجات زراعية ناتجة عن تكاثر النباتات المزهرة، بشكل عام عن طريق إخصاب البويضات بحبوب اللقاح. يشمل تصنيف هذه المنتجات الحوامض، والفواكه الطازجة (التفاح والإجاص وما إلى ذلك)، والفواكه ذات النواة الطازجة (الخوخ والكرز وما إلى ذلك)، والفواكه الاستوائية (الموز والأناناس وما إلى ذلك).

<sup>2</sup> مجموعة متنوعة من النباتات الاستهلاكية، بما في ذلك الجذور والدرنات والأوراق والسيقان والأزهار. وتُعرف هذه النباتات حسب العضو النباتي الذي يتم حصاده من الخضروات الجذرية (الجزر والشمندر وغيرها)، وخضروات الفاكهة (الطماطم والفراولة والفلفل وغيرها)، وخضروات الأوراق (الخبس والملفوف وغيرها)، وخضروات البواكر (الفاصوليا والبقول وغيرها)، والخضروات الدرنية (البطاطا والبطاطا الحلوة وغيرها) أو خضروات البصيلات (الثوم والبصل وغيرها).

أكبر مصدري المنتجات الفلاحية في العالم، ولا سيما الخضر والفواكه التي تعدّ مصدراً مهماً للعملة الأجنبية بالنسبة للبلاد.

كما هو الحال بالنسبة لأغلب المنتجات الغذائية، فإن نمط الاستهلاك لمختلف أصناف الخضر والفواكه الطازجة يخضع لعدد من العوامل، بما في ذلك توافرها في الزمان والمكان، وسعر الوحدة، وخيارات المستهلك، وما إلى ذلك. ورغم ذلك، تظل بعض هذه المجموعات من المنتجات الأساسية وغير قابلة للاستبدال في الأطباق المغربية، وتعتبر ممثلة للاستهلاك الوطني للمنتجات في هذا القطاع. وينطبق ذلك على سبيل المثال على البطاطس والطماطم اللتين تمثلان 25.1% و19.5% على التوالي من إجمالي ميزانية الخضر الطازجة الموجهة للأسر المغربية<sup>3</sup>. لذلك تم اعتماد سلة الدراسة في إطار هذا الرأي بطريقة تعكس أهمية المنتجات في كل صنف: البطاطس والطماطم والبصل والجزر بالنسبة للخضر، والبرتقال والتفاح والموز بالنسبة للفواكه.

### 1.1 البطاطس

البطاطا هي عبارة عن درنة<sup>4</sup> صالحة للأكل موطنها الأصلي مناطق الأندلس في أمريكا الجنوبية<sup>5</sup>، و ذات دورة إنتاجية سنوية قصيرة جداً (من 3 إلى 4 أشهر). ويمكن التمييز بين 5 أنواع من محصول البطاطس حسب فترة الزراعة:

- الزراعة البكرية: زراعات ما بين شهر شتنبر وأكتوبر
- الزراعة المازوزية: زراعات ما بين شهر دجنبر ويناير
- الزراعة خلال الموسم الرئيسي: وهي زراعة تتم في جميع المساحات المسقية المخصصة لزراعة الخضر. تتم الزراعة بين شهري يناير وفبراير. وتكون البذور المستخدمة إما مستوردة من الخارج (بذور معتمدة) أو من ذات أصل وطني (بذور عامة).
- الزراعة في أواخر الموسم: وهي زراعة تتم بشكل رئيسي في السهول الداخلية (تادلة، والحوز، وسائس، وملوية). تتم الزراعة بشكل عام في شهري غشت وشتنبر. تؤخذ البذور المستخدمة من المحصول الموسمي (بذور عامة).
- الزراعة الجبلية: تُمارس في أودية الأطلس المتوسط والأطلس الكبير، وتتم الزراعة بشكل رئيسي في شهر ماي. البذور المستخدمة مأخوذة من محاصيل الموسم السابق (بذور عامة). تزرع البطاطس المبكرة على طول الساحل من الرباط-سلا والدار البيضاء والجديدة وسوس-ماسة. والأصناف الرئيسية المستخدمة في المغرب هي نيكولا (ذات القلب الأبيض)، وسبونت (ذات القلب الأبيض)، وديزيريه (ذات القلب الأحمر) وغيرها (تيميت، روزفال، ديامانت، إلخ)
- تعد البطاطا من أهم المحاصيل في الزراعة المغربية، حيث تحتل المرتبة الأولى من حيث المساحة المسقية المخصصة لزراعة الخضر. وهي ذات أهمية اجتماعية واقتصادية رئيسية في الزراعة المغربية، حيث يبلغ متوسط مساحتها السنوية حوالي 57,540 هكتار (2018-2022) ومتوسط إنتاجها حوالي

<sup>3</sup> بيانات البحث الوطني حول نفقات واستهلاك الأسر لعام 2014 (نُشرت في عام 2018)

<sup>4</sup> في علم النبات، الدرنة هي ساق أو جذر ناجم إما عن توسُّع الدرنة الداخلية أو عن توسُّع الدرنة في نهاية الساق. ويضمن هذا العضو الاحتياطي بقاء النباتات على قيد الحياة خلال فصل الشتاء أو فترات الجفاف، وغالباً ما يسمح لها بالتكاثر الخضري.

<sup>5</sup> تنتمي إلى فصيلة الباذنجانيات ويطلق عليها الاسم العلمي سولانوم تيروسوم (Solanum tuberosum).

1.8 طن متري/سنة. وتدرّ زراعة البطاطس حوالي 100 إلى 150 طن متري/هكتار/سنوياً، وهي مصدر مهم للعملة الأجنبية للبلاد، حيث يبلغ متوسط قيمتها السنوية حوالي 138 مليون درهم

### 2.1. البصل

وينتمي البصل إلى فصيلة ألياسي Alliacées، ودورة إنتاجه سنوية عموماً (90 إلى 150 يوماً) لإنتاج البصيلات وكل سنتين لإنتاج البذور. وتعد أكثر أصناف البصل استخداماً في المغرب هي الحمراء من منطقة دكالة والصفراء من منطقة فالنسيا، وذلك حسب نوعين من الزراعة:

- تُزرع المحاصيل الشتوية عموماً في مناطق الشاوية ودكالة والغرب. يُزرع هذا النوع بين شهري أكتوبر ونونبر ويتم حصاده بغرض الاستهلاك الأخضر على مدى 5 أشهر، حسب ظروف التسويق..

- تُزرع المحاصيل الصيفية، المخصصة أساساً للتخزين، عموماً في ظل الري وتتم على وجه الخصوص بمنطقة فاس مكناس. وتتم الزراعة بين يناير وفبراير وفترة الجني بين يونيو وشتنبر.

يحتل البصل المرتبة الثانية من حيث المساحة المسقية المخصصة لزراعة الخضار بعد البطاطس، بمتوسط مساحة سنوية تبلغ حوالي 35,900 هكتار (المتوسط للفترة 2018-2022)، منها 25% تقريباً مزروعة على التربة و75% مروية. وتنتج هذه المساحة إنتاجاً سنوياً يبلغ 991,770 طنًا. ويلعب هذا المنتج دوراً اجتماعياً واقتصادياً هاماً، حيث يوفر ما مجموعه 5 ملايين يوم عمل، أي ما يعادل حوالي 18,000 منصب عمل دائم. ويوجه معظم إنتاج البصل في البلاد إلى السوق المحلية. وتمثل الصادرات أقل من 5% من إنتاج البصل، أي ما يعادل 48,880 طن سنوياً، ويتم تصديره بشكل رئيسي إلى البلدان الأفريقية، ولا سيما موريتانيا والسنغال وكوت ديفوار ومالي.

### 3.1. الطماطم

الطماطم هي فاكهة<sup>6</sup> استهلاكية أصلها من أمريكا الجنوبية، وخاصةً من البيرو والإكوادور. تتباين دورة إنتاج الطماطم تبايناً كبيراً، حيث تستمر ما بين 4 و7 أشهر حسب ظروف الزراعة والتنوع. واعتماداً على مكان زراعة المحصول، هناك ثلاثة أنواع من الزراعة:

- **الطماطم البكرية**، المخصصة للتصدير بشكل رئيسي، تُزرع بشكل رئيسي في البيوت المغطاة. يأتي ما يقرب من 92% من الإنتاج، خلال الفترة ما بين أكتوبر ويونيو، من منطقة سوس ماسة. أما مناطق الإنتاج الأخرى فهي الداخلة وادي الذهب والشرق.

- **الطماطم الموسمية**، المخصصة حصرياً لتزويد السوق المحلية خلال الفترة ما بين ماي ونهاية شتنبر، ويتم إنتاج الطماطم الموسمية بشكل رئيسي في كل من مناطق الغرب، واللوكوس، ودكالة عبدة، وسوس ماسة، وفاس مكناس، والخميسات.

- **الطماطم الصناعية** التي يتم إنتاجها في مناطق الغرب ومكناس والحاجب وتادلة.

تنقسم أصناف الطماطم المستخدمة في المغرب إلى مجموعتين رئيسيتين: ذات النمو المحدد وذات النمو غير المحدد. والأصناف ذات النمو غير المحدد هي الأكثر استخداماً مثل سان بيير ومونيمكر وكاسك روج ومارجلوب ومونتفايت. وتستخدم أيضاً الأصناف المحددة النمو (مثل هاينز، وروما، وهومستيد).

<sup>6</sup> على الرغم من اعتبار الطماطم في كثير من الأحيان من الخضار في الطهي بسبب استخدامها في الأطباق المالحة، إلا أنها تصنف نباتياً على أنها فاكهة، حيث تنمو من مبيض زهرة وتحتوي على بذور.

وتتوفر أصناف أخرى مثل دانييلا (في حالة عدم وجود الديدان الخيطية) وغابرييلا (في حالة وجود الديدان الخيطية) بشكل عام في السوق. بالنسبة للطماطم الصناعية، فإن الأصناف الرئيسية المستخدمة في المغرب هي: بوس وريد سمر (الهجينة) وأوسو غراندي (الثابتة). وتجدر الإشارة إلى أن جميع الأصناف تتطور باستمرار مع تطورها في السوق.

#### 4.1 الجزر

الجزر هو نبات خضري ينتمي إلى فصيلة دوكوس كاروتا<sup>7</sup> *Daucus carota*. يمكن زراعته في أي مكان في المغرب على مدار العام، باستثناء الفترات الباردة جداً أو الممطرة (دجنبر-يناير). يمكن حصاد الجذور القابلة للاستهلاك ما بين 3 و6 أشهر بعد الزراعة، حسب الصنف. والأصناف الرئيسية المستخدمة في المغرب هي ناننايز المحسنة، وراسيليدو، وراسيداليدو، وراسيدالبون، وناندور، وفافور، وإيفور. ويطلب المستهلكون عادةً جذوراً برتقاليةً زاهية ذات شكل جيد وبدون شعر. وقد أدى ذلك إلى استخدام المواد النباتية الهجينة (أمثلة على الأصناف الأمريكية: أفنجر وكاروباك وأسطورة ونافاجو وفليم ونبتون). أما بالنسبة للتوزيع الإقليمي لإنتاج الجزر، فإن جهة الدار البيضاء-سطات هي الجهة الرئيسية المنتجة للجزر بمتوسط 214,546 طن/سنوياً، أي أكثر من نصف الإنتاج الوطني.

يعتبر المغرب المنتج الأول للجزر في أفريقيا. ومن الناحية الاجتماعية، توفر زراعة الجزر أكثر من مليوني يوم عمل، أي ما يعادل حوالي 7,000 منصب عمل دائم. ويشغل الجزر مساحة تبلغ في المتوسط 15,226 هكتاراً، ويولد متوسط إنتاج يبلغ 417,697 طناً، معظمه موجه للسوق المحلية.

#### 5.1 البرتقال

البرتقال هو ثمرة شجرة البرتقال التي تنتمي إلى فصيلة الحوامض. يتكون التشكيل الصنفي لبساتين الحوامض الوطنية من مجموعة متنوعة من الأصناف، ولكن لا تزال تهيمن عليها 3 مجموعات من الأصناف، وهي مجموعة الكليمنتين الموسمية (22%) والماروك لايت (21%) والنافيل (19%).

يلعب قطاع الحوامض في المغرب دوراً اجتماعياً واقتصادياً هاماً حيث تبلغ مساحته الحالية حوالي 128,000 هكتار ومتوسط إنتاجه حوالي 2.3 مليون طن سنوياً. ومن الناحية الاجتماعية، يساهم قطاع إنتاج الحوامض بشكل كبير في تحسين دخل الفلاحين الذين يبلغ عددهم حوالي 13,000 مزارع. كما أن لهذا القطاع تأثير كبير على توفير فرص العمل، حيث يوفر ما يقرب من 35 مليون يوم عمل سنوياً، بما في ذلك 21 مليون يوم عمل في البساتين و14 مليون يوم عمل في قطاع التعليب والتلفيف وأنشطة أخرى مرتبطة بالقطاع. وعلى الصعيد الاقتصادي، تمثل صادرات الحوامض، الذي كان يبلغ متوسط إنتاجها 620,000 طن سنوياً خلال المواسم الثلاثة الأخيرة، مصدراً مهماً للعملة الأجنبية، بما يعادل 5 مليارات درهم سنوياً.

يبدأ موسم حصاد الكليمنتين في منتصف شهر أكتوبر بالنسبة للأصناف البكرية (بكرية وسيدي عيسى ونولس وكارت نوار وأوروغراندي وغيرها) ويستمر حتى نهاية شهر مارس بالنسبة للصنف المتأخر نادوركوت. يبدأ موسم إنتاج البرتقال في الأسبوع الثاني من شهر نونبر مع صنف النافيل. يستمر الإنتاج ستة أشهر، وينتهي في حوالي شهر أبريل بالنسبة للصنف النافيل المتأخر، وحوالي شهر يونيو بالنسبة للأصناف المازوزية مثل فالانسيا لايت، وماروك لايت.

تهيمن منطقة سوس ماسة على التوزيع الإقليمي لمناطق زراعة الحوامض لموسم 2022/2023

<sup>7</sup> وهو جذر قابل للاستهلاك وأحد أكثر المزروعات شعبية في جميع أنحاء العالم.

بحصة 31.4%، تليها مناطق زراعة الحوامض الأخرى، وتشمل هذه المناطق: الرباط-سلا-القنيطرة (20.7%)، الشرق (16.8%)، بني ملال-خنيفرة (13.3%)، مراكش-آسفي (12.9%)، فاس-مكناس (3.6%) وطنجة-تطوان-الحسيمة (1.3%).

### 6.1 التفاح

التفاح هو ثمرة شجرة التفاح (مالوس دومستيكا)، وهي تنتمي إلى فصيلة الوردية. الأصناف الرئيسية المزروعة في المغرب هي: جولدن ديليسايوس، وستاركينج ديليسايوس، وستاركريمسون، ورويال غالا، وجولدن سموثي. يبلغ الإنتاج الوطني المسجل من التفاح لعام 2021-2022 حوالي 923,000 طن، بمتوسط إنتاج وطني يبلغ 24 طناً/هكتار. وتمثل جهتا فاس-مكناس ودرعة-تافيلالت وحدهما حوالي 66% من الإنتاج الوطني. يختلف موسم إنتاج التفاح في المغرب حسب الصنف:

- صنف "أنا"، الذي يتم إنتاجه بشكل رئيسي في الغرب، وهو صنف بكري يبدأ حصاده في العشر الأوائل من شهر يونيو.
- بدأ حصاد صنف "جالا" في منتصف شهر يوليو ويستمر حتى نهاية شهر غشت.
- أما بالنسبة لأصناف التفاح الأخرى (جولدن والرويال والستاركينج وغيرها) فيبدأ موسم الإنتاج من نهاية شهر غشت ويمتد حتى شهر أكتوبر.

يبيع معظم إنتاج المغرب من التفاح في السوق المحلية. ويصدر المغرب القليل جداً من التفاح. في عام 2022، تم تصدير حوالي 257 طناً من التفاح الطازج و259 طناً من التفاح المعالج (المجفف والعصير والمركز). بلغ إجمالي واردات المغرب من التفاح في عام 2022 حوالي 8,115 طناً من التفاح الطازج و1,350 طناً من التفاح المعالج (المجفف والعصير والمركز).

### 7.1 الموز

الموز هو فاكهة قابلة للاستهلاك تنتجها أنواع مختلفة من نباتات فصيلة الموز التي تنتمي إلى فصيلة الموزيات. موطنه الأصلي الأدغال الاستوائية الحارة والرطوبة في جنوب شرق آسيا. قبل عام 1978، عندما توقفت واردات الموز، كان المغرب يستورد الموز دائماً. وبالنسبة للفترة ما بين عامي 1971/1978، بلغ متوسط الاستهلاك السنوي 24,000 طن، تم استيراد 98.3% منها. أدى وقف الاستيراد إلى إدخال زراعة الموز في البيوت المغطاة. وعلى الرغم من أن هذا النظام الجديد للزراعة قد توسع بسرعة من هكتارين في الفترة 1980/81 إلى 8500 هكتار وأكثر من 300.000 طن من الإنتاج السنوي.

ولا يزال صنف "غراندي ناين" يهيمن على الصنف الذي يمثل 95% من إجمالي مساحة الموز. يتم حصاد العناقيد الأولى بعد 11 إلى 14 شهراً من الزراعة<sup>8</sup>.

خلال موسم 2021-2022، صدر المغرب 460 طناً بقيمة 2.7 مليون درهم واستورد 18,000 طن بقيمة 90 مليون درهم، مما أدى إلى تسجيل نقص في الميزان التجاري بقيمة 87.3 مليون درهم.

<sup>8</sup> يتم حصاد العناقيد بشكل عام بعد تلاشي زوايا الثمرة. يتراوح متوسط وزن العناقيد بين 30 و50 كلغ. وفي بعض الحالات، قد يصل وزن العناقيد إلى 60 كلغ. وبمجرد حصاد العناقيد يتم قطع الجذع إلى ارتفاع 1 متر حتى يمكن نقل الاحتياطي الذي يحتويه إلى الجذع التالي. بعد الجني، يتم تخزين الموز لبضعة أيام في منشآت النضج، حيث تتم معالجته بالأسيتيلين في ظروف درجة حرارة ورطوبة مضبوطة.

## 2. الخصائص النوعية لمنتجات القطاع

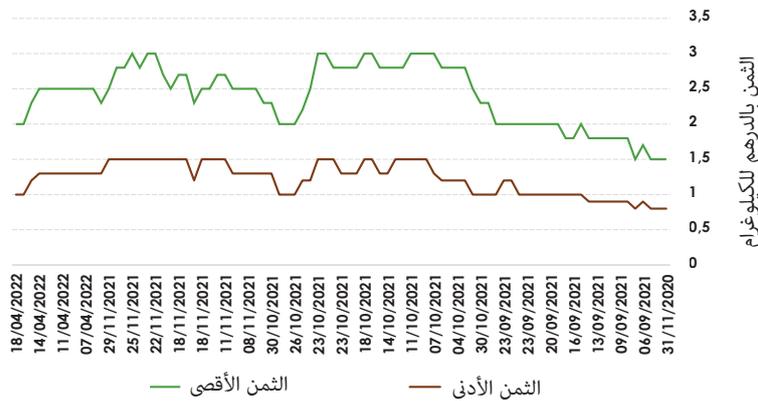
على الرغم من أوجه التشابه بينها وبين المواد الغذائية الأخرى (على الأقل من وجهة نظر مجتمعية)، إلا أن الخضر والفواكه لها خصائص محددة من حيث عدم التجانس وقابلية التلف والموسمية، والتي تشكل ثلاثة قيود رئيسية للجهات الفاعلة المشاركة في سلسلة القيمة

### 1.2 عدم التجانس

يعد عدم التجانس سمة رئيسية للتمييز بين الخضر والفواكه. يمكن أن يستند هذا التمييز بين المنتجات وفيما<sup>9</sup> بينها على عدد من المعايير، بما في ذلك الخصائص النباتية، والخصائص الغذائية<sup>10</sup>، والخصائص الحسية<sup>11</sup>، وموسم النمو، والمصدر الجغرافي، والتنوع وغيرها من الجوانب. وبالنسبة للمهنيين والمستهلكين على حد سواء، تظل جودة الفاكهة أو الخضر تجربة تتمحور حول الرؤية واللمس والشم والتذوق. ويمثل فرز هذه المنتجات وتأهيلها على امتداد سلسلة القيمة تحديًا مستمرًا: فالفلاحون يتوقعون الخصائص المنتج في الأشجار أو في الحقول، والموزعون يقومون بفرزها عند تصنيفها أو وضعها على الرفوف، والمستهلكون يختارونها أو يعدونها وفقًا لمعاييرهم الخاصة (وصفات الطعام، الطهي، التقطيع، إلخ). وفي غياب إطار مرجعي معياري موحد (كما هو الحال في المغرب)، فإن تطور بعض الممارسات مثل التلبيس<sup>12</sup> له تأثير سلبي كبير على أداء القطاع. وفي مثل هذه الحالات، نشهد تطور أشكال من المعرفة الذاتية للمنتجات، استنادًا إلى التفاعل المباشر معها.

على مستوى الأسواق، يتجسد التمييز بين المنتجات من خلال تطبيق سعر يتراوح بين الحد الأدنى والحد الأقصى، مما يمثل استراتيجية تسعير تهدف إلى تقديم مجموعة من المنتجات لجذب مجموعة واسعة من الزبائن الذين لديهم تفضيلات وميزانيات مختلفة. تُظهر الاختبارات الإحصائية المستخدمة أن هذا الفرق في السعر مهم إحصائيًا بالنسبة لجميع المنتجات المدرجة في سلة الدراسة. على سبيل المثال، يوضح الرسم البياني أدناه تطور السعيرين فيما يخص الجزر.

الرسم البياني 1: الثمن الأقصى والثن الأدنى لأسعار الجزر



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استنادًا إلى معطيات سوق الجملة في الدار البيضاء.

<sup>9</sup> التمييز بين المنتجات هو تمييز بين المنتجات نفسها (مثل الطماطم مقابل البطاطس)، بينما يتمثل التمييز بين المنتجات داخل المنتج الواحد في التمييز بين المنتجات نفسها ولكن وفقًا لمعايير جوهريّة (مثلًا الطماطم المستديرة مقابل الطماطم الكرزية).

<sup>10</sup> يتم تصنيف بعض الفواكه والخضر وفقًا لخصائصها الغذائية. على سبيل المثال، غالبًا ما يتم تجميع الخضر الورقية الخضراء معًا بسبب التشابه الغذائي بينها.

<sup>11</sup> يمكن التمييز بين الفواكه والخضر على أساس الخصائص الحسية مثل النكهة واللمس واللون والرائحة وما إلى ذلك. تتميز بعض الفواكه والخضر بخصائص مميزة تجعلها فريدة من نوعها من حيث الطعم.

<sup>12</sup> في التجارة، تعتبر هذه الممارسة احتيالية تتمثل في تلبيس البضاعة لإخفاء المنتجات الرديئة تحت المنتجات الجيدة.

<sup>13</sup> تم استخدام الاختبار الاحصائي المعتاد للفرق بين المتوسطات وكانت النتائج ذات دلالة إحصائية بالنسبة لجميع المنتجات.

هذا ولعب التوحيد القياسي وتوحيد المعايير دوراً رئيسياً في تنظيم أسواق الخضار والفواكه في جميع أنحاء العالم. ظهرت المعايير في بداية القرن العشرين وانتشرت في جميع أنحاء العالم في ثلاثينيات القرن العشرين. كما أدى إنشاء سوق مشتركة للفواكه والخضار داخل المجموعة الأوروبية إلى القيام بعمل كبير بشأن المعايير في الستينيات. وركزت المواصفات في البداية على الصفات البصرية والفيزيائية، وكان التوحيد القياسي وتوحيد المعايير يستهدفان بشكل أساسي حجم المنتجات ولونها وحالة قشرتها. ولم تحدد هذه المعايير الحد الأدنى من المتطلبات فحسب، بل أنشأت أيضاً فئات فرعية استناداً إلى الاختلافات عن المعيار داخل نفس المجموعة من المنتجات. وفي غياب مثل هذه المرجعية المعيارية، ينخرط الفاعلون في تمييز ذاتي يستند أساساً إلى الطبيعة المتنوعة والمميزة بصرياً لهذه المنتجات، كما ويمكن أن تؤثر كيفية عرض الخضار والفواكه أيضاً على نظرة المستهلك. فالبيع بالجملة هو ممارسة منتشرة على نطاق واسع في المغرب، ويتمثل التليس في تنوع مجموعة المنتجات بين نوعيات مختلفة، مما يؤثر سلباً على إدراك المستهلك.

وعموماً، غالباً ما يستند التمييز الذاتي للفواكه والخضار على عوامل حسية وجمالية وعاطفية وليس على معايير موضوعية أو معايير ثابتة. ويميل المنتجون والموزعون إلى الاستجابة لهذه التفضيلات من خلال تقديم مجموعة متنوعة من المنتجات وإبراز الخصائص التي ينظر إليها الزبائن المستهدفون على أنها إيجابية.

## 2.2 قابلية التلف

إن قابلية الخضار والفواكه للتلف هي خاصية متأصلة تحدد طبيعتها السريعة الزوال وتؤثر بشكل كبير على دورة حياتها، من الجني إلى الاستهلاك. هذا البعد هو جانب أساسي يجب أخذه في عين الاعتبار عند تحليل سلسلة القيمة في هذا القطاع. وبسبب تركيبها البيولوجي، الغني بالماء والمواد المغذية، تخضع هذه المنتجات لعمليات التحلل الطبيعي وعمليات التقادم تحت تأثير عدد من العوامل المحفزة مثل الكائنات الدقيقة والتفاعلات الأنزيمية والعوامل البيئية (الضوء والرطوبة ودرجة الحرارة). ومن ثم تحدد هذه العوامل المختلفة العمر التخزيني القصير نسبياً لهذه المنتجات وفترة الصلاحية المحدودة نسبياً في السوق من حيث الزمان والمكان.

أما على المستوى الوطني، فتشير التقديرات المتوفرة إلى خسارة غير أحيائية<sup>14</sup> (ما بعد الجني) تتراوح بين 20% و40% في السوق المحلية، وهو ما يترجم إلى انخفاض في العرض المحتمل وزيادة محتملة في الأسعار الاستهلاكية. وهذه الخسائر هي إما كميات غير مباعة أو خسائر ناتجة عن طول سلسلة التوريد التي تتضمن مخاطر النقل والمناولة والتخزين. وتجدر الإشارة إلى أن هذا التلف يضر أيضاً باستخدام عوامل الإنتاج ويولد تكاليف فرص ضائعة كبيرة، لا سيما فيما يتعلق باستخدام المياه في سياق يهدد فيه الإجهاد المائي القطاع برمته. كما أن الآثار الخارجية السلبية لهذه الخسارة، لا سيما فيما يتعلق بالبيئة، كبيرة للغاية<sup>15</sup>.

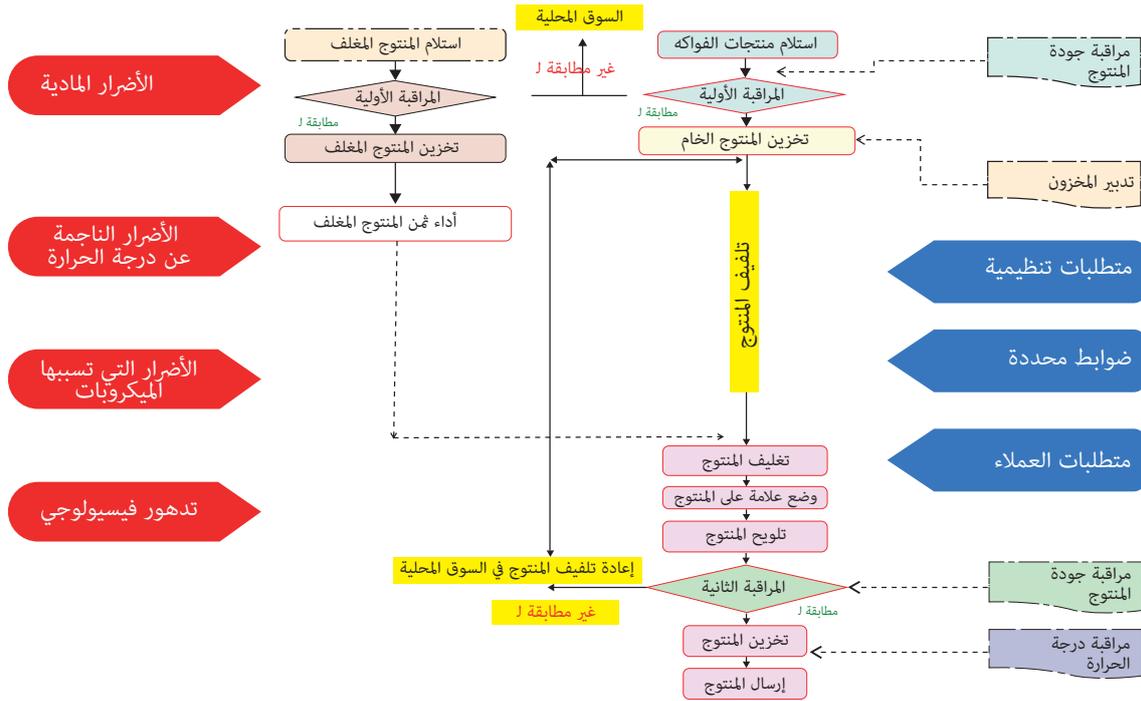
إن التدبير الفعال لقابلية تلف الخضار والفواكه لأمر بالغ الأهمية على عدة مستويات من سلسلة التوريد. وإن تحسين قنوات التوزيع واعتماد استراتيجيات القيمة المضافة من شأنه أن يتيح إمكانية تقليل هذه الخسائر عن طريق الحد من انقطاعات السلسلة ومناولة البضائع. ووجب التذكير هنا

<sup>14</sup> على عكس الخسارة الحيوية، والتي تقابل خسائر ما قبل الجني الناتجة عن الظروف القاهرة مثل الكوارث الطبيعية.

<sup>15</sup> ويقدر المتخصصون في هذا القطاع أن 1.6 مليار متر مكعب من الموارد المائية تهدر كل عام، وأن 40% من عمليات النقل يتم هدرها، مما يؤدي إلى انبعاثات غازية يمكن تجنبها (تقديرات الجمعية المغربية لمنتجي ومصدري الفواكه والخضار).

أنه يتم تطبيق هذه الاستراتيجية بشكل منهجي على المنتجات المخصصة للتصدير، حيث تتراوح نسبة الخسائر بين 3% إلى 5% فقط، وذلك بفضل الدور الذي تلعبه محطات التغليف والتثمين<sup>16</sup> على وجه الخصوص. ويُعد التمييز بين الأسواق المحلية وأسواق التصدير من حيث استراتيجية القيمة المضافة سمة أساسية في كيفية سير القطاع بالمغرب.

## الرسم البياني 2: الخسائر الغير أحيائية ودور محطات التغليف



المصدر: الجمعية المغربية لمفصي الخضار والفواكه

## 3.2 الموسمية

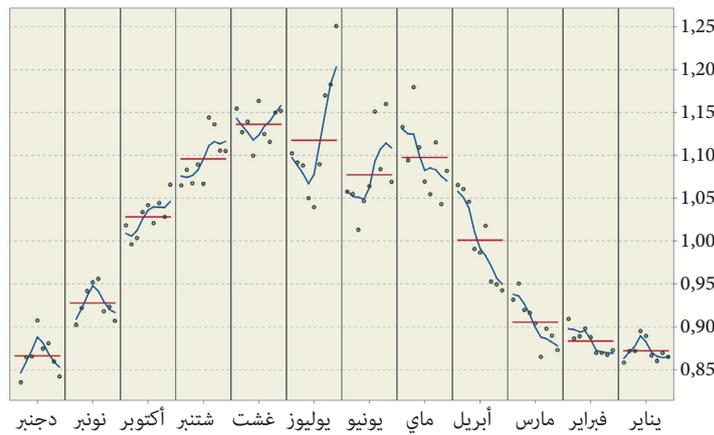
تشير الموسمية إلى الظاهرة التي يخضع لها نشاط ما لإيقاعات اجتماعية ومنطق التقويم، مما يؤدي إلى تغيرات دورية في الظروف التي يتم فيها النشاط بسبب التغيرات في البيئة المحيطة. يثير هذا القيد مخاوف بشأن استمرارية الأنشطة الاجتماعية واستقرارها وتماسكها. فيما يخص الخضار و الفواكه، فإن تأثير المناخ على نمو النباتات هو أول ما يتبادر إلى الذهن عند ذكر الموسمية. ومع ذلك، فإن هذه المنتجات ليست بمنأى عن أشكال أكثر اجتماعية من الموسمية المرتبطة بالتفضيلات الموسمية للمستهلكين والتفاوت المكاني والزمني في أنماط الاستهلاك. وتتأثر موسمية الخضار و الفواكه بعدد من العوامل ولها تأثيرات مختلفة على الأسعار من خلال عدد من قنوات الانتقال:

<sup>16</sup> من وجهة نظر تقنية-زراعية، يتمثل دور هذه المحطات في الحفاظ على جودة المنتجات قدر الإمكان قبل بيعها في السوق، عن طريق ثلاث عمليات أساسية: الفرز (خاصة بين المنتجات التي يمكن استهلاكها كما هي وتلك الموجهة للمعالجة)، وتطبيق منتجات حفظ الجودة وسلسلة التبريد، التي يجب أن تضمن الحفاظ على درجة حرارة تتراوح بين 4 و 6 درجات مئوية طوال دورة حياة المنتج قبل الاستهلاك النهائي.

- **المناخ:** يعد المناخ أحد أهم العوامل التي تؤثر على موسمية الخضار و الفواكه. فالتغيرات في درجات الحرارة<sup>17</sup> والأمطار والفترة الضوئية<sup>18</sup> (طول فترة النهار) على مدار العام تحدد مواسم زراعة المحاصيل المختلفة؛
- **طلب السوق:** يختلف طلب المستهلكين أيضاً حسب الموسم. على سبيل المثال، يكون الطلب على الفواكه الصيفية، مثل الفراولة أو الكرز، أعلى عمومًا في الصيف، مما قد يؤدي إلى ارتفاع الأسعار. وبالمثل، يمكن أن يزداد الطلب على الخضار الجذرية مثل الجزر في فصل الشتاء.
- **العرض المحدود في غير موسم الزراعة:** خلال موسم الزراعة، عندما تكون الخضار والفواكه وفيرة وطازجة، يكون العرض مرتفعًا بشكل عام، مما يؤدي إلى انخفاض الأسعار. أما خارج موسم النمو، عندما يكون العرض محدودًا، تميل الأسعار إلى الارتفاع بسبب ندرة المنتجات.
- **التخزين والحفظ:** تعتبر القدرة على التخزين طويل الأمد وتقنيات الحفظ محدودة بالنسبة لبعض الخضار والفواكه (خاصة في البلدان الأقل تهيئًا). وبالتالي، عندما لا تكون هذه المنتجات متوفرة محليًا، غالبًا ما يتعين استيرادها، ما قد يؤدي إلى ارتفاع أسعارها.
- **تكاليف النقل:** عندما تزرع المنتجات في غير موسمها في المناطق النائية ويتعين نقلها لمسافات طويلة، يمكن أن ترتفع تكاليف النقل، مما ينعكس ذلك في ارتفاع الأسعار على المستهلكين.
- **الاستيراد:** في العديد من المناطق، يتم استيراد الخضار والفواكه لتعويض النقص في الإنتاج خارج الموسم. ويمكن أن تؤثر التغيرات في أسعار الصرف والرسوم الجمركية وتكاليف النقل على أسعار هذه المنتجات المستوردة.

على سبيل المثال، يوضح الرسم البياني أدناه الأسعار السنوية لكل شهر من شهور السنة للموز المحلي. ويوضح الرسم البياني بشكل واضح الطابع الموسمي البارز للأسعار، حيث ترتفع الأسعار (في المتوسط) في فصلي الربيع والصيف، مقارنة بمستويات منخفضة نسبيًا في الخريف والشتاء (توزيع على شكل جرس). وتُسجَل ذروة الزيادات في الأسعار في شهر يوليو، بينما تنخفض في شهر دجنبر..

### الرسم البياني 3: المعاملات الموسمية لأسعار الجملة للموز المحلي بالجملة



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى معطيات وزارة الداخلية.

<sup>17</sup> تلعب درجة الحرارة دوراً أساسياً في نمو المحاصيل. فبعض المحاصيل، مثل الطماطم والفلفل، تفضل درجات الحرارة الدافئة وبالتالي تزرع في الصيف، بينما تتحمل محاصيل أخرى، مثل الملفوف والسبانخ، درجات حرارة أكثر برودة وتزرع في الخريف والشتاء.

<sup>18</sup> يؤثر طول ضوء النهار أيضاً على نمو النبات. فبعض المحاصيل تحتاج إلى أيام أطول للنمو، بينما تزدهر محاصيل أخرى في أيام أقصر. وقد يختلف ذلك باختلاف خطوط العرض الجغرافية.

### 3. تصنيف الفاعلين في القطاع

تشمل السلسلة عدداً من الفاعلين الذين ينشطون بشكل مباشر أو غير مباشر في المنبع أو المصب في جميع مراحل إنتاج وتوزيع وتسويق منتجات الخضار والفواكه. ويوضح هذا التصنيف بشكل واضح تنوع الجهات الفاعلة المشاركة في السلسلة، حيث يلعب كل فاعل دوراً محدداً في سلسلة القيمة وبالتالي يساهم في توفر المنتجات وإمكانية الوصول إليها في الأسواق. ويمكن تصنيف الفاعلين في قطاع الخضار والفواكه إلى عدة فئات وفقاً لدورهم وموقعهم في سلسلة القيمة.

#### 1.3 الهيئات التنظيمية

ويتمثل دورها الرئيسي في وضع وتطبيق القواعد والمعايير والسياسات لتنظيم عمل القطاع. فهي تضمن الامتثال للقوانين والقواعد التنظيمية المعمول بها. ويتمثل هدفها في ضمان سلامة المنتجات وجودتها، فضلاً عن حماية المستهلك.

• **السلطة الحكومية المكلفة بالداخلية:** عملاً بالقرار الوزاري رقم 20.2111 المتعلق بتحديد اختصاصات وتنظيم الأقسام والمصالح التابعة للمديريات المركزية لوزارة الداخلية، تضم مديرية المرافق العمومية المحلية التابعة للمديرية العامة للجماعات الترابية قسم المرافق الاقتصادية الذي يشرف على أنشطة أسواق الجملة للفواكه والخضار على المستوى الوطني.

• **السلطة الحكومية المكلفة بالتجارة:** بموجب المرسوم رقم 12-17-2 الصادر بتاريخ 11 يناير 2017 المعدل للمرسوم رقم 533-16-2 الصادر في 3 غشت 2016 الذي يحدد اختصاصات وتنظيم وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي، تضم السلطة مديريتين تتبعان المديرية العامة للتجارة اللتان تتدخلان في أسواق الجملة للفواكه والخضار. من ناحية، مديرية التجارة الداخلية والتوزيع ومن ناحية أخرى مديرية حماية المستهلك ومراقبة السوق والجودة.

• **السلطة الحكومية المكلفة بالفلاحة:** بموجب قرار وزير الفلاحة والصيد البحري رقم 09.1036 الصادر بتاريخ 21 ماي 2009 المتعلق بتحديد اختصاصات وتنظيم الأقسام والمصالح التابعة للمديريات المركزية لوزارة الفلاحة والصيد البحري - قطاع الفلاحة -. تتولى إدارة تنمية قطاعات الإنتاج، من بين أمور أخرى، مسؤولية مراقبة الأسواق وتنظيمها.

• **غرفة التجارة والصناعة:** فيما يتعلق بأنشطة أسواق الجملة للفواكه والخضار، يشمل دور غرفة التجارة:

- تمثيل وضمان الدفاع عن المصالح العامة للمهنيين داخل نطاق اختصاصها الإقليمي؛
- المشاركة مع السلطات العمومية في وضع الخطط والخيارات الاستراتيجية فيما يتعلق بأنشطتها على المستوى الوطني أو الجهوي أو الإقليمي أو المحلي؛
- المشاركة، في نطاق اختصاصاتها الترابية، في أعمال مجالس إدارات المؤسسات العامة العاملة في القطاعات التي تمثلها ومجالس إدارات الهيئات والمكاتب التي تدير المرافق والخدمات العامة في نطاق اختصاصاتها الترابية، بما في ذلك أسواق الجملة.
- **غرفة الفلاحة،** فيما يتعلق بأنشطة أسواق الجملة للفواكه والخضار، يشمل دور غرفة الفلاحة:
- تقديم المقترحات وتقديم الطلبات المتعلقة بالفلاحة؛

- المساهمة في تطوير تقنيات الإنتاج والتسويق، ولا سيما من خلال التعاون الطويل الأمد مع مؤسسات البحث والتكوين الزراعي والتكنولوجي وجميع المؤسسات الحكومية والمهنية ذات الصلة؛

- الإسهام في نشر المعلومات العلمية والتقنية والاقتصادية في مجال الزراعة والتنمية القروية، وكذلك أساليب العمل الحديثة لفائدة الفلاحين ومربي المواشي والمروجين الشباب.

• المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية: وفقاً للمادة 2 من القانون رقم 25.08، القاضي بإحداث المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية، تقدم هذه المؤسسة خدمات متنوعة إلى أسواق الجملة للفواكه والخضار:

- المشاركة في توحيد معايير الخضار والفواكه الطازجة؛

- الإشراف على رفع مستوى الوحدات؛

- مراقبة الظروف التي يتم فيها نقل المنتجات.

### 2.3 هيئات الإدارة

ويتمثل دورها الرئيسي في إدارة الأنشطة التنفيذية والإشراف عليها في جميع مراحل سلسلة القيمة. تتخذ هذه الهيئات القرارات الاستراتيجية وتنسق الموارد وتنفذ السياسات التي تحددها الهيئات التنظيمية. ويتمثل هدفها في ضمان كفاءة العمليات ومردودها واستدامتها.

• يمكن للجهة التدخل للنهوض بأسواق الجملة في إطار ممارسة صلاحياتها بموجب القانون رقم 111.14، (المادة -4182-). ويمكن أن تتخذ ممارسة هذا الاختصاص على شكل:

- الإسهام في إنشاء وتجهيز الممارسين العامين في المنطقة؛

- المساهمة في إنشاء أسواق جملة ذات بعد جهوي؛

- الشراكات مع الفاعلين المعنيين؛

- إنشاء شركات تنمية إقليمية.

• تتدخل الجماعة في السلسلة من خلال عدة وسائل؛

- إنشاء أسواق الجملة للفواكه والخضار في إطار ممارسة صلاحياتها بموجب القانون رقم 14.113 (المادة 83).

- الإدارة الضريبية (من خلال إدارة الضرائب الجماعية أو هيئة الضرائب) للتحقق من واجبات أسواق الجملة للفواكه والخضار وتصفيتها وتحصيلها، بل ومراجعتها.

• الوكلاء: على غرار وظيفة Rack-jobing<sup>19</sup> يتمثل دورهم القانوني بموجب المرسوم الصادر في 22 ماي 1962 في ضمان إدارة المساحة المخصصة مقابل نسبة مئوية من الإتاوة على مبيعات الجملة من الخضار والفواكه (2 بالمائة في المتوسط)، محسوبة على المبلغ الإجمالي للمبيعات

<sup>19</sup> إن عملية البيع بنظام الرفوف هو نموذج للتوزيع بالتقسيم حيث يقوم المصنع أو البائع بالجملة بتوريد المنتجات إلى البائع بالتقسيم ويتعهد بصيانة وتخزين أرفف البائع بالتقسيم. في هذا النموذج، يكون المصنع أو البائع بالجملة مسؤولاً عن إدارة المخزون وتنظيم الرفوف وتحديد أسعار المنتجات في متجر البائع بالتقسيم. وفي مقابل هذه الخدمة، قد يحصل الصانع أو البائع بالجملة على رسوم أو نسبة عمولة على المبيعات.

التي تتم في أسواق الجملة. عندما تتم عملية بيع الخضار والفواكه بالجملة عن طريق وكيل يتم تعيينه وفقاً للأنظمة المعمول بها، يتعين على الوكيل دفع مبلغ الرسم بدلاً من البائع، وذلك بالخصم من حصيله البيع. يتم الدفع في غضون عشرة أيام كحد أقصى.

- مديرية سوق الجملة: مسؤولة عن استغلال وتشغيل سوق الجملة. وبهذه الصفة، فهي مسؤولة عن:
  - التسيير اليومي لأنشطة أسواق الجملة للفواكه والخضار
  - تنفيذ إجراءات التشغيل الموحدة والامتثال لها (شهرياً)؛
  - مراقبة وتنفيذ مختلف الضوابط (أخذ العينات والممارسات وغيرها).

### 3.3 الفاعلون من القطاع الخاص

وقد يكونون منتجين أو تجاراً أو موزعين أو مقدمي خدمات أو غيرهم من الجهات الفاعلة الخاصة. ويتمثل هدفهم الرئيسي بشكل عام في تحقيق الربح أثناء توريد السلع أو الخدمات إلى السوق. ويتم تنظيم نشاطهم من قبل الهيئات التنظيمية ويتأثرون بالسياسات واللوائح التي تضعها الهيئات الإدارية.

- المنتج: وهو مزارع كبير أو صغير يتحكم بشكل كامل أو لا في التسويق في المرحلة ما بعد الإنتاج، بالإضافة إلى إدارة الإمدادات. ولا يؤدي نشاطه بالضرورة إلى إنشاء مؤسسة رسمية (على سبيل المثال، إنشاء تعاونية أو شركة زراعية متخصصة).

- الموزع: يقوم بإنشاء شبكة من المخازن والمنصات، مع أو بدون الاستعانة بمصادر خارجية (شركات النقل، واللوجستيات).

- الباعة المتجولون: وهم صغار التجار الذين ينظمون جمع المنتجات من المناطق القروية ونقلها إلى المراكز الحضرية أو الأسواق الأسبوعية. يشترون المنتجات مباشرة من المنتجين ثم يعيدون بيعها لتجار التقسيط أو المستهلكين في المدينة. يقوم الباعة المتجولون باقتناء منتجاتهم من الحقل أو على جانب الطريق أو في المزارع أو ربما من السوق في قرية المنتج، ولكن نادراً ما يقومون بذلك في الأسواق الأسبوعية الأخرى. يقوم الباعة المتجولون ببيع منتجاتهم إلى تجار التقسيط أو المستهلكين أو تجار الجملة في المناطق الحضرية، وعادةً ما يتم ذلك مباشرة بعد وصولهم إلى المدينة. وتتم عمليات البيع في الشوارع أو في مواقف السيارات أو في مستودعات تجار الجملة المحليين. ويهيمن القطاع غير المهيكّل إلى حد كبير على توزيع هذه المنتجات بالتقسيط.

- تجار الجملة: هناك عدة أنواع من المشتغلين في هذه الفئة:

- تاجر جملة متكامل الخدمات: يوفر جميع خدمات البيع بالجملة وعدداً كبيراً جداً من الخدمات (التسويق، ائتمان التجار، إلخ).

- وسيط تاجر جملة: يمتلك البضائع ولا يقوم بأي وظائف لوجستية.

- ناقل تاجر الجملة: يقوم بالوظائف المادية وخاصة وظيفة تقسيم البضائع الواردة على حساب جميع العمليات الأخرى.

- تاجر الجملة في مجموعة متنوعة واسعة: يكون عرض التشكيلة مشروطاً بعدد فئات المنتجات (مثل الخضار والفواكه وغيرها).

- تاجر الجملة في مجموعة ضيقة: عمق التشكيلة مشروط بعدد المراجع لكل نوع من المنتجات (مثل الأنواع المختلفة من التفاح).

- تاجر جملة في مجموعة متخصصة: يبيع مجموعة منتجات واحدة ولكن بشكل معمق.

• **وكلاء بالعمولة:** يتمتعون بدرجات متفاوتة من الاستقلالية في المفاوضات، وقد يتحملون أو لا يتحملون مسؤولية المالك الذي يقومون بالتعامل معه. ولا يعتبرون تجاراً بالمعنى التقليدي للمصطلح لأنهم لا يضمنون ملكية البضائع التي يتعاملون فيها. وتشمل هذه الفئة السماسرة والوكلاء التجاريين الذين يقدمون خدمات تجارية نيابة عن الغير دون أن تتضمن وظائف لوجستية تقليدية.

• **السمسار:** الوكيل الميسر الذي يضع المشتري والبائع (المنتج/البائع بالجملة؛ تاجر الجملة/الوسيط؛ تاجر الجملة/التاجر بالتقسيط) على اتصال ولا يتدخل بشكل عام في الصفقة.

• **فاعل النقل واللوجستيك:** هو الذي يقدم خدمات التخزين وإدارة المخزون للخضار والفواكه بالإضافة إلى خدمات النقل. هؤلاء هم في الواقع منافسون محتملون لتجار الجملة، حيث أنهم يسهلون تكامل وظيفة البيع بالجملة من قبل المنتج أو الموزع.

• **تاجر التقسيط:** هو بائع في المحلات التجارية أو في الأسواق المحلية أو الأسواق الأسبوعية أو الأسواق المحلية أو التجار المتجولين. تشمل هذه الفئة أيضاً الأسواق الممتازة الكبرى.

• **المنظمات المهنية:** هي جمعيات أو شبكات من الجمعيات المهنية التي تدافع عن مصالح العاملين في هذا المجال، مثل الاتحاد الوطني لجمعيات أسواق الخضار والفواكه (UNAMGLF)، والجامعة المغربية لأسواق الخضار والفواكه (FMMG)، والجامعة المغربية لإنتاج وتصدير الخضار والفواكه (FIFEL)، إلخ.

#### 4. تصنيف قنوات التوزيع

وتغطي جميع قنوات التوزيع للمنتجات في القطاعات التي تمت دراستها في هذا التحليل. والهدف من هذا التصنيف تسليط الضوء على المسار الذي يسلكه المنتج، سواء كان فاكهة أو خضروات، من المنتج إلى المستهلك، مع مراعاة جميع الوسطاء المحتملين والتميز بين قنوات التوزيع القصيرة والطويلة، وحتى القنوات غير الرسمية. يتم تسويق الخضار والفواكه من خلال مجموعة متنوعة من القنوات، والتي تشمل مشاركة العديد من الجهات الفاعلة المختلفة. ونظراً للطبيعة الخام والطبيعة القابلة للتلف للمنتجات الطازجة، يمثل اختيار كل طريقة توزيع تحدياً كبيراً للفاعلين في القطاع.

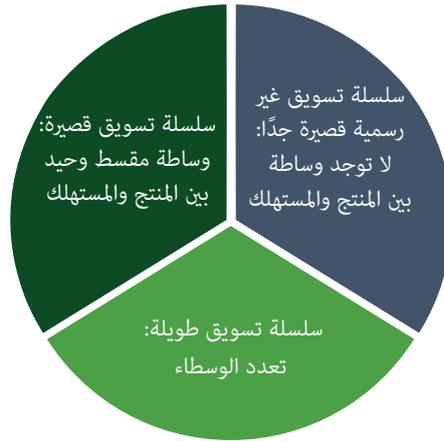
#### الرسم البياني 4: المتداخلين في قنوات تسويق الخضار و الفواكه



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

قد يتم بيع الخضز والفواكه الطازجة مباشرة من قبل المنتج/المجمع إلى المستهلك النهائي، أو عن طريق تجار الجملة والوسطاء والأسواق الممتازة الكبيرة والمتوسطة و/أو البقالين/الباعة بالتقسيط، قبل أن ينتهي بها المطاف إلى أطباق المستهلكين النهائيين مثل الأسر والمطاعم خارج المنزل والمطاعم الجماعية<sup>20</sup>. في المغرب، يتم تسويق إنتاج الخضز والفواكه بشكل أساسي عبر قنوات التوزيع الطويلة، على الرغم من تطور التسويق المباشر من قبل المنتجين المستقلين أو التجار الوسطاء أو المجمعين أو الأسواق الممتازة الكبيرة والمتوسطة أو عبر القنوات غير الرسمية في الأسواق الأسبوعية والأسواق المحلية.

#### الرسم البياني 5: مخطط عام لتسويق الخضز و الفواكه في المغرب



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

#### 1.4 سلسلة التسويق الطويلة

تتميز قنوات التوزيع الطويلة بوجود العديد من الوسطاء الذين ينشطون طوال مسار المنتجات من المنتج إلى المستهلك النهائي<sup>21</sup> (انظر الرسم البياني رقم 6). وفي أسفل سلسلة التسويق، قد ينضم إلى جانب تاجر التقسيط أو تاجر الجملة جامعو المنتجات الذين يشترون كميات كبيرة من المنتجات مباشرة من المنتج من أجل خفض التكاليف وبهدف وحيد هو إعادة بيعها إلى وسطاء جدد، قد يكونون:

- تاجر بالجملة متخصص ؛
- جامع أو بائع متجول كبير ؛
- تاجر بنصف الجملة يعمل كوسيط بين التاجر بالجملة والتاجر بالتقسيط. ويعتبر أيضاً مورداً للخضز والفواكه، حيث يقوم بتزويد السوق بشكل غير مباشر ؛
- الوكيل بالعمولة أو الوسيط التجاري أو السمسار أو الوكيل التجاري الذي يتصرف باسمه أو باسم شركة نيابة عن الموكل (المنتج أو الجامع أو تاجر الجملة). وهو يختلف عن الوكلاء (كما هو معرف في مدونة التجارة) في أنه يتصرف باسمه الخاص، ويختلف عن السماسرة في أنه،

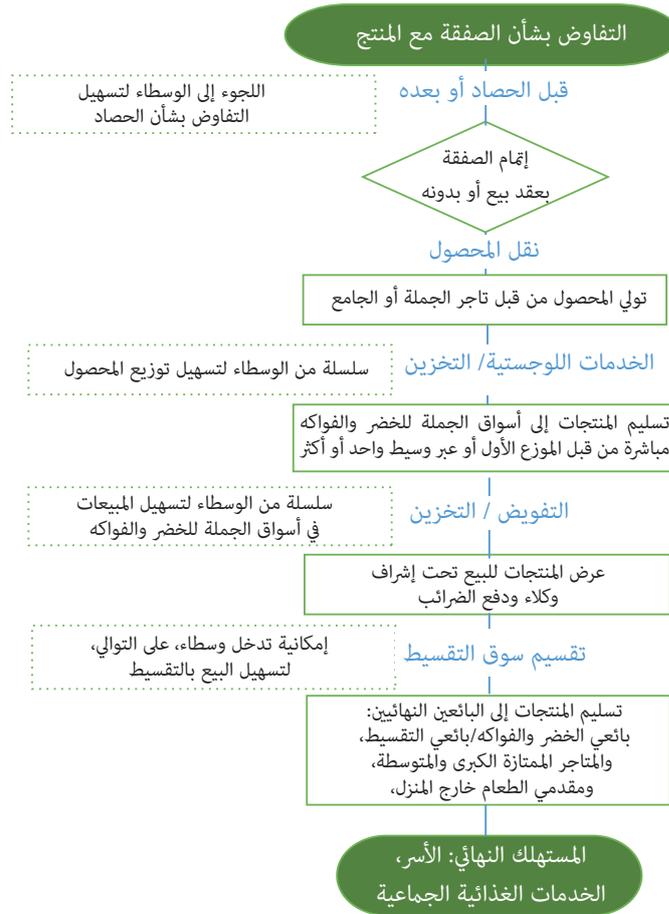
<sup>20</sup> يغطي تقديم الطعام خارج المنزل جميع أنشطة تقديم الطعام التي لا تتم في المنزل، أي خارج المجال الخاص (المطاعم والمقاهي ومحلات الوجبات السريعة وعربات الطعام وخدمات الترميم وما إلى ذلك). تشير خدمات تقديم الطعام الجماعية إلى تقديم وجبات الطعام بكميات كبيرة لمجموعة محددة من الأشخاص في بيئة مؤسسية أو جماعية (المدارس، المستشفيات، دور المسنين، السجن، التكنات العسكرية، إلخ).

<sup>21</sup> غالباً ما يتسم سوق الفواكه والخضز في المغرب بأن له ثلاثة جوانب، حيث تسود ثلاث سلاسل تسويق رئيسية: أسواق الجملة، والجامعين، والسوق غير المهيكل.

على عكسهم، يكون طرفاً فعلياً في العقد الذي يبرمه لمصلحة الغير. ولا يجوز له أن يتصرف كطرف مقابل، أي أنه لا يجوز له أن يشتري أو يبيع بنفسه البضاعة التي يكلف ببيعها أو شرائها لطرف ثالث.

- يمكن أيضاً أن يضاف السمسار إلى قناة التوزيع الطويلة هذه. ويتمثل دوره في تقديم المنتج إلى المشتريين المحتملين، دون أن يصبح بالضرورة مالِكاً للبضاعة. فهو ينشئ حلقة وصل بهدف تسهيل الصفقة.

### الرسم البياني 6: قنوات توزيع طويلة للفواكه والخضار



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

تعد هذه القناة محطة لانتقادات متكررة (على الأقل في المناقشات العامة) لأنها تؤدي إلى:

- تدهور لقوة الشرائية للمستهلك النهائي نتيجة لتأثير الهوامش التجارية لكل وسيط على سعر البيع بالتقسيط؛
- فقدان الاتصال بين المنتجين وتجار التقسيط والزبائن النهائيين. كما يعتمد بشكل كبير على تجار الجملة الذين يقومون بتوصيل المنتجات.
- التكلفة المتزايدة لعمليات المراقبة الصحية التي تجريها المصالح المعنية (المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية) في كل مرحلة من مراحل عملية التوزيع والتسويق. كما تتعرض هذه القنوات للانتقاد بسبب عدم إمكانية تتبع المنتجات؛

• الخسائر الناجمة عن عدم احترام عمليات التغليف (سلسلة التبريد) وتضاعف عمليات مناولة المنتجات.

#### 2.4 سلسلة التسويق القصيرة

تعني "سلسلة التسويق القصيرة" وجود وسيط بين المنتج (جماعي أو فردي) والمستهلك: بائع متجول أو مستودع/محل بيع أو شراء/محل إعادة البيع/محل بيع بالتقسيط؛ أسواق ممتازة كبرى ومتوسطة؛ وسيط تعاوني؛ منصات رقمية، إلخ.

#### الرسم البياني 7: قنوات تسويق قصيرة للفواكه والخضر



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

تشمل قنوات التوزيع القصيرة للفواكه و/أو الخضر في كثير من الأحيان وسيطاً أو اثنين بين المنتج والمستهلك، لا سيما عبر الباعة المتجولين، والأسواق الممتازة الكبرى والمتوسطة، وتجار التقسيط والمنصات الرقمية. ومن خلال تجنب قنوات التوزيع التقليدية، يمكن للمزارعين التقليل من اعتمادهم على الوسطاء والاحتفاظ بحصة أكبر من القيمة المضافة لمنتجاتهم. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى أسعار أكثر تنافسية للمستهلكين و/أو مداخيل أعلى للمزارعين. وبالنسبة للمستهلكين، تتيح قنوات التوزيع القصيرة إمكانية أفضل لتتبع المنتجات، بحيث يتمكنون في كثير من الأحيان من معرفة المصدر الدقيق للمنتجات التي يشترونها. وهذا يعزز ثقة المستهلكين في جودة المنتجات المحلية وسلامة الأغذية. من وجهة نظر الجودة، ومن خلال تقصير سلسلة التوريد، تصل الخضر والفواكه إلى مائدة المستهلك بسرعة أكبر، مما يضمن طراوتها وجودتها.

بالإضافة إلى ذلك، يعد انتشار المنصات الرقمية لتسويق الخضر والفواكه بديلاً عن الدائرة التقليدية، حيث تقدم حلولاً صالحة لإلغاء الوساطة في السلسلة، وإعادة توزيع القيمة المتساوية وتعزيز إمكانية تتبع المنتجات. تمكن هذه المنصات تجار التقسيط من التغلب على عدد من القيود المرتبطة بالقنوات التقليدية: تعدد الوسطاء وتجار الجملة في أسواق الجملة، والتكاليف المرتبطة بالنقل والمفاوضات مع الجهات الفاعلة في سوق الجملة، والتكاليف اللوجستية داخل سوق الجملة، ونقص مراقبة الجودة، وتكاليف النقل إلى نقاط البيع، وما إلى ذلك. من وجهة نظر تنظيمية، تمثل المنصات الرقمية شكلاً من أشكال التجميع التصديري الذي يحدث فقط في وقت الجني وليس من المنبع في لحظة إعداد الأرض، وهو نموذج التجميع التقليدي الذي يتميز بالتزام تعاقد للبيع.

### 3.4 سلسلة التسويق قصيرة جداً: البيع المباشر

القناة القصيرة جداً، أي البيع المباشر، تتيح إمكانية التسويق دون وسيط بين المنتج والمستهلك. وتتيح هذه القناة، التي تقتصر على معاملة واحدة، السيطرة المباشرة على السوق، ولكنها تتطلب من المنتج أن يكون منظماً تجارياً. ويمكن أن تكون المبيعات المباشرة رسمية (بالنسبة إلى المجمعين) أو غير رسمية (الفلاحون الأفراد أو الفلاحون الجماعيون).

#### الرسم البياني 8: قناة قصيرة جداً لتسويق الخضار و الفواكه



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

وفي هذا السياق، صدر مؤخراً بتاريخ 29 يوليوز 2021 القانون رقم 37.21، الذي يسن تدابير خاصة بالتسويق المباشر للفواكه والخضار المنتجة في إطار التجميع الفلاحي<sup>22</sup>. يسمح هذا القانون للفلاحين الذين يتوفرون على وحدات لتلفيف الخضار والفواكه بتسويق منتجاتهم دون الحاجة إلى اللجوء إلى أسواق الجملة، مما يحد من تدخل الوسطاء. وعلى الرغم من أن هذا القانون قد يتجاوز أسواق الجملة إلا أن مؤيديه يرون أن التدابير الخاصة بالتسويق المباشر في إطار التجميع الفلاحي حل مثالي له العديد من المزايا:

- فيما يتعلق بالسلامة، تخضع المنتجات المخزنة من قبل وحدات التجميع لمراقبة مطابقتها للمعايير، تماماً مثل تلك التي تتم عند التصدير. ويعد ذلك تحسناً عن الممارسات المعتادة في أسواق الجملة؛
- فيما يتعلق بالتسويق، فإن ولوج المجمعين المباشر إلى منصات البيع سيققل أو حتى يلغي تدخل الوسطاء المحتملين الذين غالباً ما يتدخلون في مراحل مختلفة من حلقة التسويق.
- من شأن التجميع أن يسهل توحيد المخاطر بين المجمعين والمجمعين: يتحمل الفلاحون مخاطر الإنتاج بشكل رئيسي، بينما يتحمل المجمعون مخاطر التسويق. ومن شأن استخدام حلول التأمين المناسبة أن يجعل من الممكن إدارة هذه المخاطر لكلا الطرفين.
- وفيما يتعلق بدعم القوة الشرائية للأسر، فكون المنتجات المجمعّة لا تخضع لرسوم الوصول إلى أسواق الجملة يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على العروض التنافسية للمجمعين. بالإضافة

<sup>22</sup> عقد محدد مسبقاً ينص على أن المجمع (شخص طبيعي أو معنوي بموجب القانون العام أو الخاص، بما في ذلك مؤسسات المنتجين) يتعهد، على وجه الخصوص، بالإشراف على المنتجين المجمعين والحصول على إنتاجهم وفقاً للشروط المحددة في عقد التجميع. من جانبهم، يتعهد المنتجون المجمعون باتباع المسار التقني الذي أوصى به المجمع وتسليم الإنتاج المتفق عليه.

إلى ذلك، فإن إلغاء سلسلة الهوامش التي يحصل عليها الوسطاء يمكن أن يساعد أيضًا في الحفاظ على أسعار تنافسية للمستهلكين.

من ناحية أخرى، يشير المعارضون لهذا القانون إلى أن فوائده تبقى نسبية، حيث من المحتمل أن تؤدي أيضا إلى:

- تفضيل المنشآت الكبيرة في القطاع الزراعي على حساب استقلالية صغار المنتجين، الذين قد يجدون أنفسهم في حالة من التبعية الاقتصادية للمجمعين الذين يتمتعون بقوة شرائية كبيرة؛

- حرمان السلطات المحلية من بعض مواردها الخاصة؛

- تقويض الجهود التي تم بذلها لتحديث أسواق الجملة من حيث الأنظمة والتجهيزات وأساليب الإدارة.

هذا ويسمح الإطار القانوني الحالي (القانون رقم 21.37 المذكور أعلاه) للمجمعين من بيع منتجاتهم مباشرة، ومع الالتزام، دون المرور عبر أسواق الجملة لمختلف الزبائن المحتملين (تجار التقسيط، والمطاعم الجماعية، والأسواق الممتازة الكبرى والمتوسطة، والمطاعم خارج المنزل، ونقاط البيع الجماعية). يمكن للبيع المباشر أن يتم أيضًا من خلال قناة غير رسمية حيث يبيع المنتج منتجاته بوسائله الخاصة، دون المرور عبر أسواق الجملة أو وسيط، من خلال: الأسواق الأسبوعية، والأسواق الحضرية المحلية، والبيع في المزارع، والسلال المعيارية، والسلال المسبقة الدفع (مثل ما يسمى بالمنتجات العضوية)، إلخ.

وغالبًا ما يكون هذا النوع من القنوات شائعًا جدًا في المدن التي لا توجد فيها حقا أسواق الجملة للخضر والفواكه. في غياب بنية تحتية محددة، ينظم المنتجون عمليات البيع في الشوارع ومواقف السيارات بالقرب من أسواق التقسيط، حيث تتوقف الشاحنات. وفي بعض الحالات، ينطوي هذا الأمر على تركيز المستودعات التابعة لتجار الجملة "شبه الرسميين" المحليين.

وتتمثل منافذ هذه القنوات في الأسواق غير الرسمية مثل الأسواق الأسبوعية والأسواق الحضرية الكبيرة وأسواق الأحياء الصغيرة، والأكشاك والباعة المتجولين.

وهذا يعكس حالة انعدام الأمن الغذائي التي تؤثر على جميع مستويات سلسلة التسويق. وبالإضافة إلى ذلك، تتسم هذه القنوات بعدم شفافية المعلومات المتعلقة بالأسعار والعرض، كما أن الأسواق لا تتسم بالشفافية، وتتقلب الأسعار من يوم لآخر، وهناك لجوء كبير إلى المساومة لتحديد الأسعار والهوامش. ومع ذلك، يبدو أن هذا النوع من القنوات هو الأنسب لاحتياجات الطبقات الاجتماعية ذات الدخل المنخفض، التي لا تتردد على الأسواق الممتازة والمتاجر المنظمة. في الواقع، وبسبب نقص وسائل الحفظ، أو بسبب عدم قدرتهم على شراء الخضر والفواكه بكميات وجودة عالية، تفضل هذه الفئة من المستهلكين شراء هذه المواد يوميًا، محليًا، وبكميات صغيرة؛

ونتيجة لذلك، فإن تطور القنوات الموازية وغير الرسمية هو حقيقة واقعة في هذا القطاع، مما يسلط الضوء على الميول المتزايد لتجاوز الشبكة القائمة. يمكن أن تؤدي هذه القنوات البديلة إلى خسائر في إمكانية التتبع والجودة، كما يمكن أن تضر بمصادقية نظام التوزيع الرسمي.

ومع ذلك، ينبغي التنبيه على أن الحدود بين هذه القنوات التسويقية الثلاث ليست دائمًا محكمة: فتجار الجملة الرسميون غالبًا ما يستخدمون القطاعين شبه الرسمي وغير الرسمي لتوزيع منتجاتهم على مستوى البيع بالجملة والتقسيم، مما يؤدي إلى قناة مختلطة بين القطاعين الرسمي وغير الرسمي. إن كمية المنتجات التي يمكن توزيعها من خلال قناة البيع بالتقسيم الرسمية محدودة للغاية.

## 5. الإطار القانوني والتنظيمي الذي ينظم القطاع

تجدر الإشارة إلى عدم وجود نصوص قانونية وتنظيمية مخصصة تحديداً لتدبير قطاع الخضار والفواكه. ومن ناحية أخرى، توجد أحكام تتعلق بجوانب مختلفة من سلسلة القيمة الفلاحية والإشراف على الأسواق، ولا سيما أسواق الجملة، في عدد من النصوص المتفرقة:

■ **ينص الفصل 35 من دستور عام 2011** على ما يلي: تحت عنوان الحقوق والحريات الأساسية، يحدد هذا الفصل حقوق الملكية وحرية المبادرة والتنافس الحر، وينص على ما يلي:

- ضمان القانون لحق الملكية.

- يمكن الحد من نطاقها وممارستها بموجب القانون، إذا اقتضت ذلك متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. ولا يمكن نزع الملكية إلا في الحالات ووفق الإجراءات التي ينص عليها القانون.

- تضمن الدولة حرية المبادرة والمقاولة، والتنافس الحر. كما تعمل على تحقيق تنمية بشرية مستدامة، من شأنها تعزيز العدالة الاجتماعية، والحفاظ على الثروات الطبيعية الوطنية، وعلى حقوق الأجيال القادمة.

- تسهر الدولة على ضمان تكافؤ الفرص للجميع، والرعاية الخاصة للفئات الاجتماعية الأقل حظاً.

وبالتالي يؤكد هذا الفصل على عدة مبادئ أساسية في مجال الاقتصاد والملكية في المغرب. فهو أولاً، يضمن الحق في الملكية، مع التأكيد على وجوب حيازة هذه الملكية أو استخدامها أو نقلها وفقاً للقانون. ثانياً، ينص الفصل على حرية المقاولة، مع التأكيد على أنه لا يجوز تقييد أي نشاط اقتصادي إلا في إطار القيود التي ينص عليها القانون. وأخيراً، تكفل المادة حرية المنافسة، مع التأكيد على أهمية المنافسة في الأسواق الاقتصادية للبلاد.

### ■ **الظهير الشريف رقم 1.62.088 الصادر بتاريخ 2 رمضان 1381 (7 فبراير 1962)**

**المتعلق بتحويل مهام وكلاء أسواق الجملة بالجماعات الحضرية:** وهو أول نص ينظم عمل أسواق الجملة للخضار والفواكه من خلال تراخيص إدارية تمنحها الدولة مجاناً للوكلاء الذين يعينهم وزير الداخلية. وفي قرار وزاري بتاريخ 22 ماي 1962، وضع بنود مجموعة من المواصفات التي تشكل صفة الوكيل والقواعد المنظمة لسوق الجملة. ويحدد هذا المرسوم على وجه الخصوص شروط تعيين الوكلاء، وإجراءات التعيين، ومدة التفويض، ومعدل الضريبة المصرح به، وطرق مكافأة الوكيل، والقواعد المطبقة على تسيير سوق المراقبة الإدارية والعقوبات الإدارية.

من المهم الإشارة إلى أن هذا الظهير الشريف هو جزء من سياق تاريخي محدد. فالغرض منه هو انشاء نظام خاص لتخصيص وكلاء أسواق الجملة، بالاسم وكمكافأة للأشخاص الذين ساهموا في حركة المقاومة الوطنية خلال فترة الحماية. ونتيجة لذلك، تم تقسيم المناصب الشاغرة في أسواق الجملة بالتساوي بين المقاومين والقطاع الحر (مع إعطاء الأولوية للفئة الأولى). أما تلك المخصصة للفئة الأولى، فقد تم توزيعها إما بشكل غير مباشر عن طريق المندوبية السامية لقدماء المحاربين وأعضاء جيش التحرير، التي قامت بتوزيعها على أعضائها، أو مباشرة على المقاومين الذين رشحتهم هذه المؤسسة نفسها. بالإضافة إلى ذلك، يجب على كليهما استيفاء شروط الكفاءة المنصوص عليها في القرار الوزاري ذي الصلة.

■ **القانون رقم 95-15 المحدث لمدونة التجارة (الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.96.83 بتاريخ 15 ربيع الثاني 1417 (1 غشت 1996):** تتضمن مدونة التجارة أحكاماً محددة تتعلق بالوكلاء بالعمولة والتي تتعلق بالدور الذي يقوم به وكلاء أسواق الجملة. ويعرّف الوكيل بالعمولة (المفوض) بأنه شخص طبيعي أو معنوي يتولى، بالنيابة عن منتج أو تاجر أو مشتري واحد أو أكثر، مسؤولية تسويق المنتجات في سوق الجملة وفقاً للإجراءات التالية:

- **التسجيل في سجل الوكلاء:** يجب تسجيل الوكلاء في سجل الوكلاء الذي يحتفظ به مدير سوق الجملة. هذا التسجيل إلزامي لممارسة هذا النشاط.
- **التزامات الوكيل:** على الوكيل التزامات تجاه المنتجين أو التجار الذين يمثلهم. ويجب عليه أن يتصرف بأمانة واجتهاد لمصلحة موكله. كما أنه مطالب أيضاً بتقديم حساب عن عملياته التسويقية ودفع المبالغ المستحقة للموكلين.
- **مسؤولية الوكيل:** الوكيل مسؤول عن الأعمال التي يقوم بها في إطار مهمته التسويقية. وهو ملزم بالامثال للقوانين واللوائح المعمول بها والحفاظ على مصالح موكله.
- **أجر الوكيل:** عادة ما يتم تحديد شروط وأحكام أجر الوكيل، بما في ذلك العمولات أو الأتعاب، في عقد مكتوب بين الوكيل وموكله.
- **مدة التفويض:** قد تكون مدة تفويض الوكيل محددة أو غير محددة المدة، وذلك حسب الاتفاقات المبرمة بين الطرفين. كما يجوز أن تكون قابلة للإلغاء أو غير قابلة للإلغاء، اعتماداً على شروط العقد.
- **المنازعات والوساطة:** في حالة نشوب نزاع بين المفوض وموكله، تنص مدونة التجارة على آليات الوساطة وتسوية النزاعات.

■ **القانون التنظيمي رقم 14.111 المتعلق بالجهات (الصادر عن الظهير الشريف رقم 1.15.83 بتاريخ 7 يوليوز 2015):** تقوم الجهة بإنعاش أسواق الجملة الجهوية في إطار مجالات اختصاصها المتعلقة بالتنمية الجهوية. ومع ذلك، فالنص لا يتطرق إلى طبيعة المنتجات والأنشطة التي سيتم مزاولتها داخل أسواق الجملة هذه. خاصة وأن مصطلح "الإنعاش" يجعل من هذا الاختصاص المحدد للجهة اختصاصاً "غير حصري"، والذي ينبغي ممارسته مع الفاعلين الآخرين من خلال التعاقد بين الدولة والجهة أو التعاون بين الجماعات الترابية.

■ **القانون التنظيمي رقم 14.113 المتعلق بالجماعات، ولا سيما المادة 83 منه (الصادر بالظهير الشريف رقم 1.15.85 بتاريخ 7 يوليوز 2015):** ينص هذا القانون على أن تقوم الجماعة، في إطار صلاحياتها الخاصة، بالتوازي مع فاعلين آخرين من القطاع العام و/أو الخاص، بإنشاء أسواق الجملة للخضر والفواكه. وفي هذا الصدد، لا يحدد هذا القانون التنظيمي ما إذا كانت للجماعة حقوق حصرية في إنشاء هذه الأسواق، التي هي بالأحرى منشآت جماعية يكون استثمارها مفتوحاً للمشغلين من القطاع الخاص والمؤسسات العامة الأخرى. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن إدارة سوق الجملة للفواكه والخضر التي تنشئها جماعة أو جهة باستخدام مجموعة متنوعة من الصيغ، تتراوح بين الإدارة المباشرة (عن طريق وكالات)، أو عن طريق إنشاء شركة للتنمية المحلية أو الجهوية عبر الإدارة عن طريق التأجير، أو الإدارة المفوضة (بموجب القانون 05.54)، أو التجميع بين الجماعات أو التجميع بين الجماعات الترابية.

بالإشارة إلى هذين النصين القانونيين، فإن إدارة أسواق الجملة في المغرب هي مسؤولية مشتركة بين الجماعات (أو البلديات) والسلطات الجهوية أو المركزية. وعلى مستويات جغرافية مختلفة، يمكن أن تمارس هذه الهياكل الإدارية، بشكل فردي أو جماعي، سلطات وصلاحيات مختلفة، عن طريق قرارات تنظيمية لها قوة الأنظمة الداخلية المحددة:

- **التخطيط والتنمية:** تتولى الجهات المسؤولة عن تخطيط وتنمية أقاليمها، بما في ذلك البنية التحتية المتعلقة بأسواق الجملة. ويمكن للجماعات أن تلعب دوراً في التخطيط الحضري والترابي، بما في ذلك تحديد موقع وإنشاء أسواق جملة جديدة أو توسيع الأسواق الحالية.
- **إدارة البنية التحتية:** يُطلب من الجماعات (والجهات) الإشراف على إدارة البنية التحتية لأسواق الجملة وصيانتها وتطويرها. ويشمل ذلك المباني ومرافق التخزين ومناطق الشحن والتفريغ وما إلى ذلك.

- **تحديد الرسوم والضرائب:** تتمتع الجماعات بسلطة تحديد الرسوم والضرائب المرتبطة باستخدام البنية التحتية لسوق الجملة. وقد تساهم هذه الرسوم في تمويل صيانة المرافق وإدارتها.
- **دعم الجهات الفاعلة المحلية:** تعمل كل من الجهات والجماعات على تعزيز قطاع الأغذية الفلاحية، بما في ذلك إنتاج وتوزيع وتسويق الخضار والفواكه. ويمكنهما وضع برامج لدعم الزراعة وصناعة الأغذية الفلاحية.

- **المراقبة الصحية ومراقبة الجودة:** يمكن أن تشارك الجهات في الرقابة الصحية وتطبيق معايير الجودة في أسواق الجملة. ويمكنها ضمان مطابقة المنتجات التي يتم تسويقها لأنظمة سلامة الأغذية.

- **تسهيل التجارة:** يمكن للجهات والجماعات تسهيل التجارة في المنتجات الفلاحية من خلال تبسيط الإجراءات الإدارية، وتعزيز الوصول إلى الأسواق وتشجيع التبادل بين المنتجين والمشتريين.
- **تشجيع سلاسل التوريد المحلية:** يمكن للجهات دعم سلاسل توريد الخضار والفواكه المحلية من خلال تشجيع الإنتاج المحلي، ووضع علامات الجودة والترويج لاستهلاك المنتجات الجهوية.
- **المراقبة والتنظيم:** يمكن للجماعات أن تراقب بانتظام الأنشطة في أسواق الجملة لضمان مراعاتها لمعايير السلامة وسلامة الأغذية والنظافة الصحية. ويمكنها أيضاً وضع قواعد تشغيل محددة للأسواق

■ **القانون رقم 12.104 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة (الصادر بموجب الظهير رقم 1.14.116 بتاريخ 30 يونيو 2014)، كما تم تعديله وتتميمه:** وهو القانون المرجعي الذي يهدف إلى تنظيم وتعزيز المنافسة في الأسواق، ومكافحة الممارسات المناهضة للمنافسة وكذلك الممارسات المقيدة للمنافسة. وفيما يتعلق بمسألة أسواق الجملة على وجه التحديد، تنص المادة 61 من هذا القانون على ضرورة بيع المنتجات في أسواق الجملة وتنص على أنه " ... يُمنع على كل منتج أو مستورد أو بائع بالجملة أو مقدم خدمات:

في المدن التي توجد بها أسواق جملة للفواكه والخضار وأسواق جملة للأسماك وأسواق للأسماك، بما فيها تلك الموجودة داخل الملك العام البحري، والمهيئة بغرض البيع الأول لمنتجات الصيد البحري:

أ) أن يزود الباعة بالجملة أو نصف الجملة أو الباعة بالتقسيط بفواكه وخضروات وأسماك معدة للاستهلاك الفوري ومبيعة على حالتها من غير أن تأتي عن طريق أسواق الجملة وأسواق السمك المذكورة؛

ب) أن يحوز أو يعرض للبيع أو يبيع فواكه أو خضروات أو أسماكاً معدة للاستهلاك الفوري ومبيعة على حالتها من غير أن تأتي عن طريق أسواق الجملة أو أسواق السمك المذكورة." الاستثناء الوحيد المتوخى في نص القانون هو الخضرو الفواكه المخصصة للتصدير أو لصناعة الأغذية الفلاحية، وهو مصدر للاختلالات الناجمة عن هذا التباين في تنظيم السوق (الداخلي مقابل الخارجي).

■ **القانون رقم 12.04 المتعلق بالتجميع الفلاحي (الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 1.12.15 بتاريخ 17 يوليوز 2012):** التجميع الفلاحي هو نموذج مبتكر لتنظيم الفلاحين حول فاعلين خواص أو مؤسسات مهنية (أي شخص طبيعي أو معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص، بما في ذلك التعاونيات أو الجمعيات أو تجمعات المصالح الاقتصادية) لتنفيذ مشروع تجميع فلاحى. ويستند هذا النموذج إلى عقد يتم إبرامه بين المجمعين المالكين لوحدات الإنعاش الفلاحي والمنتجين الأفراد أو المنتجين المنظمين في إطار التعاونيات أو مجموعات المصالح الاقتصادية (المشار إليها باسم التجمعات). وبموجب هذا العقد، يتعهد المجمع، على وجه الخصوص، بالإشراف على المنتجين المجمعين والحصول على إنتاجهم وفقاً للشروط المحددة في عقد التجميع. ويتعهد المنتجون المجمعون من جانبهم باتباع المسار التقني الذي أوصى به المجمع وتسليم الإنتاج المتفق عليه. ويمكن هذا النموذج التنظيمي أصحاب الصناعات الفلاحية من تأمين الإمدادات لوحداتهم بإنتاج مضمون ويمكن تتبع جودته، كما يمكن المنتجين المجمعين من الاستفادة من تقنيات الإنتاج الحديثة والتمويل، والوصول إلى الأسواق المحلية والأجنبية.

■ **القانون رقم 21.37 المتعلق بسن تدابير خاصة تتعلق بالتسويق المباشر للفواكه والخضر المنتجة في إطار التجميع الفلاحي (الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 1.21.72 بتاريخ 29 يوليوز 2021):** يهدف هذا القانون الجديد الذي يضم ست مواد، على وجه الخصوص، إلى جعل شروط تسويق الخضرو الفواكه أكثر مرونة، من خلال تفادي تعدد الوسطاء. وكجزء من ذلك، يسمح القانون للفلاحين الذين يتوفرون على وحدات لتثمين الخضرو الفواكه بتسويق منتجاتهم دون الحاجة إلى المرور عبر أسواق الجملة، شريطة الحصول على تصريح من السلطات المختصة. ويحدد القانون شروط هذا الترخيص، حيث ينص على ضرورة امتثال الأطراف المعنية للمواصفات التي سيتم وضعها خصيصاً لهذا الغرض. استجابةً لمشكلة تعطل سلاسل التوريد (في أعقاب آثار الأزمة الصحية والنظامية المرتبطة بانتشار فيروس كوفيد-19)، من المرجح أن يستمر هذا الاستثناء من القانون 104.12 حتى 31 دجنبر 2030.

■ **القانون رقم 57.19 المتعلق بنظام الأملاك العقارية للجماعات الترابية:** يهدف هذا القانون إلى تحديد الضوابط المطبقة على هذه الأملاك (خاصة تلك الموجودة في أسواق الجملة) وتزويدها بإطار قانوني يضمن تسييرها بشكل معقول وحمايتها واستغلالها بشكل سليم وإشراكها في مشاريع التنمية المحلية. ويحدد هذا القانون إجراءات وشروط تخصيص الأملاك الجماعية العامة والخاصة للمستفيدين الجدد، خاصة فيما يتعلق بإلغاء الأصول التجارية وجميع أنواع الحقوق على المحلات الجماعية داخل أسواق الجملة. وبالتالي فإن هذا التشريع يؤثر على الطريقة التي تدار بها أسواق الجملة، بما في ذلك تأجير هذه المرافق أو نقلها أو تطويرها

■ القانون رقم 25.08 القاضي بإحداث المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية (الصادر بتنفيذه الظهير الشريف رقم 1.09.20 بتاريخ 18 فبراير 2009):  
المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية هو مؤسسة عمومية في المغرب مكلفة بحماية صحة المستهلك فيما يتعلق بالمنتجات الغذائية والمنتجات ذات الأصل الحيواني. ويتمثل دورها الرئيسي في ضمان سلامة الأغذية وضمان مطابقة المنتجات المعروضة في السوق لمعايير سلامة الأغذية. وبالتالي، يلعب المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية دوراً حاسماً في حماية صحة المستهلكين المغاربة من خلال ضمان سلامة الأغذية ومطابقتها للمعايير الصحية. وتساعد إجراءاته على الحد من المخاطر المرتبطة باستهلاك الأغذية الملوثة أو الخطرة وضمان جودة المنتجات الغذائية في السوق المغربية. وفي قطاع الخضار والفواكه، يلعب المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية دوراً أساسياً في مراقبة سلامة المنتجات في جميع مراحل السلسلة من خلال:

- معايير الجودة والسلامة: يضع المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية معايير محددة للجودة وسلامة الأغذية للفواكه والخضار. وتحدد هذه المعايير معايير الجودة والحجم والنضج والنظافة والسلامة التي يجب أن تستوفىها المنتجات حتى يتم تسويقها.
- مراقبة المبيدات: يراقب المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية وجود بقايا المبيدات في الخضار والفواكه لضمان عدم تجاوزها للحدود القصوى المسموح بها. ويتم أخذ العينات وتحليلها بانتظام.
- المراقبة في نقاط التجميع: أثناء التجميع والتسويق، يقوم المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية بمراقبة الإجراءات بإجراء عمليات مراقبة في نقاط التجميع، خاصة في أسواق الجملة، للتحقق من مطابقة المنتجات لمعايير سلامة الأغذية.
- النقل والتخزين: يراقب المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية أيضاً الظروف التي يتم فيها نقل وتخزين الخضار والفواكه لمنع أي تلوث أو تلف للمنتجات.
- مراقبة الحدود: يعمل المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية على الحدود لفحص المنتجات المستوردة والمصدرة والتأكد من استيفائها للشروط الصحية ومتطلبات الجودة. ويشمل ذلك التحقق من استخدام الأسمدة والمبيدات والمدخلات الزراعية الأخرى وفقاً للأنظمة الحالية.
- إدارة الإنذارات الصحية: في حالة وجود مشاكل تتعلق بسلامة الأغذية، يتخذ المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية إجراءات لإدارة الإنذارات الصحية وسحب المنتجات غير المطابقة للمواصفات من السوق وإبلاغ العموم.

■ القانون رقم 30-89 المتعلق بجبايات الجماعات المحلية وتجمعاتها (الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 1-89-187 بتاريخ 21 نونبر 1989): تشمل الضرائب والرسوم المفروضة لفائدة الجماعات الحضرية والقروية الرسم على المبيعات في أسواق الجملة وأسواق السمك. تستفيد الجماعات التي تتواجد بها هذه الأسواق من رسم يحسب على المبلغ الإجمالي لمبيعات الجملة التي تتم في الأسواق المذكورة. ويدفع البائع هذه الرسوم وقت البيع، ويجب دفعها فوراً إلى موظف الجماعة المسؤول عن تحصيلها.

■ **ينظم القانون رقم 13.94 المتعلق بالبيع بالكومة، الصادر في 22 فبراير 1994، بيع المنتجات الغذائية وغير الغذائية بالكومة في المغرب.** ويهدف هذا القانون إلى حماية المستهلكين من خلال ضمان جودة وسلامة المنتجات التي يشترونها بالكومة. وتنص المادة 2 من هذا القانون على أن "البيع بالكومة هو بيع المنتجات الغذائية أو غير الغذائية دون تليف"، وتحدد المنتجات الغذائية وغير الغذائية المعنية بهذه الممارسة، بما في ذلك الخضر والفواكه. يفرض هذا القانون الالتزامات التالية على البائعين بالجملة:

- المادة 5: يجب عرض المنتجات بطريقة تمكن المستهلك من التعرف عليها واختيارها.
- المادة 5: يجب عرض المنتجات بطريقة تمكن المستهلك من التعرف عليها واختيارها.
- المادة 6: يجب حفظ المنتجات في ظروف صحية مناسبة.
- المادة 7: يجب أن تتوفر لدى البائعين المواد والمعدات المناسبة للبيع بالجملة.
- المادة 8: يجب على البائعين الالتزام بقواعد النظافة والسلامة المعمول بها.
- المادة 9: يجب على البائعين إبلاغ المستهلكين بخصائص المنتجات التي يبيعونها.
- المادة 10: يجب على البائعين الاحتفاظ بسجل للمنتجات التي يبيعونها.
- المادة 11: يجب على البائعين الاستجابة لطلبات المستهلكين.
- المادة 12: الباعة هم المسؤولون عن الأضرار التي تلحق بالمستهلكين بسبب المنتجات التي يبيعونها.

■ **القانون رقم 12-112 المتعلق بالتعاونيات في المغرب، الصادر في 21 نونبر 2014، والذي يلغي ويحل محل القانون رقم 97-15 المتعلق بالتعاونيات الفلاحية والقانون رقم 10-83 المتعلق بالتعاونيات الاستهلاكية:** وهو ينطبق على جميع أنواع التعاونيات، بما في ذلك التعاونيات الفلاحية والتعاونيات الاستهلاكية وتعاونيات الخدمات والتعاونيات الحرفية ويهدف إلى تحديث القطاع التعاوني المغربي وجعله يتماشى مع أفضل الممارسات الدولية. ويستند القانون 12-112 إلى المبادئ الأساسية التالية:

- العضوية التطوعية مفتوحة للجميع;
- الإدارة الديمقراطية ;
- المشاركة الاقتصادية من قبل الأعضاء;
- الإدارة الذاتية والاستقلالية;
- التعليم والتدريب والمعلومات;
- التعاون بين التعاونيات.

وينص هذا القانون على أن إدارة التعاونية تتم بواسطة أعضائها. الاجتماع العام هو الهيئة العليا للتعاونية. ويجتمع المجلس مرة واحدة على الأقل في السنة للموافقة على الحسابات السنوية والميزانية والتوجه الاستراتيجي للتعاونية. مجلس الإدارة مسؤول عن إدارة التعاونية. ويتكون من أعضاء ينتخبهم الجمع العام. مجلس الإدارة أو الرئيس هو الهيئة التنفيذية للتعاونية. في نطاق القطاع الفلاحي، يوفر هذا القانون إطاراً تنظيمياً مصمماً لتعزيز تنمية القطاع الزراعي من خلال التعاون وتجميع الموارد بين الفلاحين. وبهذه الطريقة، فإنه يساعد على جعل المزارع أكثر قدرة على المنافسة والمرونة في مواجهة التحديات الاقتصادية والبيئية، من خلال تقديم عدد من المزايا: وصول أفضل إلى الأسواق وأسعار أكثر ربحية وخدمات مجمعة وتدريب أفضل وتحسين فرص الحصول على التمويل.

■ **القانون رقم 12.03 المتعلق بالقطاع الفلاحي والصيد البحري المشترك، الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 4.12.14 بتاريخ 27 شعبان 1443 (17 يوليوز 2012):** يحدد القانون الفلاحي والصيد البحري المشترك، وضعهما وأدوارهما ومهامهما وشروطهما وطرق عملهما وتمويلهما. يندرج هذا القانون في إطار تعزيز القطاعات الفلاحية. وتُعنى المهن المشتركة بين المهن بتجميع غير ربحي للمهنيين من نفس القطاع الفلاحي أو قطاع الصيد البحري. وهدفها هو تعزيز تنمية القطاع والدفاع عن مصالح أعضائها. وللتجمع بين المهن عدة مهام، بما في ذلك:

- الترويج لمنتجات القطاع.
- البحث والتطوير
- التدريب
- إدارة المخاطر
- التفاوض على الأسعار
- تمثيل القطاع لدى السلطات العامة

ويخضع إنشاء هيئة مشتركة بيمهنية لموافقة وزارة الفلاحة والصيد البحري، ويديرها مجلس إدارة مكون من ممثلين عن مختلف الفئات المهنية في القطاع. ينتخب المجلس رئيساً ولجنة تنفيذية. وتوفر الهيئات البيهنية عدداً من المزايا، بما في ذلك التنسيق الأفضل بين المهنيين في القطاع، والدفاع الأفضل عن مصالح المهنيين وتحسين القدرة التنافسية.

■ **القانون رقم 13-83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 1-83-108 بتاريخ 9 محرم 1405 (5 أكتوبر 1984):** يضع هذا القانون إطاراً قانونياً لمنع وزجر مختلف أشكال الغش التي قد تحدث خلال تسويق البضائع. وتتضمن المقتضيات الرئيسية لهذا القانون تدابير لحماية المستهلكين من المنتجات المقلدة أو المغشوشة، ولضمان مطابقة المنتجات لمعايير الجودة والسلامة، ومعاقبة المسؤولين عن الغش التجاري. يستثنى هذا القانون من نطاقه الخضار والفواكه التي تباع نيئة أو مخمرة أو فاسدة من الرقابة (المادة 15). ومن المرجح أن يؤدي هذا الاستثناء إلى الإخلال بالمنافسة، لأن المنتجات المقلدة نفسها تخضع للتفتيش، في حين أن المنتجات الطازجة لا تخضع للتفتيش، مما قد يؤدي إلى مشاكل في الجودة وسلامة الأغذية بالنسبة للمستهلكين.

■ **القانون الإطار رقم 12-99 الصادر بتاريخ 6 مارس 2014 بميثاق وطني للبيئة والتنمية المستدامة:** يهدف هذا القانون إلى وضع إطار قانوني لحماية البيئة وتعزيز التنمية المستدامة في المغرب. ويأتي هذا القانون استجابة للتحديات البيئية والاجتماعية التي تواجه المغرب، مثل التصحر والتلوث والفقر والتغير المناخي. وتتمثل أهداف القانون الإطار فيما يلي:

- الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.
- تعزيز التنمية المستدامة
- تحسين مستوى معيشة المواطنين
- مكافحة الفقر والفوارق الاجتماعية.

يجري حالياً تنفيذ القانون الإطار. وقد وضعت الحكومة المغربية عدداً من البرامج والمبادرات لتحقيق أهداف هذا القانون. غير أن تنفيذه يواجه العديد من التحديات، بما في ذلك:

- نقص الموارد المالية
- نقص القدرات المؤسسية
- نقص الوعي العام.

### ■ القانون رقم 28-07، الصادر بتاريخ 30 يوليوز 2010، المتعلق بالسلامة الصحية

**للمنتجات الغذائية بالمغرب:** يهدف هذا القانون إلى ضمان السلامة الصحية للمنتجات الغذائية في جميع مراحل السلسلة الغذائية، من الإنتاج إلى الاستهلاك. ويأتي هذا القانون استجابةً للمخاطر المتزايدة المرتبطة بسلامة الأغذية، مثل التلوث الميكروبيولوجي والتسمم الغذائي والأمراض المنقولة عن طريق الأغذية. وينطبق القانون على جميع المنتجات الغذائية، بما في ذلك المنتجات الأولية والمنتجات المصنعة والأعلاف الحيوانية. كما أنه ينطبق على جميع الفاعلين في السلسلة الغذائية، بما في ذلك المنتجين والمعالجين والموزعين ومموني الأغذية. ويتضمن القانون عدة أحكام، منها

- التزام الفاعلين في مجال الأغذية بوضع نظام للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية.
- الالتزام بإعداد إجراء لتتبع المنتجات الغذائية.
- الالتزام بوضع ملصقات على المنتجات الغذائية
- الالتزام بوضع نظام رسمي لمراقبة السلامة الصحية للمنتجات الغذائية
- إنشاء المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية (ONSSA)

بعد إنشاء المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية (ONSSA)، أصبح هذا الأخير مسؤولاً عن تنفيذ القانون.

### ■ ظهير (9 رمضان 1331) من قانون الالتزامات والعقود (ظهير 12 سبتمبر 1913):

ينص الفصل 497 على أنه "في حالة بيع الثمار على الأشجار ومنتجات البساتين والمحصولات قبل جنبها يتحمل البائع تبعة هلاك المبيع إلى تمام نضجه." ويترتب على ذلك بوجه عام ما يلي

- أولاً، يعني ذلك أنه إلى أن تنضج الفواكه أو الخضض نضجاً تاماً، يحتفظ البائع بمسؤولية ضمان صحتها وجودتها ونموها بشكل سليم. وقد يشمل ذلك حمايتها من الأمراض أو الآفات أو الأضرار البيئية التي يمكن أن تضر بالمحصول. ولذلك يجب على البائع أن يتخذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان سلامة المحصول حتى ينضج تماماً.
- ثانياً، يلقي هذا الأمر أيضاً مسؤولية على المشتري لحيازة المنتجات بمجرد وصولها إلى مرحلة النضج الكامل. وفي هذه المرحلة، تقع المخاطر المرتبطة بالمحصول، مثل التلف أثناء النقل أو التخزين، على عاتق المشتري. وعند هذه المرحلة تعتبر الصنفية مكتملة وتنتقل ملكية المنتج فعلياً من البائع إلى المشتري.
- وأخيراً، يسلط هذا القانون الضوء على أهمية التواصل الواضح بين أصحاب المصلحة في مثل هذه المعاملات. فمن الضروري أن يتم الاتفاق على شروط البيع، بما في ذلك مسؤوليات المخاطر والملكية، وفهمها من قبل جميع الأطراف منذ البداية. ويمكن أن يساعد ذلك على تجنب النزاعات المحتملة وضمان معاملة شفافة وعادلة لجميع الأطراف المعنية.

### ثالثاً : هيكل وتنظيم أسواق والخضر و الفواكه في المغرب

استندت دراسة الأداء التنافسي لأسواق الفواكه والخضر إلى نموذج الهيكل والسلوك والأداء ، وهو نموذج تحليلي يقدم مقاربة نسقية قادرة على تحديد العوامل المؤثرة على الأداء التوزيعي والسلوك التنافسي للقطاع. ووفقاً لهذا النموذج، يؤثر هيكل السوق على سلوك الجهات الفاعلة، الذي يحدد بدوره أداء القطاع، لا سيما فيما يتصل بالأداء التنافسي. ودمج هذه الأبعاد الثلاثة، يصبح من الممكن تحديد فرص التحسين وتطوير الاستراتيجيات الرامية إلى الاستفادة المثلى من هيكل وسلوك وأداء سلسلة التوريد في القطاع من أجل التغلب على العقبات المحتملة أمام المنافسة.

#### 1. هيكل العرض

##### 1.1 الهيكل الزراعي

لا يزال المشكل العقاري يشكل هاجساً أمام تنمية المزارع الحديثة في المغرب. ففي واقع الأمر، يتميز الهيكل الزراعي بالتجزؤ والتجزئة المفرطين للأراضي الفلاحية، والتي تتألف من الآتي ذكره:

- **المزارع الصغرى:** التي لا تتجاوز مساحتها هكتار واحد، وتمثل ما يقرب 8% من المساحة الإجمالية للأراضي الصالحة للزراعة، كما أنها تعتمد على أسلوب الإدارة التقليدي والأسري.
- **المزارع المتوسطة:** التي تتأرجح مساحتها ما بين 1 و5 هكتار، وتسيطر على بنية الأراضي في المغرب، كما أنها تمثل 70% من المساحة الإجمالية للأراضي الصالحة للزراعة.

- **المزارع الكبرى:** التي تتجاوز مساحتها 5 هكتاراً، وتمثل 22% من المساحة الإجمالية للأراضي الصالحة للزراعة، كما أنها تعتمد في تسييرها وتنظيمها على أساليب الإدارة الحديثة والمبتكرة.<sup>23</sup>

ويتضح مما سبق أن الغالبية الساحقة للمزارع في المغرب من الحجم الصغير والمتوسط. وتشكل الفلاحة المصدر الرئيسي لكسب الرزق للغالبية العظمى من الأسر، التي تعمل على زراعة مساحات صغيرة نسبياً من أراضيها. فضلاً عن ذلك، تتميز المملكة باختلاف أشكال الأنظمة العقارية بالمغرب، بما في ذلك نظام الملكية الخاصة والملكية الجماعية. فبعض الأراضي تعود في ملكيتها لأفراد معينين، والبعض الآخر تمتلكها مجموعات محلية<sup>24</sup>. تشرف على تسييرها. وفي هذا السياق الذي يمتاز بغياب وسائل قانونية كفيلة للحد من التجزئة المفرطة للأراضي الفلاحية، فإنه من الصعب تنفيذ استراتيجيات إنمائية متكاملة في ظل هيمنة المساحات الصغيرة المخصصة أساساً لزراعة الكفاف.

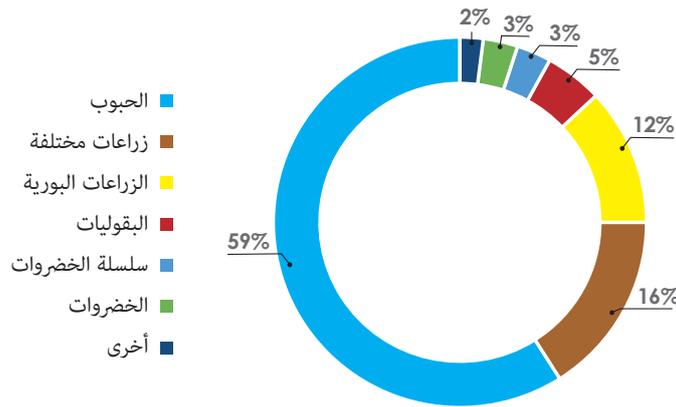
وإلى جانب ذلك، سمح هذا الهيكل باعتماد استراتيجيات مختلفة مثل استراتيجية تهيئة دوائر الري واستراتيجية استغلال الحد الأدنى من المساحات الزراعية. ولا تزال الإمكانيات المتعلقة بالسياسات الفلاحية، التي يمكنها أن تتعامل مع هذه الخاصية الهيكلية من خلال تطوير نماذج الاقتصاد التضامني للمزارع الصغرى، وأساليب التنظيم المهني (على غرار التجميع الفلاحي) حول المزارع المتوسطة الحجم. كما أن معالجة هذه المسألة تتطلب نهجاً شاملاً، بما في ذلك إصلاح الأراضي، وتكييف السياسات الزراعية، وتعزيز الممارسات المستدامة، وتأمين حقوق الأراضي، والتسيير الفعال للموارد الطبيعية. وتعد المشاركة النشطة للجهات الفاعلة، بمن فيها المزارعون والحكومات والمجتمع المدني والقطاع الخاص، أمراً حاسماً لإيجاد حلول مستدامة، لا سيما في قطاع الفواكه والخضر.

<sup>23</sup> يتعلق الأمر على سبيل المثال بالضيعات الفلاحية التالية Les Domaines: أو Delassus أو Arbor Holding

<sup>24</sup> تؤثر مسألة الإرث إلى حد كبير على هذا الهيكل لأنها تتسبب بشكل دائم في تقسيم الأراضي الفلاحية.

بمساحة إجمالية تبلغ حوالي 8.7 مليون هكتار، توفر الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال تنوعاً في الأنظمة الزراعية المناخية المواتية لإنتاج مجموعة واسعة من المنتجات الزراعية. يعكس السيطرة المطلقة للحبوب، التي تغطي 59% من الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال، وأراضي البور (12% من الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال)، فرصاً واسعة لتكثيف وإعادة توجيه الزراعة. ومع ذلك، يُلاحظ وجود اختلافات في الإنتاجية بين استخدامات الأراضي المختلفة: بينما تشكل الحبوب حصة كبيرة من الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال (59%)، فإن مساهمتها في القيمة الإجمالية للإنتاج الزراعي محدودة في حوالي 18% فقط. بالمقابل، تساهم الخضراوات، التي تمثل فقط 3% من الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال، بنسبة 21% في الإنتاج الزراعي الإجمالي. وتغطي الأشجار، بما في ذلك أشجار الزيتون، 16% من الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال. في بعض الأحيان، يتم توسيع زراعة الحبوب على الأراضي الهامشية، مما يجعل النشاط الزراعي أكثر هشاشة في هذه المناطق. تجعل السيطرة المطلقة للحبوب في الأراضي الزراعية القابلة للاستغلال من هذا القطاع قليل التنوع وبالتالي أكثر عرضة لتقلبات المناخ، مما يؤدي إلى تقلبات في الإنتاج ونمو القطاع.

الرسم البياني 9: توزيع المساحة الصالحة للزراعة حسب نوع المحصول

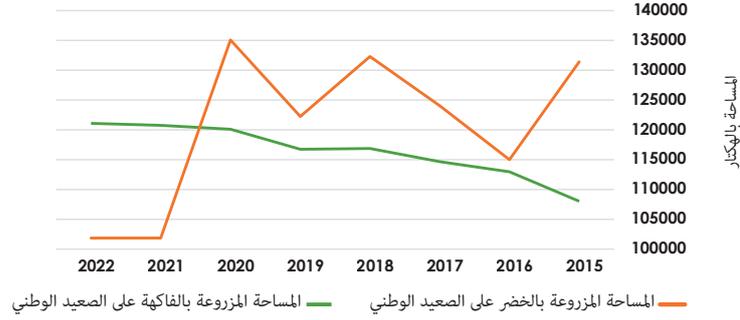


المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

ومن ناحية ثانية، شهدت زراعة وتعبئة الأراضي الصالحة للزراعة دينامية متناقضة من حيث الزمان والمكان. ففي الفترة الممتدة بين 2015 و2022، يوضح الرسم البياني رقم 10 تطور المساحة المزروعة بالفواكه والخضر، حيث تسجل المساحات المخصصة لزراعة الخضر منحا تناقصياً (هبوط واضح منذ سنة 2021)، في حين تسجل الأراضي المخصصة لزراعة الفاكهة اتجاهاً تصاعدياً، مع استقرار معين لزراعة الفاكهة مقابل تقلبات غير منتظمة، من سنة إلى أخرى، لزراعة الخضر. من الممكن أن يعود السبب في هذا التراجع إلى الاستثمار في الخضر لصالح الفاكهة من خلال تحكيم يستند إلى الربحية المتصورة. بحيث يجذب المنتجون بشكل متزايد إلى زراعة الفاكهة بسبب ربحيتها المرتفعة مقارنة بالخضر، سواء على مستوى السوق الوطنية أو على مستوى الصادرات<sup>25</sup>. إذ غالباً ما يتم بيع الفاكهة بأسعار عالية في السوق، وهو الأمر الذي يشجع الفلاحين على التركيز بشكل أكبر على إنتاجها.

<sup>25</sup> يعد التطور الأخير لقطاع الفاكهة الحمراء (الكرز والفراولة والتوت) مثلاً ممتازاً على ذلك.

### الرسم البياني 10: التطور السنوي للمساحة المخصصة لزراعة الفاكهة والخضار



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات..

المساحة المزروعة بالخضار على الصعيد الوطني - المساحة المزروعة بالفاكهة على الصعيد الوطني  
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

وبذلك، يحدد الهيكل الزراعي أحواض الإنتاج والتي هي عبارة عن مناطق جغرافية يتركز فيها نشاط فلاحي معين ويزدهر بسبب الظروف المناخية أو جودة التربة أو عوامل أخرى مواتية. ويعرض الجدول أدناه توزيع المساحة المزروعة حسب الجهة والمنتج الفلاحي، كما يحدد أحواض الإنتاج الرئيسية لهذه المنتجات على المستوى الوطني.

#### الجدول 1: الهيكل الزراعي حسب الجهة والمنتج الفلاحي (%)

الحوامض	الموز	التفاح	الجزر	البصل	الطماطم	البطاطس	
13%	0%	1%	5%	10%	1%	5%	بني ملال - خنيفرة
0%	0%	37%	6%	2%	1%	5%	درعة - تافيلالت
0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	الداخلة - وادي الذهب
4%	0%	28%	7%	34%	4%	18%	فاس - مكناس
0%	0%	0%	50%	24%	13%	20%	الدار البيضاء - سطات
0%	2%	0%	2%	0%	1%	0%	كلميم - واد نون
13%	0%	8%	7%	16%	8%	4%	مراكش - آسفي
17%	0%	2%	2%	1%	3%	6%	الجهة الشرقية
21%	46%	11%	11%	6%	13%	22%	الرباط - سلا - القنيطرة
31%	51%	1%	7%	1%	47%	3%	سوس - ماسة
1%	0%	3%	3%	6%	6%	17%	طنجة - تطوان - الحسيمة

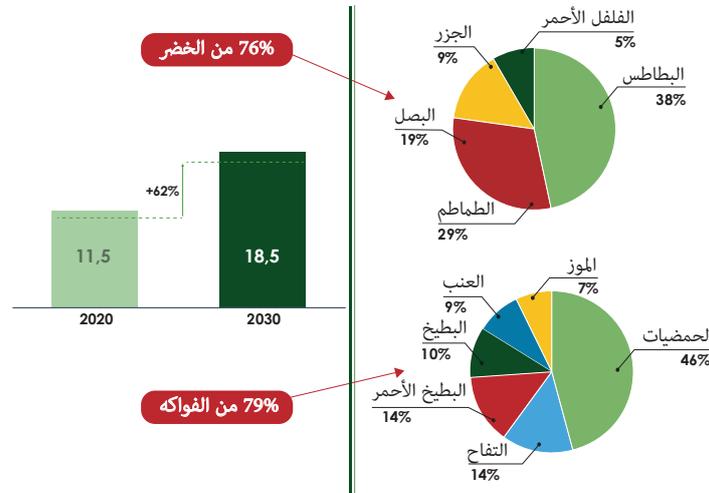
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

#### 1.2 هيكل الإنتاج الوطني من الفاكهة والخضار

يتمتع المغرب بمقومات واسعة في المجال الفلاحي، نظراً لموقعه الجغرافي المتميز وتنوع مناطقه البيئية (السهول الخصبة، والأراضي الرطبة، والمناطق الساحلية، والمناخات الصغيرة، والمناطق الجبلية،

والمناطق شبه القاحلة والقاحلة، والصحراء، وما إلى ذلك) مما يسمح بعرض متنوع للمنتوج الفلاحي. ويحتل قطاع إنتاج الفواكه والخضر مساحة تناهز 700 ألف هكتار، منها 460 ألف هكتار من مزارع الفاكهة (لا تشمل أشجار الزيتون<sup>26</sup>) و240 ألف هكتار من المحاصيل الخضرية. ويبلغ متوسط الإنتاج الإجمالي حوالي 11.5 مليون طن، منها ما يقرب من 4.2 مليون طن من الفاكهة وأكثر من 7.3 مليون طن من الخضر. وقد شهد هذا الإنتاج نمواً متواصلاً، إذ من المتوقع أن يصل إلى حوالي 18.5 مليون طن بحلول سنة 2030<sup>27</sup>، على أساس معدل نمو سنوي متوسط قدره 2.74%. وتشكل الخضر الأساسية (البطاطس والطماطم والجزر والبصل والفلفل) 76% من إجمالي إنتاج الخضر في حين تمثل الحوامض 46% من إجمالي الفاكهة المزروعة، يليها التفاح (15%)، والبطيخ (14%).

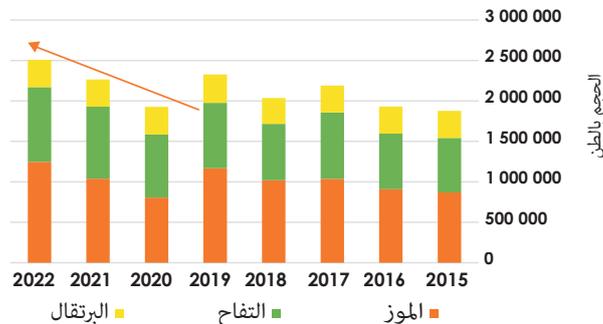
الرسم البياني 11: هيكل إنتاج الفاكهة والخضر (%)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

وفيما يتصل بإنتاج المحاصيل الفلاحية المختارة في الدراسة، سجل تطور الأحجام خلال الفترة الممتدة بين 2015 و2022 نمواً متواصلاً للفاكهة (التفاح والموز والبرتقال)، وذلك بصرف النظر عن مخلفات جائحة كورونا سنة 2020 على مستويات الإنتاج. غير أن القطاعات الثلاثة بدأت تعود إلى معدلات نموها ما قبل سنة 2020 وتسير نحو اتجاه تصاعدي.

الرسم البياني 12: التطور السنوي لإنتاج الفواكه الأساسية



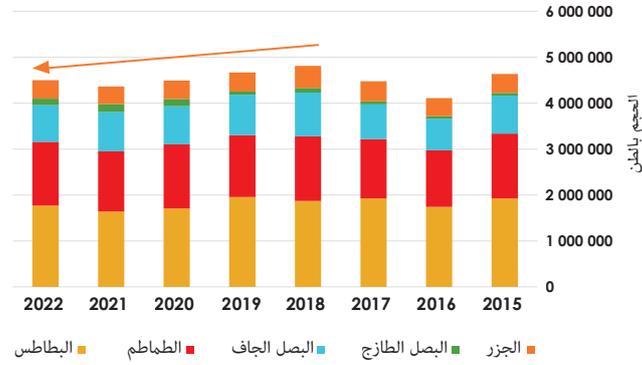
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

<sup>26</sup> تحتل أشجار الزيتون لوحدها مساحة تقارب 940 ألف هكتار.

<sup>27</sup> بالإشارة إلى الخطة الإستراتيجية "الجيل الأخضر" 2030-2020.

وفيما يتصل بإنتاج الخضار الأساسية، فيبدو ان الاتجاه التنازلي أخذ في الظهور منذ سنة 2018 قبل أن يسجل ارتفاعاً طفيفاً في سنة 2022، والذي لا يزال يتعين تأكيده في المستقبل. ويتمشى هذا الانخفاض مع المعايير السابقة للانخفاض المستمر في المساحات المخصصة لزراعة الخضار.

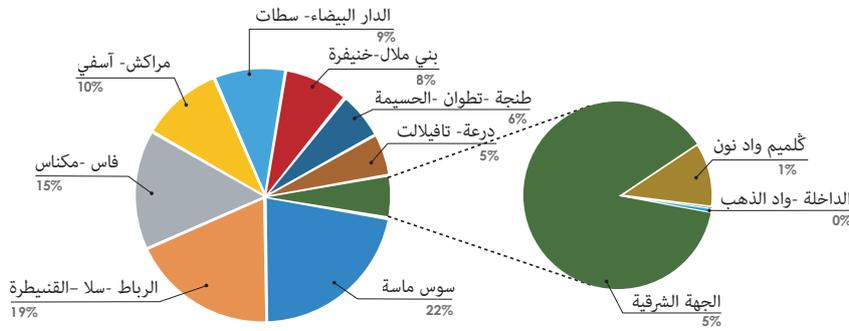
الرسم البياني 13: التطور السنوي لإنتاج الخضار الأساسية



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

وفيما يتصل بالتوزيع الجغرافي، تسيطر ست جهات على 83% من متوسط إنتاج الفواكه والخضار (بالطن). بحيث تغطي الجهات الثلاث سوس-ماسة والرباط-سلا-القنيطرة وفاس-مكناس لوحدها أكثر من 53% من الإنتاج. فضلاً عن ذلك، تسيطر عشرة أقاليم على 56% من متوسط إنتاج الفواكه والخضار (بالطن). 30% من الإنتاج يتم من خلال الأقاليم الثلاث التالية: اشتوكة - آيت باها والقنيطرة وتارودانت.

الرسم البياني 14: الهيكل الجهوي للإنتاج الوطني للفواكه والخضار (%)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

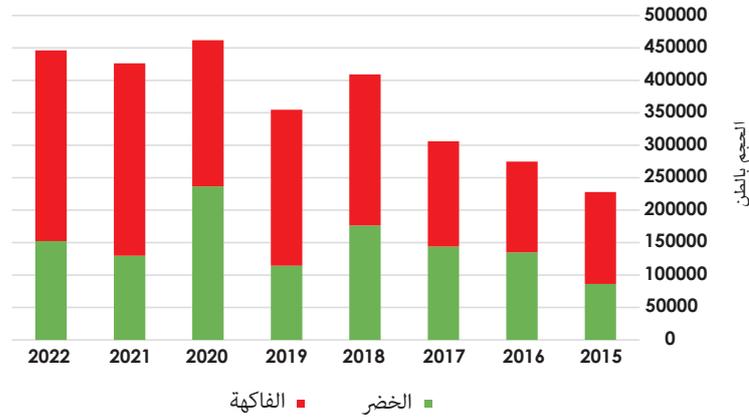
### 1.3 هيكل العرض الأجنبي للخضار و الفواكه

يغطي الإنتاج الوطني 96% من احتياجات والخضار والفواكه، كما أن الميزان التجاري لهذه المنتجات يشهد فائضاً. بحسب مكتب الصرف، بلغ إجمالي واردات المغرب من الفواكه والخضار سنة 2022 ما يقرب من 7 مليار درهم (+ 19% مقارنة بسنة 2021)، بينما بلغت الصادرات ما يقرب من 36 مليار درهم (+ 22.6% مقارنة بسنة 2021). إلا أن المغرب، على الرغم من أنه بلد فلاحى بامتياز، لا يزال يعتمد على واردات بعض المنتجات.

كما أن حجم واردات الفواكه والخضار ينمو باستمرار منذ سنة 2015 بمعدل سنوي متوسط قدره 11.3%. وبعد أن سجلت انخفاضاً في سنة 2019، انتعشت أحجام الواردات منذ عام 2020 إلى ما

يقارب 450 ألف طن في سنة 2022. ومن الناحية الهيكلية، تستحوذ الفواكه على نصيب الأسد من الواردات (60% في المتوسط). إلا أن الاستثناء الوحيد كان سنة 2020 (جائحة كوفيد 19) عندما مُنحت الأولوية لواردات الخضر على حساب الفاكهة.

الرسم البياني 15: التطور السنوي لواردات الفاكهة والخضر



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات مكتب الصرف.

وفيما يتصل بالمنتجات الطازجة، يعتبر الإجاص والموز من أكثر منتجات الفاكهة المستوردة من الناحية الهيكلية (49 ألف طن و18 ألف طن في 2022 على التوالي)، يليهما الكيوي والأناناس والأفوكادو والعنب الطازج. أما بالنسبة للخضر، تعد البطاطس المنتج الرئيسي المستورد بحجم يقارب 54846 طناً في سنة 2022، من ثم يتبعها البصل (1375 طناً).

## 2. هيكل الطلب

يبلغ حجم الاستهلاك الوطني للفاكهة والخضر حوالي 7 ملايين طن، ومن المتوقع أن يسجل ارتفاعاً بمعدل سنوي يبلغ 1.5% حتى حلول عام 2030، وذلك تماشياً مع متوسط معدل نمو سكاني الذي يبلغ 1.1%<sup>28</sup>. ينطوي هذا الاستهلاك على العديد من التفاوتات حسب الجهات والمنتجات ومنطقة الاستهلاك.

### 2.1. استهلاك الخضر

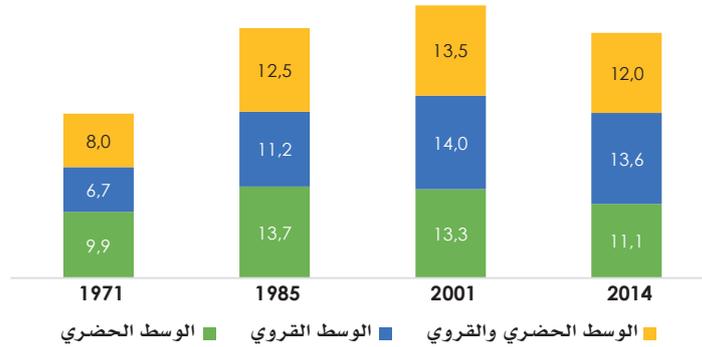
عموماً، ووفقاً لنتائج البحث الوطني حول نفقات واستهلاك الأسر لعام 2014<sup>29</sup>، تمتاز الحصة المخصصة للخضر<sup>30</sup> من الميزانية بتطور غير نمطي. فمن ناحية، سجل المتوسط الوطني زيادة حادة خلال الفترة الممتدة بين 1971 و1985، تلاه نمو معتدل خلال الفترة الممتدة بين 1985 و2001، قبل أن ينخفض حتى سنة 2014. ومن ناحية ثانية، انعكست الفجوة التي ميزت استهلاك سكان الحواضر للخضر خلال الفترة الممتدة بين سنة 1971 و1985 لصالح سكان المناطق الريفية في عام 2001. وزاد هذا الاتجاه في سنة 2014. وعلى الرغم من انخفاض حصتها في الميزانية سنة 2014، إلا أن الخضر لا تزال تحتل المركز الثالث في مقياس الميزانيات الغذائية. بعد اللحوم والحبوب (حيث يبلغ معامل ميزانيتها 23.5% و16% على التوالي).

<sup>28</sup> توقعات المندوبية السامية للتخطيط.

<sup>29</sup> دراسة استقصائية أجرتها المندوبية السامية للتخطيط ونُشرت نتائجها بتاريخ 2018/09/26.

<sup>30</sup> يشير هذا المصطلح هنا إلى مجموعة المنتجات "الخضر الطازجة والمجففة والمعلبة". ما لم يذكر خلاف ذلك.

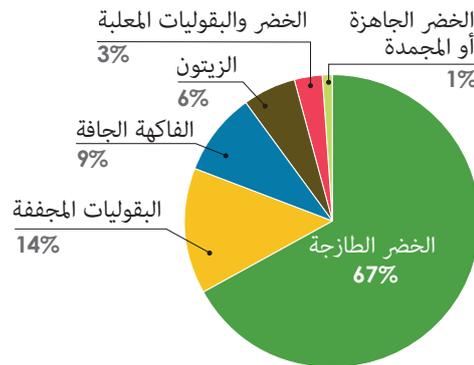
الرسم البياني 16: تطور معامل الموازنة المتعلق بمجموعة "الخضار الطازجة والمجففة والمعلبة"



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

إن مراعاة خصوصيات السلوك الغذائي للمغاربة تجاه مختلف أصناف الخضار، والتي من المحتمل أن تتأثر بطبيعة كل منها، تفرض الحاجة إلى تقسيمها إلى مجموعتين فرعيتين: الخضار الطازجة من ناحية، والخضار والبقوليات المعلبة والمجففة من ناحية ثانية. وتبين دراسة الطابع التمثيلي لهاتين المجموعتين الفرعيتين أن الخضار الطازجة تمثل 67.4% من إجمالي الميزانية المخصصة لمجموعة الخضار، في حين يتوزع الباقي بين البقوليات المجففة والخضار الجافة والأغذية المعلبة. ولا تتعدى البقوليات المجففة بجميع أصنافها مجتمعة نسبة 14% من الميزانية. كما تشكل الخضار الجافة، بما في ذلك البصل والثوم، 9% من الميزانية. والجدير بالذكر أن الأغذية المعلبة لا تحظى باهتمام كبير لدى المغاربة، حيث لا تمثل سوى 3% من الميزانية المخصصة للخضار. أما فيما يتصل بالتوزيع الجغرافي لهاتين المجموعتين، فإن الخضار الطازجة (69% في المناطق القروية و66.4% في المناطق الحضرية) والبقوليات الجافة (15.1% في المناطق القروية و 13.5% في المناطق الحضرية) هي التي تستحوذ على النصيب الأكبر في ميزانية المناطق القروية. بينما تشغل الخضار الجافة (9.8% مقابل 8.1% في المناطق القروية) والأغذية المعلبة (3.8% مقابل 1.8%) الحصة الأكبر في ميزانية سكان المناطق الحضرية.

الرسم البياني 17: هيكل مجموعة "الخضار الطازجة والمجففة والمعلبة" (%)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

كما هو شأن معظم المنتجات الغذائية، يتأثر نمط الإنفاق المتعلق بمختلف أصناف الخضار الطازجة بعدة عوامل، مثل توافرها في الزمان والمكان وكذا سعر الوحدة. لكن تشكل بعض الخضار نواة أساسية في المطبخ المغربي. وينطبق ذلك بشكل خاص على البطاطس والطماطم، والتي تسجل 25.1%

و19.5% على التوالي من إجمالي الميزانية المخصصة للخضر الطازجة. تسجل الخضر الجذرية والبصلية والدرنية، بجميع أصنافها المختلفة، معامل ميزانية يبلغ حوالي 20% في هذه المجموعة الفرعية. أما فيما يخص المجموعة الفرعية المتعلقة بالبقوليات المجففة والخضر الجافة والمعلبة، تمثل البقوليات المجففة بجميع أصنافها 43% من إجمالي الميزانية. في حين تمثل الخضر الجافة، المتمثلة في البصل الجاف والثوم، 28% من الميزانية المخصصة لهذه المجموعة الفرعية، مما يؤكد أن هذين الصنفين من الخضر يظلان المكونين الأساسيين في الوصفات اليومية للمستهلك المغربي.

الجدول 2: متوسط الإنفاق السنوي للفرد الواحد (بالدرهم الجاري) وهيكل (%) الإنفاق على الخضر حسب محل الإقامة

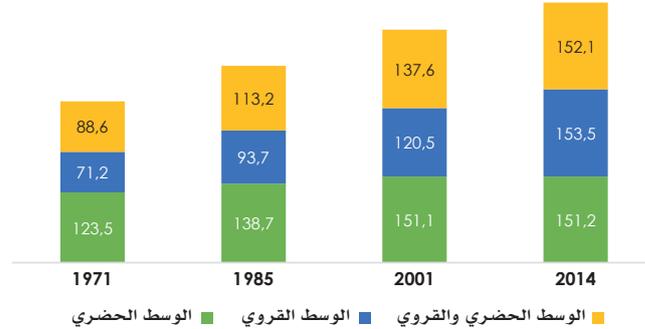
الوسط الحضري والقروي		الوسط القروي		الوسط الحضري		طبيعة المنتج
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
67,4	472,8	69,1	461,9	66,4	480,1	الفاكهة الطازجة
5,6	39,2	4,8	32,1	6,1	43,9	البقوليات الطازجة
13,2	92,3	14,1	94,3	12,6	91	الطماطم
16,9	118,7	17,9	119,6	16,3	118,1	البطاطس
13,5	94,5	16,2	108,2	11,8	85,4	الخضر الجذرية والبصلية والدرنية
6,8	47,7	5,8	38,6	7,4	53,8	النباتات الخضرية وأعشاب الطهي
10,2	71,4	10	66,6	10,3	74,6	الخضر المزروعة من أجل ثمارها
1,3	9	0,4	2,6	1,8	13,3	خضر متنوعة
32,6	228,7	30,9	206,5	33,6	243,5	الخضر والبقوليات المجففة والمعلبة
14,1	99,1	15,1	100,9	13,5	97,8	البقوليات المجففة
9,2	64,4	8,2	54,5	9,8	70,9	الخضر المجففة
3	21,2	1,8	11,7	3,8	27,4	الخضر والبقوليات المعلبة
6,1	43,1	5,9	39,2	6,3	45,6	الزيتون
0,1	1	0	0,1	0,2	1,6	الخضر الجاهزة أو المجمدة
100,0	701,5	100,0	668,4	100,0	723,6	المجموع

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

يعكس نموذج الإنفاق حسب مستوى المعيشة بصورة منهجية النمط التقليدي لتوزيع الدخل. ولذلك، فإن أغنى 20% من المجتمع ينفقون في المتوسط 1067.1 درهم للفرد الواحد سنوياً لشراء الخضر، في حين ينفق أفقر 20% من المجتمع 393.9 درهم، أي مرة أقل في القيمة المطلقة. وترتفع حصة ميزانية هذه المجموعة، كغيرها من المنتجات الغذائية، كلما انخفض مستوى المعيشة. إذ بلغت

9.9% للخُمس الأخير<sup>31</sup> (الربع الخامس) مقابل 14.9% للخُمس الأول (الربع الأول). وهذا يعكس إقدام الطبقات الاجتماعية الأكثر ضعفاً على استهلاك هذه المنتجات الحيوية.

الرسم البياني 18: تطور متوسط الاستهلاك السنوي للفرد من الخضار (بالكيلوغرام)



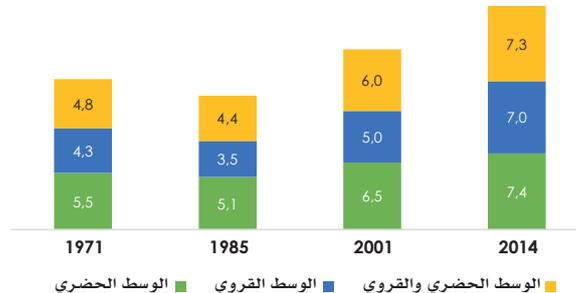
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

لا يتطابق تطور استهلاك الخضار من حيث الكمية مع تطور حصتها في الميزانية. بحيث سجل استهلاكها بالكيلوغرام اتجاهاً تصاعدياً منذ سنة 1971، على الرغم من تباطؤ هذا النمو خلال الفترة الممتدة بين 2001 و2014. وبين سنة 1971 وسنة 1985، ارتفعت كمية الخضار المستهلكة بمقدار 24.6 كيلوغرام، ثم بنحو 24 كيلوغرام بين عامي 1985 و2001، وأخيراً بمقدار 14.5 كيلوغرام بين عامي 2001 و2014. وعلى النقيض من ذلك، شهدت فجوة الاستهلاك بين الوسطين القروي والحضري انخفاضاً كبيراً بين عامي 1971 و2014، كما حدث تغيير في علاماتها. بحيث انتقلت من 52.3 كيلوغرام إلى 2.5 كيلوغرام (إذ أضحي سكان القرى مستهلكين أكثر من سكان الحواضر)، وبلغت القيم المتوسطة 45 كيلوغرام في عام 1985 و30 كيلوغرام في عام 2001.

## 2.2 استهلاك الفاكهة

يكشف تحليل تطور حصة الميزانية المخصصة لاستهلاك الفاكهة عن زيادة متواضعة منذ سنة 1985، بعد فترة من الركود الملحوظ منذ سنة 1971. إلا أن الفجوة القائمة منذ عام 1971 بين الوسط القروي والحضري اختفت عملياً في سنة 2014، مما يؤكد من جديد عن تقارب العادات الغذائية بين هذين الوسطين.

الرسم البياني 19: تطور معامل الموازنة المتعلق بالفاكهة



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

<sup>31</sup> الخُمس هو القيمة التي تصف التوزيع الإحصائي لمجموعة من البيانات. كل قيمة من القيم الأربع التي تقسم سلسلة إحصائية مرتبة إلى خمسة أجزاء متساوية هي شريحة خماسية 1. ويمثل الخُمس 20% من مجموعة سكانية معينة؛ وبالتالي تمثل الشريحة الخمسية الأولى الخُمس الأول من البيانات (1% إلى 20%)؛ في حين تمثل الشريحة الخمسية الثانية الخُمس الثاني (21% إلى 40%) وهكذا دواليك.

في سنة 2014، كلفت إمدادات الفاكهة ما متوسطه 427.7 درهم سنوياً للمستهلك المغربي، مسجلة بذلك زيادة سنوية بنسبة 6% مقارنة بسنة 2001. كما ارتفع معامل الموازنة المقابل من 6% في سنة 2001 إلى 7.3% في سنة 2014، مما يعكس اهتماماً متزايداً من المغاربة باستهلاك هذه المجموعة الغذائية الغنية بالألياف والفيتامينات والمعادن. وكان هذا التطور، شأنه في ذلك شأن الخضر، أكثر وضوحاً في الوسط القروي، الذين ارتفعت نفقاتهم بمقدار 2.6 مرة (من 131.6 درهم إلى 343.2 درهم للفرد في السنة). مما أدى إلى زيادة معامل الموازنة من 5% إلى 7% وزيادة سنوية قدرها 7.9%. كما قام سكان الحواضر بزيادة حصتهم في الميزانية المتعلقة بهذه المجموعة الغذائية، مع زيادة بنحو نقطة واحدة (0.9)، بينما تضاعف الإنفاق بمقدار 1.8 مرة (484.1 درهم مقابل 261.6 درهم)، مما أدى إلى زيادة سنوية في القيمة الحالية بنسبة 5%. وهكذا تقلصت الفجوة بين أنصبة سكان الحواضر والقرى في الميزانية بمقدار 1.5 نقطة لتصل إلى 0.4 نقطة بسبب هذا التطور المتباين.

الجدول 3: متوسط الإنفاق السنوي للفرد الواحد (بالدرهم الجاري) وهيكل (%) الإنفاق على الفاكهة

#### حسب محل الإقامة

الوسط الحضري والقروي		الوسط القروي		الوسط الحضري		طبيعة المنتج
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
16	68,5	16,4	56,4	15,8	76,6	الحوامض
43	183,8	49	168,1	40,1	194,3	الفاكهة التفاحية الطازجة
4,3	18,6	2,5	8,5	5,2	25,3	الفاكهة الطازجة ذات النوى
17,8	76,3	18,2	62,4	17,7	85,5	الفاكهة الجافة
5,4	23	5,2	17,9	5,5	26,4	الفاكهة الزيتية
8,4	35,8	5	17,1	10	48,3	الفاكهة الاستوائية
4,7	20,1	3,6	12,5	5,2	25,2	الفاكهة الجاهزة
0,3	1,4	0,1	0,2	0,5	2,2	فاكهة متنوعة
0,1	0,2	0	0,1	0,1	0,3	الفاكهة المخصصة للرضع
100	427,7	100	343,2	100	484,1	المجموع

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

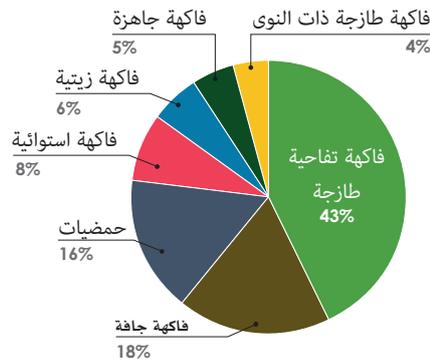
وفقاً للقاعدة التي يملئها مستوى المعيشة، تنفق الطبقة الاجتماعية العليا مبالغ كبيرة وتستهلك بكميات متزايدة. بمتوسط إنفاق سنوي قدره 969.9 درهم (يمثل 8.9% من الميزانية الغذائية) مقارنة بـ 123.8 درهم للفرد الواحد سنوياً (أي 4.7% من الميزانية الغذائية) بالنسبة للطبقة الاجتماعية الدنيا، وكذا استهلاك 125 كيلوغرام مقابل 26.9 كيلوغرام للفرد سنوياً، فالشخص الذي ينتمي إلى 20% من

الطبقة الغنية ينفق 7.8 مرة أكثر ويستهلك 4.6 مرات أكثر من الشخص الذي ينتمي إلى 20% من الطبقة العادية. إذ يتناقض هذا الأمر مع الخضر التي تستهلكها بشكل ملحوظ الطبقات الاجتماعية الأكثر حرماناً، وتزداد الميزانية المخصصة لاستهلاك الفواكه مع تحسن مستوى المعيشة، نظراً لكونها منتجات غير حيوية وتكميلية في النظام الغذائي.

يكشف التحليل حسب أصناف الفاكهة، والتي جرى تجميعها أيضاً في مجموعات فرعية وفقاً لنوع الفاكهة وطراوتها ومصدرها، أن المجموعة الفرعية المتعلقة بالفاكهة التفاحية (مثل البطيخ الأصفر والأحمر والعنب وما إلى ذلك) تستحوذ على النصيب المهم من الميزانية المخصصة للفاكهة (43%)، تليها إلى حد بعيد الفاكهة الجافة (17.8%) والحوامض (16%). في حين تمثل الفاكهة الاستوائية (مثل الموز والأناناس وما إلى ذلك) وفاكهة البذور الزيتية (اللوز والجوز وما إلى ذلك) والفاكهة ذات النوى (البرقوق والخوخ وما إلى ذلك) تمثيلاً متواضعاً، حيث تبلغ معاملات الميزانية على التوالي 8.4% و5.4% و4.3%. وتحظى الفاكهة المحفوظة (المربى، أو تلك المنقوعة في شراب وما إلى ذلك) بحصة في الميزانية لا تتجاوز 4.7%، في حين أن الفاكهة المختلطة والكومبوتات تقتصر على حصص متدنية جداً: 0.3% و0.1%.

خلال الفترة الممتدة بين سنة 2001 و2014، تباينت حصص الميزانية المتعلقة بمختلف المجموعات الفرعية إلى حد كبير. إذ سجلت الفاكهة التفاحية والفاكهة الجافة ارتفاعاً بمقدار 4.4 نقطة و1.4 نقطة على التوالي، بينما سجلت الحوامض والفاكهة الزيتية انخفاضاً بمقدار 3.7 نقطة و2.6% على التوالي. ويستهلك سكان البوادي الفاكهة التفاحية الطازجة (49% مقابل 40%) أكثر مقارنة بسكان الحواضر. يتقاسم سكان الحواضر الفرق بنسبة 9% بين الفاكهة الاستوائية (10% مقابل 5%)، والفاكهة ذات النوى (5.2% مقابل 2.5%)، والفاكهة المحفوظة (5.2% مقابل 3.6%).

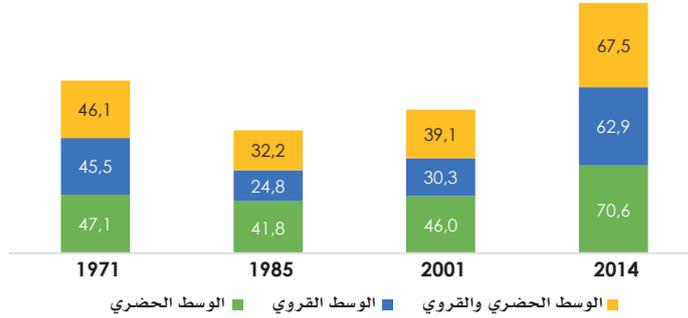
#### الرسم البياني 20: هيكل مجموعة الفاكهة (%)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط

وفقاً للبيانات المتاحة، انخفض متوسط الاستهلاك السنوي من حيث الكمية بمقدار 14 كيلوغرام خلال الفترة الممتدة بين سنة 1971 و1985 (من 46 كيلوغرام إلى 32 كيلوغرام للفرد الواحد سنوياً)، قبل أن ينتعش في سنة 2001 (ب 39 كيلوغرام) ويتضاعف في سنة 2014 (ب 67.5 كيلوغرام). في البداية عند ما يقرب من 1.5 كيلوغرام لصالح سكان المناطق الحضرية، زادت الفجوة بين الواسطين إلى 17 كيلوغرام في سنة 1985، ثم ظلت مستقرة تقريباً في سنة 2001 (في 16 كيلوغرام)، قبل أن تنخفض إلى 7.5 كيلوغرام في سنة 2014.

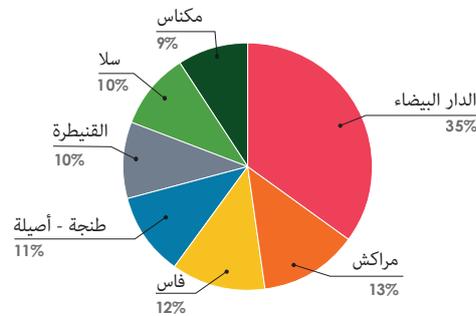
## الرسم البياني 21: تطور متوسط استهلاك الفاكهة السنوي للفرد الواحد (بالكيلوجرام)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

يكشف تحليل المجموعة الفرعية أن الفاكهة التفاحية والحوامض هي الأكثر استهلاكاً من قبل المغاربة، حيث تمثل 84.5% من إجمالي كمية الفاكهة المستهلكة. وتمثل الفاكهة ذات النوى، بوزن 38.55 كيلوغراماً للفرد الواحد، 57% من إجمالي استهلاك الفاكهة. ويرجع هذا الاستهلاك المرتفع إلى طبيعة هذه الفاكهة، مثل البطيخ الأصفر (16.6 كيلوغرام) والبطيخ الأحمر (7.4 كيلوغرام). وتأتي الحوامض، التي يبلغ إجمالي استهلاكها 18.63 كيلوغرام، في المرتبة الثانية، ويعزى أكثر من نصفها إلى البرتقال (10.3 كيلوغرام). وتتبع الفاكهة الاستوائية الحوامض باستهلاك قدره 3.5 كيلوغرام، بما في ذلك 3.2 كيلوغرام من الموز. وتستهلك الفاكهة الجافة في المتوسط بمعدل 3.2 كيلوغرام للفرد الواحد سنوياً، وهو ما يمثل 4.8% فقط من مجموع كمية الفاكهة المستهلكة. ونظراً لارتفاع أسعار الوحدة، على الرغم من أن معامل ميزانيتها هو ثاني أعلى معامل، فإن الفاكهة الجافة تحتل المرتبة الرابعة من حيث الكمية المستهلكة، والتي تتمثل بشكل رئيسي في التمر (2.51 كيلوغرام).

إن التوزيع الجغرافي للاستهلاك الوطني تحدده طبيعة الحال الكثافة السكانية. وهكذا، فإن أربع جهات تركز 60% من حجم الفواكه والخضر المستهلكة: الدار البيضاء الكبرى - سطات، والرباط - سلا - القنيطرة، ومراكش - آسفي، وفاس - مكناس. في المقابل، تركز سبع أقاليم على 30% من حجم الفواكه والخضر المستهلكة: الدار البيضاء ومراكش وفاس وطنجة-أصيلة والقنيطرة وسلا ومكناس. ويحدد هذا الهيكل مناطق الاستهلاك الرئيسية على الصعيد الوطني.

الرسم البياني 22: الهيكل الإقليمي للطلب على الفاكهة والخضر<sup>32</sup> (%)

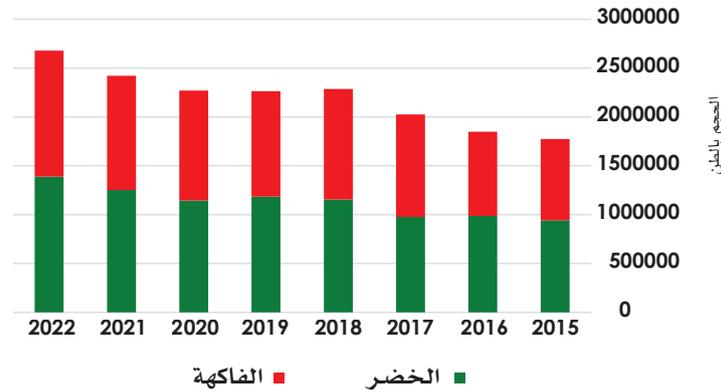
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات المندوبية السامية للتخطيط.

<sup>32</sup> توزيع 30% من الاستهلاك الوطني

### 3.2 الطلب الخارجي على الفاكهة والخضر

يتزايد حجم صادرات الفواكه والخضر بشكل مستمر منذ عام 2015. إذ يبلغ متوسط النمو السنوي 6.2% سنوياً. بعد أن سجلت استقراراً في النمو خلال الفترة الممتدة بين 2018 و2020، شرعت الكميات المصدرة في الارتفاع من جديد خلال الفترة الممتدة بين 2021 و 2022 لتصل إلى ما يقرب من 2.7 مليون طن. ومن الناحية الهيكلية، يصدر المغرب الخضر أكثر بقليل من الفاكهة (52% مقابل 48%).

الرسم البياني 23: التطور السنوي لصادرات الفاكهة والخضر<sup>33</sup>



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات مكتب الصرف.

في سنة 2022، شكلت الطماطم والحوامض وحدها 45% من صادرات الفواكه والخضر من حيث الحجم (740.661 طنًا و628.618 طنًا على التوالي). وتشتمل المنتجات البارزة الأخرى على البطيخ الأصفر والأحمر (342,195 طن) والفاصوليا والتوت (167,512 طن).

### 3. هيكل أسواق الجملة

تتألف الشبكة الوطنية الحالية من 38 سوقاً مهيكلاً للجملة خاص بالفواكه والخضر، مما يضمن تسويق أزيد عن 3.5 مليون طن (حوالي 30% من الإنتاج الوطني) من الفواكه والخضر سنوياً. يشتغل في هذه الأسواق ما يقرب من 4600 تاجر جملة و3700 منتج و374 وكيل، كما أنها تشغل حوالي 20000 شخص (الموظفون البلديون والوكلاء وتجار الجملة وغيرهم). وتولد هذه الأسواق مبيعات سنوية تزيد عن 7 مليار درهم وإيرادات جماعية سنوية تبلغ حوالي 350 مليون درهم من ضريبة المبيعات. وتعاني الشبكة الوطنية لأسواق الجملة من عدد من التفاوتات الملحوظة، سواء من الناحية الجغرافية أو من حيث الإدارة والتشغيل والموقع. وتظهر هذه التفاوتات أيضاً من حيث البنية التحتية والخدمات المقدمة، مما يثير تحديات كبيرة في تحديث هذه الشبكة وتطويرها.

### 1.3 الموقع الجغرافي

لا يتم توزيع شبكة أسواق الجملة بشكل موحد في المغرب. إذ توجد اختلافات كبيرة في تواجد هذه الأسواق حسب الجهات، حيث تتركز في مناطق معينة وتغيب عن مناطق أخرى. ويمكن أن يكون لهذا التفاوت الجغرافي انعكاسات على إمكانية وصول مختلف الجهات الفاعلة في سلسلة التوريد إلى المنتجات الطازجة، وكذا على القدرة التنافسية للأسواق المحلية. والواقع أن هناك تركز كبير

<sup>33</sup> ويتعلق الأمر بأقسام 07 (الخضر والنباتات والجذور والدرنات الصالحة للأكل) وأقسام 08 (الفاكهة الصالحة للأكل أو قشور الحوامض أو البطيخ) من تصنيف النظام المنسق لمكتب الصرف.

لهذه الأسواق في الجهة الشمالية الغربية، مما يؤدي إلى تغطية مجالية غير متكافئة تمثل 32% فقط من التراب الوطني. ومن السمات اللافتة للنظر لهذا الهيكل عدم المساواة في الحجم بين الأسواق. إذ يهيمن ثمانية منهم إلى حد كبير على المشهد، حيث يساهمون بما يقرب من 80% من إجمالي الحمولات المتبادلة عبر الشبكة بأكملها<sup>34</sup>. وتمثل الدار البيضاء وحدها، التي تعتبر منصة رئيسية لتجميع وتوزيع الفواكه والخضر، ثلث الإنتاج العابر للشبكة.

ومن أوجه القصور الرئيسية الأخرى ضعف التنسيق بين أسواق الجملة وأحواض الإنتاج من جهة، وأحواض الاستهلاك من جهة ثانية. ويضر هذا الأمر بفعالية تدفقات المنتجات، مما يؤدي إلى حدوث تأخيرات وخسائر وتكاليف لوجستية إضافية. وعليه فإن الشبكة الوطنية تتألف من الآتي ذكره:

• 32 سوقاً من أسواق المواد الغذائية، يتم إمدادها من مختلف الجهات لخدمة المستهلك المحلي والتي تتمركز في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية<sup>35</sup>؛

• 5 أسواق ذات طابع إنتاجي تتمركز في مناطق الإنتاج وتسمح بالتسويق الأولي للإنتاج من أجل توزيعه على الصعيد الجهوي أو الوطني. هذا فضلاً عن 3 أسواق من الحجم الكبير تسوق ما بين 200.000 إلى 400.000 طن من الفواكه والخضر سنوياً (ويتعلق الأمر بأسواق إنزكان وأولاد تيمة وبركان)، وسوقين من الحجم الصغير مخصصين للإنتاج الجهوي (ويتعلق الأمر بسوق عين تاوجطات وبوقنادل)؛

• منصة واحدة لتجميع و"شحن" الفواكه والخضر بالدار البيضاء، وتتمثل مهمتها في تجميع الفواكه والخضر المستوردة أو الواردة من مختلف جهات المغرب، وتوزيعها من أجل توريد كامل التراب الوطني.

وهكذا، فإن التوزيع الجغرافي لأسواق الجملة بالمغرب يخفي تفاوتات ضخمة. إذ تلعب التركيبة السكانية دوراً حاسماً في تحديد موقع الأسواق الاستهلاكية، ولكن لا بد من الاعتراف بوجود تركيز مفرط لأسواق الجملة في مناطق جغرافية محدودة للغاية. حيث يخلق هذا الوضع منافسة مباشرة بين هذه الأسواق ويتسبب في هدر للموارد. وفي الوقت ذاته، لا تزال بعض المناطق الأقل كثافة سكانية بعيدة جداً عن أي سوق للجملة، خاصة في النصف الجنوبي والشرقي من المغرب<sup>36</sup>. وعلاوة على ذلك، كثيراً ما تتمركز أسواق الإنتاج في المناطق المنتجة للفاكهة والخضر، إلا أن هذا التوزيع يعد غير كامل وغير متكافئ. فالعديد من المناطق، مثل مراكش وتانسيفت ودكالة والغرب والعرائش وتادلة، وهي مناطق منتجة بامتياز للفاكهة والخضر، لا تتوفر على أي أسواق إنتاجية.

### 2.3 طرق التدبير

على اعتبار أنها خدمة عمومية محلية تدرج ضمن نطاق الصلاحيات الذاتية للسلطات الترابية (الجماعات والجهات)، يمكن أن تدار أسواق الجملة وفقاً لاختيار لمجلس الجماعة الترابية، وذلك من خلال الموازنة بين مجموعة من أساليب التدبير المخصصة لهذه الأسواق، كما هو مبين في المصفوفة أدناه (انظر الجدول رقم 4): الإدارة، والتدبير المفوض، والتأجير، ومؤسسة التعاون بين

<sup>34</sup> الأسواق الرئيسية السبعة: إنزكان، وأولاد تيمة، وبركان (حيث تتراوح الكميات المتداولة السنوية بين 200.000 و400.000 طن)؛ مراكش، وفاس، وطنجة وتطوان (بين 100.000 و200.000 طن).

<sup>35</sup> إحداث أسواق للجملة في المنطقة الشمالية الوسطى بالمغرب: تتوفر 60% من أقاليم هذه المنطقة، والتي تمثل 77% من إجمالي السكان (أي 23,7 مليون نسمة)، على سوق استهلاكية.

<sup>36</sup> على سبيل المثال، لا توجد أسواق جملة في النصف الجنوبي من المملكة، ويوجد سوق جملة واحد فقط في الرشيديية بالجزء الشرقي.

الجماعات، وتجمع الجماعات الترابية، وشركة التنمية (المحلية أو الجهوية). وتشكل هذه المسألة جوهر ممارسة الجماعات الترابية لصلاحياتها، حيث تميز بين «امتلاك الاختصاص» و«امتلاك الكفاءة التسييرية». ولهذا منح المشرع الجماعات الترابية استقلالية قائمة على مبدأ الإدارة الحرة في تسيير الشؤون التي تدخل في نطاق اختصاصاتها، وذلك لأجل تحقيق الأداء المنشود. غير أنه من الضروري التمييز بين "أسلوب الإدارة" و "أسلوب الحكامة". ويركز هذا الأخير إلى حد ما على عدة معايير: التطوير الاستراتيجي لأسواق الجملة للفاكهة والخضر، والإدارة التشغيلية القائمة على النتائج، ونظام الرقابة الداخلية (نظام المعلومات، ولوحات المتابعة، وإدارة المخاطر، ومرجع المساطر، وتحسين التمويل، وتوحيد القطاع، وما إلى ذلك).

#### الجدول 4: مصفوفة طرق التدبير القابلة للتطبيق/المطبقة على أسواق الجملة

##### لخاصة بالفواكه والخضر

طريقة التدبير	المراجع	الرئيسية	الحالات القائمة
التدبير المباشر	القانون رقم 111.14 (المادة)	التدبير المباشر للمهارات والمهام الممنوحة لهم، وذلك اعتماداً على وسائلهم ومواردهم الخاصة.	92% من أسواق الجملة الخاصة بالفواكه والخضر
الإدارة المستقلة	مرسوم رقم 394-64-2 مؤرخ في 29 شتنبر 1964 يتعلق بالمكاتب الجماعية	مؤسسات عمومية تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي لتسيير مصلحة عمومية ذات طبيعة صناعية وتجارية. ويمكن إحداثها بمداولات المجلس الجماعي، واعتمادها بقرار من وزير الداخلية بعد موافقة الوزير المكلف بالمالية ووزير الأشغال العمومية أو الوزير المختص.	لا شيء
التدبير المفوض	القانون رقم 54.05 المتعلق بالتدبير المفوض للمرافق العامة	العقد الذي بموجبه يقوم شخص اعتباري بموجب القانون العام، يسمى "المفوض"، بتفويض، لفترة محددة، تدبير خدمة عمومية يكون مسؤولاً عنها أمام شخص اعتباري بموجب القانون العام أو الخاص، ويشار إليه باسم "المفوض له"، وذلك مقابل أداء مالي.	2 أسواق الجملة للفاكهة والخضر بطنجة وبني ملال
التأجير	قانون الالتزامات والعقود (القانون العام)	عقد تفويض الاستغلال، حيث تعهد فيه البلدية (المؤجرة) للفلاح (المستغل) باستغلال أرض معينة. ويحصل هذا الأخير على أجره من المحصول الزراعي ويدفع للمالك إيجاراً (مبلغ الإيجار) يتم الاتفاق على مبلغه مقدماً، وذلك بصرف النظر عن نتائج الاستغلال (الإيجار ثابت). إن مفهوم المخاطرة هذا يميز التأجير عن المشاركة أو الإدارة.	لا شيء
مؤسسة التعاون بين الجماعات	القانون رقم 111.14 (المادة 133)	يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وينشأ بموجب اتفاقية تصادق عليها المجالس الجماعية المعنية، ويتم التصريح به بموجب مرسوم صادر عن السلطة الحكومية المكلفة بالداخلية.	لا شيء
تجمع الجماعات الترابية	القانون رقم 111.14 (المواد من 141 إلى 144)	يجوز لجماعة واحدة أو أكثر أن تنشئ مع إقليم أو عمالة أو بالأحرى جهة معينة تجمعاً للجماعات الترابية، يكون الغرض منه إنجاز مشروع مشترك أو إدارة خدمة ذات مصلحة عمومية للتجمع. ويتمتع هذا التجمع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.	لا شيء

أسواق الجملة للفاكهة والخضر بالدار البيضاء	تخضع للقانون رقم 17.95 المتعلق بشركات المساهمة. ويمكن إحداثها بالشراكة مع الأشخاص الاعتباريين الخاضعين للقانون العام أو الخاص. ولا يجدر أن تقل مشاركة الجماعة أو مؤسسات التعاون بين الجماعات أو تجمع الجماعات الترابية في رأسمال شركة التنمية المحلية عن 34%. وفي جميع الحالات، يجب أن تكون الحصة الأكبر من رأس مال الشركة المذكورة مملوكة من قبل أشخاص اعتباريين خاضعين للقانون العام.	القانون رقم 111.14 (المواد من 133 إلى 135)	شركة التنمية المحلية
لاشيء	عقد محدد المدة، يعهد بموجبه شخص عمومي إلى شريك من القطاع الخاص بمسؤولية الاضطلاع بمهمة شاملة تتمثل في تصميم أو التمويل الكلي أو الجزئي أو بناء أو اصلاح أو صيانة و/أو تشغيل هيكل أو بنية تحتية أو توفير الخدمات اللازمة لتوفير خدمة عمومية.	القانون رقم 111.14 (المادة 83، 149 إلى 150) القانون رقم 113.14 (المادة) القانون رقم 86.12 المتعلق بعقود الشراكة بين القطاعين العام والخاص والمعدل بالقانون رقم 18.46	الشراكة بين القطاع العام والخاص
لاشيء	لم تعد الجماعة تحتكر إنشاء أسواق الجملة للفاكهة والخضر. إذ يتعلق الأمر بمعدات جماعية يصبح استثمارها مفتوحاً أمام المشغلين من القطاع الخاص وباقي الهيئات العمومية.	القانون رقم 111.14 (المادة 83)	شركة خاصة بالكامل

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة

إن نموذج تدبير سوق الجملة في المغرب، الموروث من إطار تنظيمي يعود تاريخه إلى سنة 1962 والذي تم تصميمه في البداية للجماعات الحضرية، أصبح اليوم عقيماً إلى حد كبير ويقوض جاذبية هذه الأسواق وسلاسة أدائها:

- في البداية، هناك اعتراض شديد على تطبيق ضريبة محددة في نسبة 7% على المبلغ الإجمالي لمبيعات الجملة. إذ تعتبر هذه الضريبة مبالغ فيها، لا سيما في ظل انخفاض مستوى الخدمات المقدمة في المقابل. وعلاوة على ذلك، فإن تطبيقها يختلف من سوق إلى آخر، مما يخلق اختلالات بين هذه الأسواق وغموضاً في إدارتها. كما يشجع هذا الوضع على ممارسة ادعاءات مضللة ويشجع على استخدام القنوات البديلة، مما يضر بشفافية السوق.
- ثانياً، يشير الحضور الإجباري للوكلاء من أجل تسيير عملية شراء وبيع الفواكه والخضر مشكلة عويصة. إذ يتم دفع أجور هؤلاء بنسبة مئوية من ضريبة المبيعات. لكن مع توقف مبيعات البيع بالمزاد العلني في أسواق الجملة والدور المحدود للوكلاء في تحصيل الضرائب، تصبح هذه الضريبة غير مبررة، ولم تعد تتوافق واحتياجات السوق الحالية.
- وأخيراً، يسفر الالتزام بالمرور عبر الأسواق الجملة عن الازدواج الضريبي عندما تمر المنتجات عبر عدة مدن قبل إعادة بيعها لتجار التسييط. وهذه الممارسة ليست عقيمة من الناحية الاقتصادية فحسب، بل إنها تثقل كاهل الفاعلين في القطاع بكثرة المساطر..

• والواقع أن تطبيق الإطار التنظيمي ليس موحدًا في جميع أسواق الجملة. بحيث لا تمثل ثمانية أسواق<sup>37</sup>، متمركزة في الأوساط القروية، للقوانين التنظيمية السارية. كما لا يوجد في هذه الأسواق وكلاء وقد استبدلت ضريبة المبيعات برسوم الدخول ورسوم الإشغال المؤقت للمتاجر، وهي عملية مماثلة للإيجار.

وباختصار، فإن طريقة الإدارة الحالية تؤثر سلباً على جاذبية أسواق الجملة، وتخلق حافزاً للممارسات غير المهيكلية واستخدام القنوات البديلة، فضلاً عن الفشل في تشكيل الأسعار بشكل شفاف عن طريق رفع التكاليف دون أن يكون ذلك مبرراً بالضرورة بنظير اقتصادي أو قيمة مضافة. ويولد سوء الإدارة هذا تفاوتات واختلالات في المنافسة بين الأسواق، فضلاً عن تفاوتات في الأداء بين مختلف الجهات.

### 3.3 المعدات والبنى التحتية المخصصة<sup>38</sup>

يمثل تقادم البنية التحتية لأسواق الجملة تحديًا كبيرًا. والواقع أن الأسواق الحالية تفتقر بشدة إلى الهياكل الأساسية والخدمات المقدمة، والتي تكون معدتها، في معظم الحالات، بدائية وسيئة الصيانة. كما أن الخدمات المقدمة في هذه الأسواق، وفقاً للمخطط الوطني لتوجيه أسواق الجملة الخاصة بالفواكه والخضار (وزارة الصناعة والتجارة) تعاني مما يلي:

- ما يقرب من 20% من الأسواق (7 أسواق) لا تتوفر على بنية تحتية (أراضي البور/في أحسن الأحوال أكواخ القصب)؛
- في 45% من الأسواق، تقتصر البنية التحتية على بلاط المبيعات المغطاة؛
- 63% من الأسواق لا يوجد بها متاجر فعلية لتجار الجملة؛
- 26% فقط من الأسواق تحتوي على مستودع أو ثلاجات؛
- قلة الخدمات الإضافية (خدمات تأجير الصناديق...);
- خدمات أساسية في حالة سيئة (المراحيض والمسجد والمقهى).

ووفقاً للمخطط الوطني لتوجيه أسواق الجملة الخاصة بالفواكه والخضار كما تم اقتراحه سنة 2010 وتحديثه في سنة 2019، فإن الظروف الصحية التي داخل أسواق الجملة تنذر بالقلق، مما يساهم في تدهور صاخر لجودة المنتجات المتبادلة هناك:

- تتعرض صيانة المرافق للإهمال بسبب المباني المتداعية والمتدهورة الناجمة عن نقص الصيانة. إذ غالباً ما تعاني من مشاكل إدارة النفايات؛
- من حيث التخزين، انعدام الغرف الباردة يؤدي إلى تخزين المنتجات في الهواء الطلق، وبالتالي تعريضها لتغيرات درجات الحرارة والملوثات الخارجية؛
- غالباً ما تتم تعبئة المنتجات بطريقة بدائية، حيث يجري تكديسها إما بكميات كبيرة أو في صناديق خشبية غير نظيفة. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الممارسة الشائعة المتمثلة في إخفاء المنتجات الرديئة تحت المنتجات الجيدة يمكن أن يزيد من تعريض سلامة المنتج للخطر.

<sup>37</sup> ويتعلق الأمر بإنزكان وأولاد تيمة وتارودانت وبركان وبوقنادل وإماتنوت وعين تاجطات والمحمدية.

<sup>38</sup> المصدر: وزارة الصناعة والتجارة، المخطط الوطني التوجيهي لأسواق الجملة الخاصة بالفواكه والخضار

- وختاماً، إن الضوابط الصحية غير كافية بسبب الافتقار إلى الموارد البشرية الكافية وتواتر التحقق من امتثال المنتجات لمعايير النظافة المعمول بها. فهذه الثغرة من شأنها أن تضر بشكل خطير بسلامة المستهلك وسمعة القطاع ككل.
- زد على ما سبق، كثيراً ما يثير الموقع والمساحة المخصصة لأسواق الجملة إشكالية مهمة، مع ما يترتب على ذلك من عواقب سلبية على أداء هذه الأسواق:
- حوالي 60% من الأسواق، أي ما مجموعه 23 سوق، تتموقع بشكل سيئ ومعزول أو في وسط المدينة أو حتى في قلب المناطق الصناعية. إذ يؤدي هذا الموقع غير المناسب إلى صعوبة ولوج شاحنات التوصيل، مما يعطل حركة المرور المحيطة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يتسبب ذلك في مشاكل التلوث والضوضاء للسكان، مما يضر بنوعية الحياة في هذه المناطق.
- ما يقرب من نصف الأسواق، أو 52% (20 سوق في المجموع)، مزدحمة ومكتظة، مع وجود مساحة غير كافية لتلبية احتياجات التجار. يؤدي هذا الاكتظاظ إلى ازدحام صارخ في المبنى، مما يجعل تخزين المنتجات وبيعها أمراً صعباً. وغالباً ما تتكدس البضائع في الهواء الطلق بسبب ضيق المساحة، وتتعرض لسوء الأحوال الجوية والتدهور السريع. بالإضافة إلى ذلك، يصبح التداول داخل الأسواق مشكلة، مما يعرض التجارة وسيولة المعاملات للخطر.

#### رابعاً : تحليل سلوك الفاعلين في قطاع الفاكهة والخضر بالمغرب

بعد أن تناولنا التحليل الهيكلي للأسواق ومكوناتها (العرض والطلب والسوق)، كان لزاماً علينا أن ندرس سلوك الفاعلين في هذا القطاع، وخاصة فيما يتعلق بتحديد الأسعار. إذ لا يتأثر هذا السلوك بهيكل القطاع فحسب، وإنما بعوامل أخرى، مثل استراتيجيات الجهات الفاعلة والظروف الاقتصادية وتفضيلات المستهلكين. وتختلف استراتيجيات الفاعلين في قطاع الخضر والفواكه حسب حجمهم ومكانتهم في القطاع وأهدافهم. أما فيما يتصل بالظروف الاقتصادية، فمن الممكن أن يكون لها تأثير على سلوك الفاعلين في القطاع، وخاصة فيما يتعلق بالسعر والطلب والمنافسة. كما يمكن أن يكون لتفضيلات المستهلكين تأثير على سلوك الفاعلين في هذا القطاع، لا سيما من حيث الجودة والسعر والديمومة.

##### 1. سلوك المنتجين

يحتل منتج الخضر و/أو الفواكه المرتبة الأولى في سلسلة قيمة المنتجات الطازجة، والذي يشكل سعر البيع رهاناً أساسياً بالنسبة له بقدر ما يمثله عائد إنتاجه. أو بعبارة أخرى، لا تقل إدارة التسويق أهمية عن إدارة الإنتاج من الناحيتين التقنية والزراعية. وبذلك، يجد المنتجون أنفسهم أمام خيارين اثنين: تفويض هذه المهمة إلى تعاونياتهم أو تجارهم، أو القيام بذلك بأنفسهم<sup>39</sup>. وكقاعدة عامة، يلزم على المنتجين إجراء موازنة دائمة بين مجازفتين ثابتين، وهما: انخفاض أسعار المنتجات غير المباعة (مجازفة من الدرجة الأولى) وخسارة الربح في حالة زيادة أسعار المنتجات المباعة (مجازفة من الدرجة الثانية)<sup>40</sup>:

- **مجازفة من الدرجة الأولى:** ويتعلق الأمر بالخطر المباشر الذي يدهم الفلاحين عندما يبيعون منتجاتهم بسعر أقل مما كان متوقعاً أو مأمولاً. ولأجل حماية أنفسهم، يعتمد المنتجون في غالب الأحيان

<sup>39</sup> في حالة ما إذا اختار المنتج قناة تسويق قصيرة، فيمكنه اختيار بيع محصوله مباشرة في أسواق بيع الفاكهة والخضر بالجملة أو بيعه عبر قنوات غير رسمية أخرى.

<sup>40</sup> في نظرية اللعبة، يمثل هذا المفهوم ما يسمى بمصفوفة التصفيات (مصفوفة المكاسب والخسائر)

على استراتيجية وقائية. والتي قد تشتمل على خفض الإنتاج لتجنب الفوائض، أو تنويع المحاصيل للحد من الاعتماد على منتج واحد، أو السعي للحصول على عقود آجلة لضمان سعر ثابت لجزء من إنتاجهم. وترمي هذه الاستراتيجية إلى تقليل الخسائر المحتملة في حالة انخفاض أسعار السوق.

• **مجازفة من الدرجة الثانية:** يرتبط هذا الخطر بخسارة الربح في حالة ارتفاع أسعار المنتجات المباعة. ويتعلق الأمر بالخطر غير المباشر الذي يدهم الفلاحين عندما يفوتون فرصة بيع منتجاتهم بسعر أعلى. وفي مثل هذه الحالات، يعتمد المنتجون على استراتيجية أكثر استباقية. والتي قد تشتمل على الحد من الإنتاج للاستفادة من ارتفاع الأسعار في المستقبل، أو التفاوض على العقود الآجلة لتثبيت الأسعار الحالية، أو البحث عن أسواق أو قنوات توزيع جديدة لتحقيق أقصى قدر من الأرباح المحتملة. وترمي هذه الاستراتيجية إلى اغتنام الفرص المتاحة لارتفاع الأسعار في السوق.

عملياً، وبغية التقليل من المخاطر إلى حد أدنى، يميل المنتجون إلى تفضيل مجازفة من الدرجة الثانية، على الرغم من أن مجازفة من الدرجة الأولى لا يتم التحكم فيه عمومًا بشكل جيد. كما أنه غالباً ما يحدد صغار الفلاحين، الذين يفتقرون للقدرة على التخزين وضعف الموارد المالية، مواعيد استباقية لإطلاق عمليات البيع حتى قبل الجني، وذلك من أجل تلبية احتياجاتهم الفورية من التدفقات المالية وتغطية سداد القروض أو تمويل تكاليف الإنتاج.

وعلاوة على ذلك، قد تتباين الإستراتيجية التي يعتمدها المنتج في تحديد أسعار الخضار والفواكه تبعاً لعوامل مختلفة، مثل العرض والطلب في السوق، وتكاليف الإنتاج، والظروف الجوية، والقوانين التنظيمية، والاستراتيجيات الفردية للمنتجين:

• **تكاليف الإنتاج:** يأخذ المنتجون في الحسبان التكاليف المتصلة بإنتاج الخضار والفواكه، مثل تكاليف المدخلات الزراعية واليد العاملة والمياه والطاقة. فهم غالباً ما يحددون أسعار بيع منتجاتهم بناءً على هذه التكاليف لضمان أقصى قدر من المردودية.

• **طلب السوق:** يراقب المنتجون بعناية طلب السوق الموجهة لمنتجاتهم. فعند ارتفاع الطلب، يصبحون قادرين على تحديد أسعار أعلى، بينما عند انخفاض الطلب، يضطرون إلى خفض الأسعار لبيع منتجاتهم.

• **المنافسة:** تؤثر المنافسة القائمة مع باقي المنتجين، المحليين والوطنيين على حد سواء، على تحديد الأسعار. إذ يجب على المنتجين مراعاة الأسعار التي يفرضها منافسهم حتى يظلوا قادرين على المنافسة في السوق.

• **أهداف المردودية:** يسعى المنتجون عموماً إلى تحقيق مستوى معين من الربحية لتغطية تكاليف إنتاجهم والاستثمار في تشغيلهم وتحقيق الأرباح. ولذلك يقوم المنتجون بتعديل أسعارهم وفقاً لهذه الأهداف واحتياجات التدفق المالي. وبالنظر لانخفاض مرونة العرض من حيث الأسعار (والذي تفسره حدود تخزين هذه المنتجات القابلة للتلف)، فإن تعويض المنتجين الفلاحيين يعتمد على الأسعار التي يمكن أن تتباين بشكل كبير.

• **العوامل الخارجية:** يمكن أن يكون للأحداث غير المتوقعة، مثل الظروف الجوية القاسية أو امراض المحاصيل أو التقلبات الاقتصادية، تأثير كبير على إنتاج الخضر والفواكه وأسعارها. إذ يجدر بالمنتجين أحياناً تعديل أسعارهم بناءً على هذه العوامل الخارجية.

وهكذا، فإن تحديد الأسعار من قبل منتجي الخضر والفواكه هو نتاج تقييم متغيرات متعددة. إذ يسعى المنتجون إلى إيجاد توازن بين زيادة العائد واستدامة نشاطهم، مع مراعاة القيود والمحددات السلوكية.

### 1.1 تكاليف الإنتاج بوصفها محدد رئيسي

تشتمل تكاليف الإنتاج بالنسبة للفلاحين على سلسلة من النفقات المرتبطة بزراعة منتجاتهم وحصادها وتسويقها. ويمكن أن تختلف هذه التكاليف اعتماداً على العديد من العوامل، بما في ذلك حجم المزرعة ونوع المحصول والموقع الجغرافي والممارسات الفلاحية المحددة. وتشتمل هذه التكاليف على الآتي ذكره:

• **المدخلات الفلاحية:** نفقات شراء مختلف المدخلات، مثل البذور والشتلات والأسمدة والمبيدات (المبيدات الحشرية ومبيدات الأعشاب ومبيدات الفطريات) ومنتجات حماية المحاصيل وغيرها.

• **اليد العاملة:** تشتمل على أجور العمال الفلاحيين الدائمين والموسميين، فضلاً عن التكاليف الاجتماعية المرتبطة بهم، مثل مساهمات التأمين الاجتماعي والمزايا الاجتماعية.

• **المعدات والآليات:** يشكل شراء واستئجار وصيانة المعدات الفلاحية، مثل الجرارات والحصادات وأدوات الحرث وغيرها، تكاليف كبيرة بالنسبة للفلاحين.

• **الري والطاقة:** يمكن أن تشكل التكاليف المرتبطة بري المحاصيل، بما في ذلك المياه والطاقة اللازمة لضخها، حصة كبيرة من نفقات الإنتاج، لا سيما في المناطق التي تكون فيها المياه نادرة أو باهظة التكلفة.

• **تكاليف استئجار الأراضي أو تكاليف الملكية:** كثيراً ما يضطر الفلاحون إلى دفع إيجار الأراضي الفلاحية أو تحمل تكاليف حيازة وامتلاك الأراضي التي يزرعونها.

• **النقل والخدمات اللوجستية:** تعتبر تكاليف نقل المدخلات الفلاحية إلى الضيعات وكذا نقل المنتجات المحصودة إلى الأسواق أو نقاط البيع من العناصر الهامة في تكاليف الإنتاج.

• **الإدارة والتنظيم:** يجب مراعاة التكاليف المتصلة بإدارة الضيعات، مثل التكاليف الإدارية والرسوم المهنية والتأمينات والضرائب.

• **باقي النفقات:** ناهيك عن النفقات المتصلة مباشرة بالإنتاج، قد يتكبد الفلاحون أيضاً نفقات أخرى مثل الاستثمارات في التكنولوجيا الفلاحية، والتدريب والتطوير المهني، ورسوم إصدار الشهادات العضوية وغيرها.

وخلاصة القول، إن تكاليف الإنتاج بالنسبة للفلاحين متنوعة ويمكن أن تتأثر بحصة كبيرة من إجمالي دخلهم. ولذلك، تعتبر الإدارة الفعالة لهذه التكاليف ضرورية لضمان المردودية الاقتصادية للضيعات الفلاحية. ويبين الجدول رقم 5 هيكل تكاليف إنتاج المنتجات الرئيسية.

الجدول 5: هيكل تكاليف إنتاج المنتجات الأساسية<sup>41</sup> (%)

التكاليف	البطاطس	البصل	الطماطم	الموز	التفاح	البرتقال
الأعمال الأرضية	1,5	3,0	غير متوفرة	0,6	5,7	1,5
السماد	4,8	5,0	16,2	14,4	11,7	12,5
البذور	32,4	5,0	10,5	غير متوفرة	غير متوفرة	غير متوفرة
المبيدات	4,3	3,0	14,9	11,5	20,8	27,4
الري	21,3	17,5	3,7	9,2	8,7	16,8
اليد العاملة	17,0	37,5	25,5	44,6	20,8	19,5
الطاقة	غير متوفرة	غير متوفرة	3,8	غير متوفرة	غير متوفرة	غير متوفرة
استئجار الأراضي	4,0	7,5	2,9	غير متوفرة	4,3	7,5
النفقات المالية	10,7	5,0	غير متوفرة	غير متوفرة	8,5	4,7
باقي التكاليف	4	16,5	22,5	19,7	19,4	10,1
المجموع	100%	100%	100%	100%	100%	100%

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

تمثل المدخلات (الأسمدة والبذور والمبيدات والري) وحدها ما متوسطه 53.2% من تكاليف الإنتاج. في حين تشكل نسبة اليد العاملة 31.3%. ويتم جمع الباقي من خلال التكاليف الهيكلية (استئجار الأراضي والتكاليف المالية وغيرها). وهذا إن دل فإنما يدل على أهمية تكاليف المدخلات الزراعية في تحديد الأسعار المدفوعة للمنتجين. بيد أنه بعد سنة 2020، وهي سنة اتسمت باضطراب كبير في سلاسل التوريد العالمية بسبب جائحة كوفيد 19، ارتفعت أسعار الأسمدة والمبيدات بشكل كبير: إذ انتقلت أسعار الأسمدة من واحد إلى ثلاثة أضعاف خلال سنة 2022 (الجدول رقم 6).

الجدول 6: تطور أسعار الأسمدة الأساسية قبل سنة 2020 وبعدها (بالدرهم/الكيلوغرام)

الزيادة	متوسط 2022	متوسط 2015-2019	
+9,6	3,9	3,5	NPK (14-28-14)
+24,3	3,4	2,7	NPK (10-20-10)
+168,8	8,3	3,1	الأمونيترات (33.5%)
+233,0	10,9	3,3	اليوريا (46%)

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

وفيما يتصل بتكلفة مياه الري، فمن الضروري التمييز بين الحزام الهيدروليكي (المكون من السدود) ومنسوب المياه الجوفية (الآبار). فبالنسبة للسدود، تخضع الفوترة للقوانين المعمول بها في كل نطاق للري من قبل المكاتب الجهوية للاستثمار الفلاحي<sup>42</sup>. وتشمل تكلفة المياه مشاركة الفلاح (في استثمار الدولة)، وتكاليف الطاقة اللازمة للتوصيل وكذا التكاليف الإضافية. غير أن فترات الجفاف الممتدة أدت إلى نقص حاد في الموارد المائية بالبلاد. ووفقاً للمخطط الوطني للماء، يستهلك القطاع الفلاحي

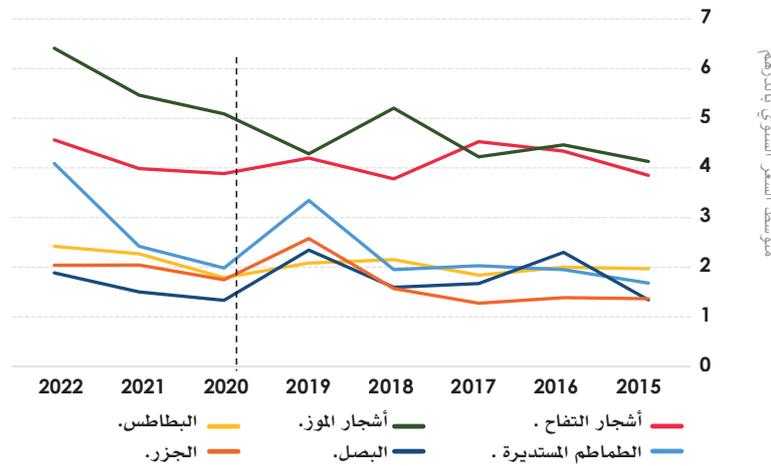
<sup>41</sup> تشير عبارة "غير متوفرة" إلى البيانات المفقودة. لأنه في هذا العمل المتمثل في إعادة تشكيل جدول هيكلية تكاليف المنتجات المهمة، لم يكن من الممكن قياس العديد من العناصر بسبب نقص البيانات.

<sup>42</sup> وبحسب الوزارة الوصية، فإن 70% من ميزانية وزارة الفلاحة مخصصة للتنمية المائية والأراضي الفلاحية.

عادةً خمس مليارات متر مكعب من المياه على أساس سنوي. إلا أنه منذ سنة 2008، لم يتجاوز هذا التخصيص 3.5 مليار متر مكعب، حتى خلال السنوات الجيدة. في سنة 2021، انخفضت هذه الحصة إلى 1.220 مليار متر مكعب فقط، مقارنة بـ 1.02 مليار متر مكعب في السنة الفارطة<sup>43</sup>. ويرجع هذا التراجع الجذري على وجه الخصوص في استخدام المياه إلى التقنين الحالي، الذي يمنح الأولوية لتوفير الماء الصالح للشرب<sup>44</sup> على حساب قطاع الخضار والفواكه. وجدير بالملاحظة في هذا الصدد أن بعض السدود التي كانت مخصصة في وقت سابق للري الفلاحي توفر اليوم الماء الصالح للشرب. ويعكس هذا التحول التحديات المائية التي تواجهها المملكة ويشدد على ضرورة إيجاد حلول مستدامة لضمان الوصول إلى الماء الشروب مع الحفاظ على الاحتياجات الفلاحية.

وقد أدى هذا التضخم العام في تكاليف الإنتاج إلى زيادة مهمة في الأسعار المدفوعة للمنتجين منذ سنة 2021. إذ يطالب المنتجون بشكل متزايد بأسعار مرتفعة من أجل تغطية جزء من هذا التضخم في تكاليف الإنتاج. ويوضح الرسم البياني أدناه التطور السنوي لهذه الأسعار منذ سنة 2015، حيث نلاحظ زيادة عامة في الأسعار ولكن بمستويات متباينة: زيادة واضحة في أسعار الموز (الفواكه) والبطاطم (الخضر).

الرسم البياني 24: تطور الأسعار المدفوعة لمنتجي السلع الأساسية



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات.

وإزاء هذا الوضع، تعهدت الحكومة بدعم القطاع بشكل فعال من أجل الحد من ارتفاع تكاليف الإنتاج. وقد أطلقت الحكومة مؤخراً برنامجاً بميزانية تبلغ حوالي 10 مليارات درهم بهدف التخفيف من تأثير الظروف الاقتصادية غير الملائمة واستعادة التوازن في سلاسل الإنتاج. وفي إطار هذا البرنامج، سيتم تخصيص ميزانية محددة بقيمة 4 مليارات درهم لحماية الرأسمال النباتي ودعم القطاعات الفلاحية. ويهدف هذا التخصيص على وجه الخصوص إلى دعم أسعار بعض المدخلات، مثل البذور والأسمدة، من أجل خفض تكاليف إنتاج مختلف الفواكه والخضار. وفي هذا السياق، سيتم منح الدعم، لا سيما لشراء بذور البطاطم، بتخصيص مليار درهم، وبذور البطاطم المعتمدة بتخصيص

<sup>43</sup> وفقاً لأرقام وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات، فمن بين 750 ألف هكتار مروية بالحزام الهيدروليكي، لم نصل اليوم إلا إلى 400 ألف هكتار، أي بانخفاض قدره حوالي 45%.

<sup>44</sup> على سبيل المثال، يهدف سد بني ملال، الذي يزود سد المسيرة لمدة أربع سنوات، إلى تزويد الدار البيضاء بمياه الشرب.

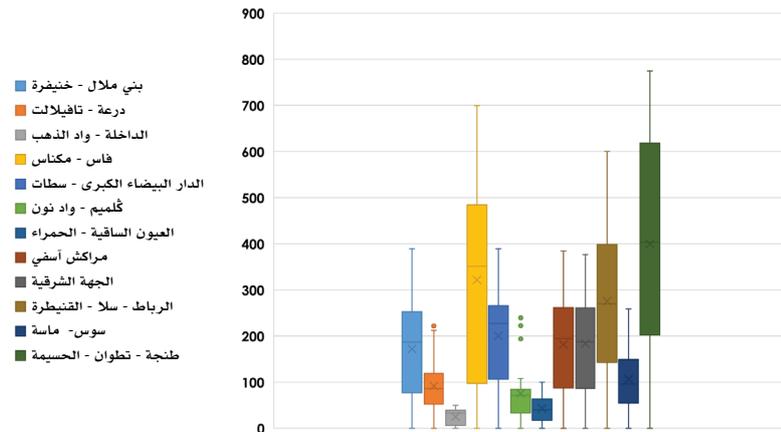
580 مليون درهم. كما سيتم تخصيص 120 مليون درهم أخرى لتخفيض تكاليف إنتاج البصل من خلال دعم شراء البذور. وأخيراً، سيتم تخصيص مبلغ 2.3 مليار درهم لدعم الأسمدة التي ارتفعت أسعارها نتيجة للوضع الاقتصادي الحالي. وتهدف هذه التدابير إلى دعم الفلاحين في القطاع وضمان استقرار أسعار المواد الغذائية الأساسية، مع تعزيز القدرة على الصمود في مواجهة التقلبات الخارجية.

## 1.2 الظروف المناخية بوصفها عقبة رئيسية

تلعب الظروف المناخية دوراً حاسماً في تحديد أسعار الخضار والفواكه، مما يعني أنها قد تؤثر تأثيراً مباشراً على الإنتاج وبالتالي على العرض. ويمكن للظروف الجوية المواتية، مثل درجات الحرارة المناسبة وكميات الأمطار الكافية، أن تساعد على وفرة الإنتاج الفلاحي، والذي ينتج عنه عادة زيادة العرض في السوق. وقد تمارس هذه الوفرة في العرض ضغطاً لخفض الأسعار، حيث يسعى المنتجون إلى التخلص من الفائض الإنتاج لتجنب الخسائر. أما في حالة الظروف الجوية غير المواتية، مثل الجفاف والعواصف والصقيع المتأخر أو موجات الحر، فإن الإنتاج الفلاحي قد يتضرر بشدة. فقلة العرض يمكن أن تؤدي إلى ارتفاع الأسعار، حيث يظل الطلب ثابتاً بشكل عام أو قد يزداد بسبب ندرة المنتجات في السوق.

وهكذا، تؤثر الظروف الجوية تأثيراً مباشراً على وفرة المنتجات الفلاحية، والتي تؤثر بدورها على الأسعار ودينامية السوق. إذ ينبغي على المنتجين (وكذا الموزعين والتجار) أن يعملوا على مراعاة هذه التغيرات والتكيف تبعاً لذلك من أجل التخفيف من آثار تقلبات الأسعار الناجمة عن الظروف الجوية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن تأثير الظروف الجوية على أسعار الخضار والفواكه ليس موحداً وقد يختلف تبعاً للموقع الجغرافي. والواقع أن الظروف الجوية يمكن أن تختلف بشكل كبير من جهة إلى أخرى، وبذلك يمكن أن تختلف التأثيرات على الإنتاج الفلاحي حسب مناطق الإنتاج. فالرسم البياني أدناه يوضح توزيع التساقطات المطرية حسب الجهات من يناير 2015 إلى غشت 2020. ويبدو واضحاً أن التساقطات المطرية تختلف من جهة إلى أخرى ومن سنة إلى أخرى. كما يمكن ملاحظة تفاوت في توزيع الأمطار بحيث تكون القيم الأقل من المتوسط هي الغالبة أكثر فأكثر، مما يشير إلى وجود اتجاه شديد نحو سوء الأحوال الجوية في عدة مناطق، ولا سيما في أحواض الإنتاج الرئيسية.

الرسم البياني 25: توزيع التساقطات المطرية حسب الجهات خلال الفترة الممتدة بين يناير 2015 وغشت 2020<sup>45</sup>



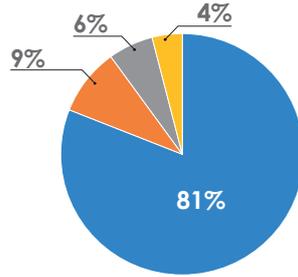
المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات

<sup>45</sup> ملاحظة: يستند هذا التشكيل إلى المربعات الطولية. الجانبان السفلي والعلوي من الصندوق هما الربعين السفلي والعلوي وبالتالي فإن المربع يغطي النطاق بين الأرباع، حيث تتموقع 50% من البيانات. يمثل الخط الأفقي الذي يقسم الصندوق إلى قسمين الوسيط. يمثل طرفا الخط الرأسي الحد الأدنى والحد الأقصى. يمثل التقاطع في المنتصف المتوسط (الذي لا يساوي دائماً الوسيط). تمثل النقاط فوق الحد الأقصى القيم القصوى.

ويظل تأثير الإجهاد المائي مثيراً للقلق بشكل خاص، لا سيما في المناطق التي تعتمد فيها الفلاحة إلى حد كبير على هطول الأمطار في الري. في الواقع، تعتمد نسبة لا تقل عن 81% من المساحة الصالحة للزراعة في بلادنا على الأمطار فيما يخص إمدادات المياه. ويزيد هذا الاعتماد من هشاشة القطاع الفلاحي في مواجهة التقلبات المناخية، مثل تواتر موجات الجفاف أو عدم انتظام هطول الأمطار، مما قد يؤثر على توفر المياه ويؤثر على الإنتاج الفلاحي.

وعلى الرغم من كمية الأمطار التي تهطل سنوياً في بلادنا، والتي تقدر بحوالي 29 مليار متر مكعب في المتوسط، إلا أن الإمكانيات المائية التي يمكن تعبئتها تظل محدودة في ظل الظروف التقنية والاقتصادية الحالية. هذا ولا يمكن استغلال سوى 20 مليار متر مكعب فقط من هذه الكمية الإجمالية، منها 16 مليار متر مكعب من المياه السطحية و4 مليارات متر مكعب من المياه الجوفية. تسلط هذه الأرقام الضوء على التحديات التي تواجه إدارة المياه، ولا سيما الحاجة إلى الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وتعزيز البنى التحتية لضمان التوزيع العادل والمستدام للمياه لأغراض الفلاحة بشكل عام، والقطاع بشكل خاص. ونتيجة لذلك، أصبح من الضروري وضع استراتيجيات أكثر فعالية ومرونة في إدارة المياه لمواجهة تحديات تغير المناخ وضمان الأمن الغذائي والتنمية المستدامة لزراعتنا.

الرسم البياني 26: توزيع المساحة الصالحة للزراعة المستخدمة حسب نوع الري<sup>46</sup>



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية القروية والمياه والغابات

### 1.3 الخدمات المالية كشرط من شروط ديمومة النشاط

يحتل هدف الربحية الاقتصادية مكانة محورية في القرارات المتخذة من قبل منتجي الخضار والفواكه، نظراً لحاجتهم الدائمة إلى موارد مالية من أجل تحسين أنشطتهم الفلاحية. وتستخدم هذه الموارد المالية لتغطية مختلف تكاليف الإنتاج، مثل شراء المستلزمات والمعدات الزراعية وتشغيل اليد العاملة اللازمة. ومن ناحية ثانية، فإن تحقيق الربحية يؤثر تأثيراً مباشراً على حصول المنتجين على التمويل. والواقع أن المؤسسات المالية تكون أكثر استعداداً لإقراض المنتجين الذين يتوفرون على خطة عمل قوية وأولئك القادرين على تحصيل الدخل وسداد القروض. وبالتالي، فإن المنتجين الذين يتمكنون من تحقيق مستوى معين من الربحية يتمتعون عمومًا بفرص أفضل للحصول على التمويل اللازم لتطوير نشاطهم.

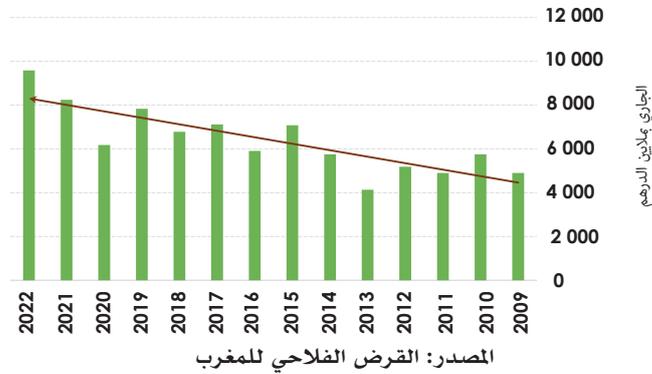
وبجانب ذلك، فإن هدف الربحية لا يؤثر على الاحتياجات التمويلية لمنتجي الخضار والفواكه فحسب، بل يؤثر أيضاً على إمكانية حصولهم على التمويل. ومن هنا يبدو واضحاً أن الولوج إلى القروض شرط لا غنى عنه لديمومة نشاط الفلاحين، ولا سيما أولئك النشيطون في قطاع الخضار والفواكه. غير أن العديد من الفلاحين، وخصوصاً أصحاب المزارع الصغرى أو الذين يعيشون في المناطق القروية

<sup>46</sup> PMH: هيدروليكية صغيرة ومتوسطة؛ GH: هيدروليكية كبيرة

النائية، قد يواجهون صعوبة في الحصول على قروض من المؤسسات المالية التقليدية بسبب عدم توفرهم على الضمانات أو بسبب المخاطر التي يتعرضون لها. وفي مثل هذه الحالات التي تتسم بعدم كفاية القدرة التمويلية، يلعب الوسطاء دور "البنكيين غير الرسميين" للمنتجين، مما يعزز عدم استقلاليتهم ويحدث اختلالات في سلوك تحديد الأسعار<sup>47</sup>.

لعبت دوماً مجموعة القرض الفلاحي للمغرب، منذ تأسيسها في سنة 1961، دوراً تاريخياً في تمويل الاستراتيجيات الفلاحية الوطنية، من خلال اشتغالها على تمويل وتطوير الفلاحة والصناعة الغذائية، وكذا تعزيز القطاع ككل وتشجيع التنمية القروية. وقد تم إصلاح هذه المؤسسة بموجب القانون رقم 15.99 المؤرخ في 11 نونبر 2003، القاضي بإصلاح الصندوق الوطني للقرض الفلاحي وتحويله إلى شركة مجهولة الاسم ذات مجلس إدارة جماعية، والذي حدد مهمتها الرئيسية في تمويل الفلاحة والأنشطة المتعلقة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية في المناطق القروية<sup>48</sup>.

### الرسم البياني 27: التطور السنوي للمبلغ المفرج عنه من لدن مجموعة القرض الفلاحي للمغرب



يوضح الرسم البياني أعلاه الجهود المبذولة من قبل المؤسسة المالية، التي كانت موارد المعبأة في إطار دعم الأنشطة الفلاحية في اتجاه تصاعدي منذ عام 2009<sup>49</sup>. كما تواصل مجموعة القرض الفلاحي للمغرب دعمها للدولة من خلال توفير سلف نقدي على مساعدات صندوق التنمية الفلاحية<sup>50</sup>، مما يتيح للمستفيدين تمويل مشاريعهم الفلاحية فور مصادقة وزارة الفلاحة والصيد البحري عليها ومباشرة بعد حصولهم على الدعم المالي.

تفعيلاً للتعليمات الملكية السامية الرامية إلى إعادة التوازن لسلاسل الإنتاج الحيواني والنباتي بالمملكة، وفي إطار التدابير المتخذة للتخفيف من آثار نقص التساقطات المطرية ومراعاة السياق الدولي، قررت الحكومة الزيادة في رأس مال مجموعة القرض الفلاحي بمقدار 1.35 مليار درهم، وذلك بصدد إنعاش مواردها لتمكينها من دعم القطاع مع احترام القواعد الاحترازية لبنك المغرب.

<sup>47</sup> لطالما كانت تربية الماشية، التي تصاحب النشاط الفلاحي، وسيلة التمويل والتدفق النقدي التي يعتمد عليها الفلاحون.

<sup>48</sup> وهو يعد في الوقت الراهن بنكاً شاملاً ومتكاملاً تمثل مهمته في الخدمة العمومية، ويهدف إلى أن يكون الذراع المالي للدولة لتنفيذ الاستراتيجيات الفلاحية الوطنية والقروية.

<sup>49</sup> وفقاً لأرقام القرض الفلاحي للمغرب، وكجزء من دعمه لمخطط المغرب الأخضر، فقد تجاوزت إنجازات المجموعة الأهداف المرسومة، إذ بلغت 71,5 مليار درهم مع نهاية سنة 2020، مقابل 45 مليار درهم المتوخاة أصلاً.

<sup>50</sup> صندوق التنمية الفلاحية هو مؤسسة مغربية، تأسست سنة 2008، بهدف دعم وتشجيع التنمية الفلاحية في المملكة. كما أنه يلعب دوراً حاسماً في تمويل المبادرات الرامية إلى زيادة الإنتاجية الفلاحية، وترويج المنتجات المحلية، وتعزيز القدرة التنافسية للقطاع وتحسين الظروف المعيشية لسكان المناطق القروية في المغرب.

غير أن القطاع المالي برمته مدعو للانضمام إلى حملة دعم القطاع الفلاحي. بحيث خلصت الدراسة التقييمية حول تمويل القطاع الفلاحي في المغرب، التي أعدها البنك الدولي بالشراكة مع بنك المغرب، إلى أن حصة مجموعة القرض الفلاحي تتراوح هيكلياً بين 84% و91% من مجمل الجهود المبذول لتمويل القطاع<sup>51</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، يعد التأمين في قطاع الخضر والفواكه مسألة حاسمة من أجل تطوير هذا النشاط. بحيث يمكن أن تؤثر المخاطر المناخية وأمراض المحاصيل والكوارث الطبيعية وغيرها من المخاطر بطرق ملحوظة على إنتاج الخضر والفواكه وتوزيعها وبيعها. إلا أن التأمين الفلاحي يمكن أن يوفر الحماية ضد هذه المخاطر من خلال توفير تغطية مالية في حالة فقدان أو تلف المحاصيل أو المعدات الزراعية. وهو ما يسمح للمنتجين والموزعين والجهات الفاعلة الأخرى في سلسلة التوريد بتدبير المخاطر وتأمين استثماراتهم. فضلاً عن ذلك، يمكن للتأمين أن يضطلع بدور مهم في تشجيع الاستثمار في القطاع الفلاحي من خلال توفير الضمان للمقرضين ضد الخسائر المحتملة، والذي من شأنه أن يسهل وصول الفلاحين والشركات الفلاحية إلى التمويل.

التعاضدية الفلاحية المغربية للتأمين، تأسست في سنة 1953، وهي شركة تأمين متخصصة في القطاع الفلاحي<sup>52</sup>، تسهر على تقديم مجموعة من منتجات التأمين المخصصة لتغطية المخاطر المتعلقة بالأنشطة الفلاحية، بما في ذلك التأمين على المحاصيل والحيوانات والممتلكات الزراعية، وغيرها من الخدمات المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات الفلاحين والمهنيين الفلاحيين. تعمل هذه المؤسسة في جميع أنحاء المغرب وتلعب دوراً جوهرياً في حماية الضيعات من المخاطر المناخية وأمراض المحاصيل وغيرها من المخاطر التي قد تؤثر على الإنتاج الفلاحي.

تقدم التعاضدية منتجاً مناخياً<sup>53</sup> متعدد المخاطر يغطي محاصيل الحبوب والبقوليات والبذور الزيتية، لكنها تواجه صعوبات في توسيع هذه التغطية لتشمل زراعة الأشجار والبواكر، ويرجع ذلك أساساً إلى نقص الإعانات الحكومية التي من شأنها أن تحقق للفلاحين مستوى رأس المال المرجو. فعلى الصعيد الدولي، غالباً ما يتم دعم أقساط التأمين من قبل الحكومات، بحيث انه في حالة التأمين الفلاحي، تنتشر مخاطر الكوارث الطبيعية، وتكون أقساط التأمين أعلى بشكل عام.

تطرح مسألة توسيع نطاق تغطية التأمين على جميع المخاطر التي تمنحها التعاضدية الفلاحية<sup>54</sup> لقطاع الخضر والفواكه تحديات كبيرة من حيث الميزانية وطريقة التوزيع. إذ سيكون مطلوباً زيادة الميزانية المخصصة لتوسيع نطاق التغطية وإدراج منتجات القطاع الحيوي في نظام التأمين الفلاحي. أما فيما يتصل بطريقة التوزيع، يمكن النظر فيها من خلال شراء البذور من شركة سوناكوس<sup>55</sup>. ومع ذلك، فإن هذا النهج يثير مخاوف بشأن البيع المتلازم والمنافسة الحرة في سوق البذور. لذلك كان لزاماً تحقيق التوازن بين الترويج لهذه المنتجات التأمينية (عند تقديمها) والحفاظ على التوازن التنافسي.

<sup>51</sup> وتجدر الإشارة إلى أن قطاع الفلاحة يمثل من 10 إلى 12% من الناتج الداخلي الخام، ولكنه بالكاد يتلقى 1% من التمويل البنكي.

<sup>52</sup> مبدأ التعاضدية: شركة للتأمين التبادلي دون أهداف ربحية وبدون مساهمين، حيث يدير زبناؤها، الذين يطلق عليهم اسم الأعضاء، مجلس الإدارة، يحق لهؤلاء الأعضاء الحصول على خصم من التعاضدية.

<sup>53</sup> يتعلق الأمر بالجفاف أساساً (90%)، وكذا بالفيضانات والبرد والعواصف وغيرها.

<sup>54</sup> لا تغطي ميزانية الدولة حالياً سوى 1.2 مليون هكتار من مساحة الحبوب، وهو ما لا يكفي للتعميم.

<sup>55</sup> الشركة الوطنية لتسويق البذور "سوناكوس"، التي تأسست في سنة 1975، هي شركة مجهولة الاسم ذات مجلس إدارة ومجلس مراقبة تحت وصاية وزارة الفلاحة.

يمكن أن يلعب المجمعون دوراً حاسماً في تعميم ونشر حلول التأمين المتعلقة بالخضار والفواكه. إن تسهيل حصول الفلاحين على منتجات التأمين هذه والعمل كوسطاء بين هؤلاء وشركات التأمين، يمكن أن يساعد المجمعين في التغلب على عوائق التوزيع وزيادة الوعي بفوائد التأمين الفلاحي.

## 2. سلوك الوسطاء في السوق<sup>56</sup>

في قطاع الخضار والفواكه، يلعب الوسيط دوراً محورياً في ضمان الصلة بين مرحلة الإنتاج المجزأة والمتفرقة في الزمان والمكان، ومرحلة البيع بالتقسيط حيث يتم بيع هذه المنتجات للمستهلك النهائي. والواقع أن آليات السوق، التي تكفل عادةً التقاء العرض والطلب، لا تعمل في هذه الحالة دون تدخل هؤلاء الفاعلين، لأن العرض يكون مجزئاً ومتفرقاً من حيث المكان بينما يكون الطلب مركزياً وموضعيًا. ولذلك يعمل هؤلاء الفاعلين على تحمل تكاليف التحصيل والنقل والتوزيع. إذ تساعد خبرتهم في التجميع واللوجستيك والتفاوض بشأن الأسعار على ضمان إمداد سوق التقسيط بالخضار والفواكه بطريقة موثوقة تتسم بالكفاءة والفعالية، وذلك لتلبية احتياجات المنتجين وتجار التقسيط. كما تتجلى مهمتهم في البحث عن السلع الهشة والطازجة وتوزيعها على أساس يومي حتى يتسنى لهم الاستجابة لاحتياجات مختلف زبائنهم، بمن فيهم الأسواق التجارية الكبرى والمتوسطة وبائعي الخضار والمتاجر المتخصصة والتموين الجماعي والتجاري والباعة المتجولون. كما يمكن أن يكونوا تجار جملة أو باعة متجولون أو سماسرة أو وسطاء أو وكلاء تجاريين أو غيرهم ممن يقدمون جميع الخدمات المتعلقة بالوساطة. ويشتمل نشاطهم على البيع بالجملة أو شبه الجملة، بما في ذلك المهام التجارية واللوجستية ومراقبة مطابقة البضائع والمالية. ولذلك يتأثر سلوكهم في هذه السلسلة بالعوامل الآتية ذكرها:

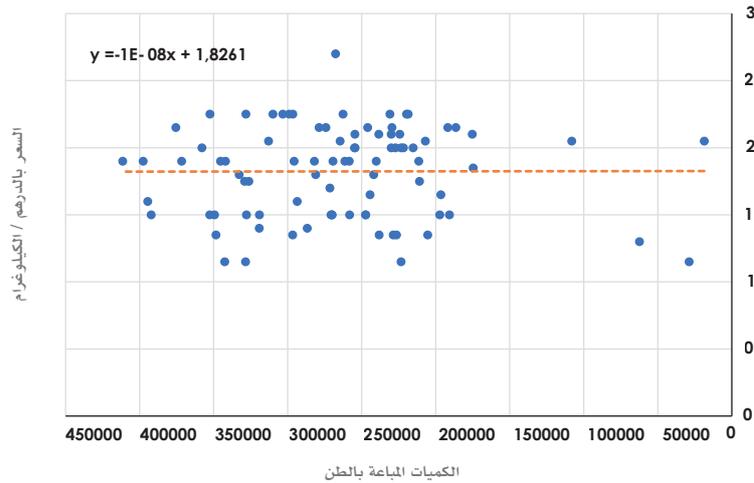
- **الشراء والتوريد:** يشتري هؤلاء الفاعلون الخضار والفواكه من المنتجين بكميات ضخمة في كثير من الأحيان، وذلك بغية توزيعها وإعادة بيعها لتجار التقسيط أو لزبناء آخرين. وبذلك يمكن أن يتأثر سلوكهم الشرائي بعوامل مثل الجودة والكمية والموسمية وأسعار المنتجات الفلاحية.
- **التخزين:** يجب أن يتوفر هؤلاء الفاعلون على مرافق تخزين مناسبة للحفاظ على الخضار والفواكه الطازجة في ظروف مناسبة، أهمها درجة الحرارة والرطوبة والتهوية. إذ يمكن أن تؤثر قدرتهم على تخزين المنتجات بفعالية على سلوكهم من حيث إدارة الإمدادات والاستجابة لطلبات السوق.
- **التوزيع والخدمات اللوجستية:** يقع على كاهل هؤلاء الفاعلين مسؤولية توزيع الخضار والفواكه على مختلف نقاط البيع، الأمر الذي يتطلب خدمات لوجستية فعالة لضمان التسليم السريع والأمن للمنتجات. وبذلك يمكن أن يتأثر سلوكهم في هذا المجال بعوامل مثل تكاليف النقل ومواعيد التسليم ومتطلبات الزبناء المحددة.
- **هامش الربح المستهدف:** غالباً ما يسعى هؤلاء الفاعلون إلى تحقيق هامش ربح مستهدف لضمان المردودية اللازمة لنشاطهم. إذ يحددون أسعارهم بناءً على هامش الربح المستهدف مع مراعاة العوامل الأخرى.
- **النفقات الإدارية:** يجب على الوسطاء (بما في ذلك تجار الجملة)، عند مرورهم بأسواق الجملة، دفع رسوم على أحجام مبيعاتهم. ولأجل ذلك، فإنهم يحسبون هذه التكاليف عند تحديد سعر المنتج.

<sup>56</sup> نشير هنا إلى جميع الجهات الفاعلة النشطة في المرحلة الوسيطة بين المنتجين والمستهلكين (السماسرة والباعة المتجولون وتجار الجملة وغيرهم).

- **العلاقة مع المنتجين وتجار التقسيط:** يقيم الوسطاء علاقات مع المنتجين من أجل توريد المنتجات الفلاحية ومع تجار التقسيط من أجل بيع المنتجات للمستهلك النهائي. وبذلك يمكن أن يتأثر سلوكهم في هذه العلاقات بعوامل مثل الثقة والولاء وجودة المنتج وشروط العمل المتفق عليها. وفي سياق سلسلة قيمة الخضار والفواكه، فإن التمركز الاستراتيجي للوسطاء بين المنتجين والمستهلكين يمنحهم قوة كبيرة في تحديد الأسعار. على الرغم من أنهم يلعبون دوراً حاسماً في توفير المنتجات، إلا أنهم يتدخلون بشكل أساسي في تحديد الأسعار. بحيث تؤثر قراراتهم وتدابيرهم بشكل مباشر على الأسعار في السلسلة بأكملها، بدايةً من الإنتاج وصولاً إلى البيع بالتقسيط. ولذلك فإن هؤلاء الوسطاء يمارسون قوة سوقية مهمة في تحديد أسعار الخضار والفواكه. وتنبع هذه القوة السوقية من عاملين رئيسيين:
  - **عدم مرونة العرض:** إن التجزئة المفرطة للأراضي الفلاحية (وبالتالي غياب وفورات الحجم)، والقيود المناخية، وصعوبات التخزين، وقابلية المنتجات للتلف، تجعل المنتجين غير قادرين على التحكم في الكميات للتأثير على الأسعار التي يتلقونها؛
  - **عدم مرونة الطلب:** بسبب طبيعتها كمنتجات أساسية، وفي غياب بدائل مباشرة، يجد المستهلك نفسه مضطراً لشراء هذه المنتجات بغض النظر عن مستوى أسعارها، مما يؤدي إلى انخفاض تجاوب الطلب لتغيرات الأسعار.

يوضح الرسم البياني رقم 28 مرونة الأسعار في علاقتها بالكميات المباعة في أسواق الجملة للفاكهة والخضار (الجزر نموذجاً). والواقع أن الاتجاه الأساسي لهذه العلاقة (بين الأسعار والكميات المباعة) يميل إلى تأكيد فكرة أن أسعار الجملة تحدد بشكل مستقل عن الأحجام المباعة، مما يعكس قوة السوق في هذه المرحلة<sup>57</sup>. في الوقت الذي لا يمكن أن يتغير فيه الطلب بشكل كبير من يوم إلى آخر، فكون الكميات تتغير بينما تظل الأسعار مستقرة نسبياً يعكس القدرة التفاوضية لتجار الجملة، الذين يعملون كمتحكمين في الأسعار، بينما زبائنهم ومورديهم هم من يتلقون الأسعار.

الرسم البياني 28: مرونة أسعار الجزر في سوق الجملة<sup>58</sup>



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات سوق الجملة بالدار البيضاء

<sup>57</sup> تجدر الإشارة إلى أن الرسم البياني تم إعداده بمتوسط الأسعار، بين الحد الأقصى للسعر والحد الأدنى للسعر، مما قد يفسر الاختلافات حول الاتجاه.

<sup>58</sup> ملاحظة: يمثل هذا الرسم البياني الكميات المباعة (بالطن) والأسعار اليومية المسجلة للجزر في سوق الجملة بالدار البيضاء خلال أشهر نونبر وشتنبر وأكتوبر 2020، وشتنبر 2021، وأبريل 2022.

وبصرف النظر عن امتلاكهم لقوة سوقية مهمة وعن قدرتهم على تحديد الأسعار، فإن وجود جهات وسيطة متعددة في قناة التوزيع (تجار الجملة، تجار نصف الجملة، وكلاء العمولة وغيرهم) يثير الانتقاد بسبب افتقارها إلى الهيكلية وتأثيرها على الأسعار المعروضة على المستهلك النهائي. بحيث يضيف كل فاعل هامشه الإجمالي إلى سعر الشراء، والذي يمكن أن يمثل جزءاً كبيراً من السعر الذي يدفعه المستهلك (انظر أدناه).

### 3. سلوك بائعي وتجار التقسيط

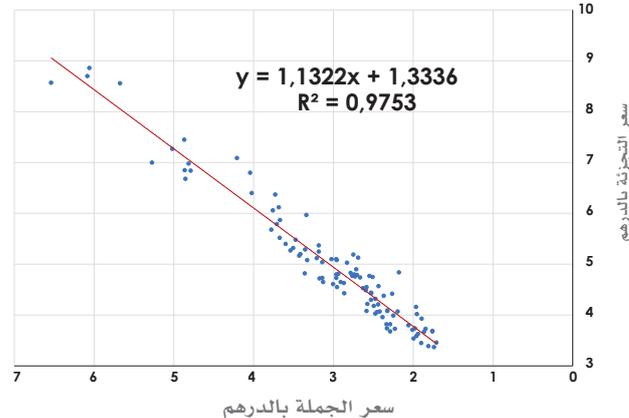
يشترى بائع التقسيط الخضار والفواكه وفقاً لاحتياجاته ويبيعها بالتقسيط (للوحدة أو بكميات صغيرة) لزبائنه. يقدم البائع طلبه لتاجر جملة في أسواق الجملة أو يشتري مباشرة من منتج أو أكثر (مزارعي الخضار والفواكه). كما أنه يحرص في اختياره تمام الحرص على تحقيق أعلى جودة بأفضل سعر. وبحسب المواسم، يبيع الفاكهة (العنب والبرتقال والليمون والبطيخ والخوخ والإجاص والكرز) والخضار (الهلين والجزر والفجل والشمندر والسلطة) بدون تغليف. وفي بعض الحالات المحدودة، يستطيع بيع بعض المنتجات المعبأة: سواء في علب (الفاولة)، أو في شبكات (الثوم والبصل والبطاطس)، أو في أغشية واقية (التوت)، أو في أكياس بلاستيكية (لتفاح). وبحسب حجمها (متجر، عربة، بائع متجول، إلخ). يعمل بائع التقسيط بمفرده أو في مجموعة أو خارج الأسواق أو داخل المتجر.

في استراتيجية التسعير الخاصة بهم، يسعى تجار التقسيط إلى تغطية تكاليف التوريد والنفقات التشغيلية مع تحقيق دخل مستقر. وعلى وجه الخصوص، يحاول تجار التقسيط الصغار (تجار التقسيط المتجولون) في غالب الأحيان إلى تحقيق الحد الأدنى لصافي هامش الربح اليومي، وذلك بغض النظر عن رقم المبيعات المحقق. ومن الملاحظ أنه في سوق التقسيط هناك توافق معين في الأسعار المطبقة، لا سيما على مستوى تجارة القرب. وتروم هذه الممارسة عموماً فرض نفس السعر تقريباً أو أقل منه على المنافس الأكبر (على سبيل المثال، الاسواق اليومية)، مع إيلاء الاهتمام للاعتبارات الأخرى: الطبقة الاجتماعية للزبناء والموقع وشروط البيع والرسوم الهيكلية المتكبدة.

ومع ذلك، تظل السمة الرئيسية لسلوك التسعير لدى تجار التقسيط الترابط مع سعر الجملة. وفي واقع الأمر، فإن مسألة انتقال الأسعار بين مرحلة البيع بالجملة ومرحلة البيع بالتقسيط تقع في صميم اشكالية تحديد الأسعار. إلى جانب ذلك، تسمح الصلة بين أسعار الجملة والتقسيط بتحديد هذه العوامل المحددة المرتبطة بسلسلة القيمة، والتي تساهم اختلافاتها في الدينامية المعقدة لأسعار الخضار والفواكه. ومن أجل توضيح هذه الصلة، يعرض الرسم البياني رقم 29 هذه العلاقة (الطماطم المستديرة نموذجاً).

### الرسم البياني 29: العلاقة بين سعر الجملة وسعر التقسيط للطماطم المستديرة

(خلال الفترة الممتدة بين 2015 و2022)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الداخلية

تشير قيمة معامل الارتباط (هنا 97.5%) إلى أن العلاقة بين سعر التقسيط والبيع بالجملة تميل إلى أن تكون خطية<sup>59</sup>. وتبين أن معيار هذه العلاقة الخطية (الذي يأخذ هنا قيمة 1.13) أعلى بكثير من 1، مما يعني أن الهامش الإجمالي للبيع بالتقسيط لا يمكن اعتباره ثابتاً<sup>60</sup>، لأن عنصرًا يتناسب مع سعر الجملة يضاف إلى الهامش الثابت. يعتبر هذا العنصر إيجابياً في حالة المنتجات الأساسية (البطاطس، الطماطم، البصل والجزر): عندما ترتفع أسعار الجملة، يميل هامش الربح الإجمالي لتجار التقسيط إلى الزيادة أكثر، مما يؤدي إلى تضخيم تأثير التغيرات القوية في الأسعار الأولية على السعر النهائي. ومن ناحية ثانية، يكون هذا العنصر سلبياً في حالة منتجات الفاكهة (بمعامل ارتباط أقل من 1)، مما يؤدي، في هذه الحالات، إلى تخفيض الهامش الثابت بنسبة تتناسب مع سعر الجملة. علاوة على ذلك، تظهر الحسابات التي تم إجراؤها أن هذا العنصر المتناسب مع سعر الجملة يمثل، بالقيمة المطلقة وفي المتوسط، 22% من الهامش الإجمالي للبيع بالتقسيط (مقابل 78% للهامش الثابت). يغطي الجدول رقم 7 جميع معايير هذه العلاقة لجميع المنتجات في سلة الدراسة المختارة.

الجدول 7: العلاقة بين سعر الجملة وسعر التقسيط

معامل الارتباط <sup>61</sup>	مرونة التقسيط / الجملة	هامش التقسيط الثابت (بالدرهم)	
0.9753	1.13216	1.33356	البطاطس البيضاء
0.972	1.16716	1.24167	البطاطس الحمراء
0.9401	1.16352	1.45034	الطماطم المستديرة
0.972	1.08426	1.48231	البصل المجفف
0.8586	1.05192	1.82830	البصل الأخضر
0.9004	1.17356	1.52320	الجزر
0.9631	0.98496	2.12248	البرتقال العادي
0.8973	0.95952	3.07880	الموز المحلي
0.6195	0.79149	5.63968	الموز المستورد
0.8536	0.8940	4.5077	التفاح المحلي
0.8695	0.64383	9.92538	التفاح المستورد

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الداخلية.

ومثلما يتضح فإن العلاقة الخطية تنجلي بالنسبة لجميع المنتجات، كما أن الدور الرائد لسوق الجملة في تحديد سعر الخضار والفواكه في مرحلة البيع بالتقسيط يتأكد من خلال الارتباطات القائمة. ومن

<sup>59</sup> يؤدي الاختبار الإحصائي المعتاد إلى رفض الفرضية المعاكسة

<sup>60</sup> عندما تميل الأسعار إلى الارتباط بالعلاقة الخطية، سعر المصعب = سعر المنبع + الهامش يميل إلى أن يكون ثابتاً ومساوياً للهامش إذا كان معامل السعر المنبع لا يختلف كثيراً عن 1. وبخلاف ذلك، فإنه يتضمن عنصراً يتناسب مع سعر المنبع، يساوي (ب-1) يساوي (سعر المنبع -1)، مما يزيد أو ينقص الهامش اعتماداً على سعر المنبع، واعتماداً على ما إذا كان سعر المنبع أكبر أو أقل من 1. في حالة الطماطم المستديرة، تكون العلاقة على النحو التالي: هامش الربح الإجمالي بالتجزئة = 1.33 + 0.13 \* السعر-الجملة

<sup>61</sup> ويتعلق الأمر هنا بمعامل التحديد الإحصائي (R2)

ثم فإن نموذج الهامش الإجمالي المتناسب مع سعر الجملة يسيطر على تطور جميع أسعار التقسيط، وما هو أكثر من ذلك، يميل في حالة المنتجات الغذائية إلى الزيادة بهذا الهامش التناسبي من خلال الاستحواذ على جزء من مستوى الأسعار في أسواق المنتجات الأولية. غير أن هذا الهامش النسبي يميل إلى تثبيت أسعار منتجات الفاكهة (المرتفعة عمومًا) حيث تميل الحصة النسبية في هذه الحالات إلى التخفيف من تأثير التغيرات القوية في أسعار المنبع على أسعار التقسيط.<sup>62</sup>

### خامسا: الأداء والمنافسة في أسواق الخضار والفواكه

#### 1. أداء قطاع الخضار و الفواكه

يتأثر أداء قطاع الخضار والفواكه بالبنية التنظيمية والإدارية التي تعتمد عليها الجهات الفاعلة، وبغوامل أخرى مثل الظروف المناخية والسياسات العامة وتقنيات الإنتاج والتسويق. ويستند تحليل أداء القطاع إلى معيارين أساسيين:

- الأول وهو استقرار الأسعار كونه جانباً مهماً يجب مراعاته. فالتقلبات المفرطة في أسعار الخضار والفواكه يمكن أن تتسبب في اهتزاز الثقة لدى المنتجين والمستهلكين على حد سواء، مما يؤثر على الأداء العام للقطاع. وبالتالي، يسهم استقرار الأسعار في تعزيز ثقة المشاركين في القطاع وتشجيع تنميته المستدامة.

- والثاني، يتمثل في كيفية توزيع القيمة بين مختلف حلقات السلسلة، لارتباطه المباشر بأداء القطاع. ويمكن أن يساعد توزيع أفضل للموارد داخل سلسلة القيمة على زيادة القيمة المضافة الإجمالية وتحسين أداء سلسلة القيمة. ومن ناحية أخرى، يمكن أن يشير التوزيع غير العادل للقيمة المضافة إلى وجود أوجه قصور أو اختلالات أو ممارسات احتكارية في سلسلة القيمة.

#### 1.1 عدم الاستقرار كسمة هيكلية لأسواق الخضار و الفواكه

من خلال مراقبة تغيرات أسعار المنتجات الرئيسية، نلاحظ تقلبات متناوبة في الأسعار، سواء كانت في ارتفاع أو انخفاض، مما يعكس عدم استقرار السوق، رغم كون هذه المنتجات من الضروريات الأساسية. لفهم هذه التقلبات في المنتجات المستهدفة، على مستوى البيع بالجملة والتقسيم، يجب فهم هيكل و/أو تطور الأسعار على مستوى الجهات الرئيسية في سلسلة القيمة (المنتج، وتاجر الجملة، وتاجر التقسيط). وهذا يمكن أن يساعد في فهم حصة المسؤولية المنسوبة إلى كل عامل في تشكيل الأسعار النهائية.

تنعكس الطبيعة غير المستقرة لأسواق الخضار والفواكه الحرة<sup>63</sup> في تقلبات غير منتظمة في تغيرات الأسعار. وهذا التقلب المتزايد يشكل ظاهرة ضارة من عدة جوانب: فهو يمنع على المدى الطويل استقرار الأسعار عند التكلفة الهامشية؛ وعلى المدى القصير والمتوسط، يخلق حالة من عدم اليقين ويمنع تكوين توقعات عقلانية (بالمعنى الاقتصادي الجزئي). وهذا يعني أن المخاطر مرتفعة بشكل خاص بالنسبة لأصحاب المصلحة في سلسلة القيمة، ولا يمكن أن تكون معدلات العائدات المطلوبة إلا مرتفعة جداً لتوازن مستوى المجازفة<sup>64</sup>. وتثير هذه الخاصية الجذرية القلق وتخلق صعوبات لجميع الأطراف الفاعلة في سلسلة القيمة:

<sup>62</sup> معامل المعادلة أقل بكثير من 1.

<sup>63</sup> خالية من أي تدخل تنظيمي، حيث يتحكم العرض والطلب فقط في تحديد الأسعار.

<sup>64</sup> الخوف من المخاطر يصف موقف المستثمر الذي يفضل بشكل طبيعي الاستثمارات ذات المخاطر المنخفضة.

- بالنسبة للمزارعين، فإن عدم وجود رؤية واضحة لأسعار بيع منتجاتهم يعني أنهم غير قادرين على اختيار تقنيات الإنتاج بدقة، أو حتى التخطيط لبرنامجهم الاستثماري. وتكتسب هذه المسألة أهمية أكبر لأنهم يواجهون الارتفاع المنتظم لتكاليف الإنتاج؛
- بالنسبة للموزعين وتجار التقسيط، الذين يرغبون في الحفاظ على هوامشهم ومستويات دخلهم، فإنهم يواجهون مشكلة قبول أسعار البيع من قبل المستهلكين، وبالتالي خطر انخفاض حجم المبيعات. ومن ناحية أخرى، من المرجح أن تؤدي التقلبات المفرطة في الأسعار إلى تشجيع سلوك المضاربة بهدف الاستحواذ على جزء من الربح التضخمي، الأمر الذي من المحتمل أن يؤدي إلى تباين واختلال التوازن بين العرض والطلب؛
- وبالنسبة للمستهلكين، فإن ارتفاع أسعار الخضر والفواكه قد يؤدي إلى خفض قدرتهم الشرائية، نظراً لعدم مرونة الأسعار في الطلب عليها. هذا يتعلق بشكل خاص بالأسر ذات الدخل المنخفض، حيث تخصص نسبة أكبر من ميزانيتها للأغذية، والتي تشكل الخضر والفواكه جزءاً رئيسياً منها. من هذا المنظور، يمكن لتقلبات الأسعار أن تزيد من حدة التفاوتات الغذائية (وبالتالي التفاوتات الاجتماعية والاقتصادية)، حيث قد تجد الأسر ذات الدخل المنخفض صعوبة في تحمل تكاليف نظام غذائي صحي ومتوازن؛
- بالإضافة إلى الأثر الاقتصادي الجزئي والمتوسط، يمكن أن تؤدي التقلبات المتكررة في أسعار الخضر والفواكه إلى تفاقم التضخم الغذائي، الأمر الذي يمكن أن تكون له تداعيات أوسع على الاقتصاد الكلي (استدامة التوازن الاقتصادي الكلي والأمن الغذائي والتماسك الاجتماعي وما إلى ذلك).

يُلخص الجدول رقم 8 بعض الإحصاءات الوصفية المتعلقة بمتوسط الأسعار الشهرية لسلة الخضر والفواكه خلال الفترة الممتدة من يناير 2015 إلى أكتوبر 2023.

الجدول 8: خصائص أسعار الجملة (التقسيط)<sup>65</sup> حسب المنتج<sup>66</sup>.

المتوسط	الانحراف المعياري	معامل التباين	معامل الانحراف	معامل الثبات	
2,96 (4,68)	0,98 (1,13)	33,2 (24,1)	2,04 (1,95)	0 (1)	بطاطس حمراء
2,85 (4,57)	0,96 (1,13)	33,7 (24,9)	1,97 (1,90)	0 (0)	بطاطس بيضاء
3,00 (4,94)	1,00 (1,20)	33,5 (24,4)	1,41 (1,35)	1 (1)	طماطم دائرية
3,80 (5,60)	2,12 (2,33)	55,8 (41,6)	1,51 (1,58)	2 (2)	بصل جاف
2,04 (3,98)	0,80 (0,90)	39,0 (22,8)	0,92 (0,69)	1 (1)	بصل أخضر
2,52 (4,49)	0,69 (0,85)	27,4 (19,1)	2,41 (2,35)	2 (2)	جزر
4,04 (6,10)	1,99 (2,00)	49,4 (32,8)	2,02 (2,04)	1 (0)	برتقال عادي
7,29 (10,0)	1,05 (1,06)	14,3 (10,5)	0,68 (0,53)	1 (1)	موز محلي
12,4 (15,5)	0,95 (0,96)	7,67 (6,20)	0,95 (0,28)	1 (0)	موز مستورد
7,59 (11,2)	1,07 (1,04)	14,1 (9,20)	1,30 (1,00)	1 (1)	تفاح محلي
17,1 (20,9)	1,25 (0,86)	7,35 (4,15)	1,88 (1,52)	0 (0)	تفاح مستورد

المصدر: إعداد مجلس المنافسة بناءً على البيانات من وزارة الداخلية

بعيدا عن التفاوتات الإقليمية والتفاوتات داخل الشهر، فإن تطور متوسط الأسعار خلال هذه الفترة ساهم في تحديد عدد من الحقائق الخاصة بتسويق وتوزيع الخضار والفواكه على المستوى الوطني:

- تتسم ديناميكية الأسعار بالتقلب الشديد. تُظهر معاملات التباين أن الانحرافات عن متوسط السعر كبيرة جداً (تصل إلى 55.8% للبصل المجفف)، مما يشير إلى زيادة التباين على مستوى جميع المنتجات الواردة في الدراسة؛

- يبرز هذا التباين أكثر في أسواق الجملة (مقارنة بأسواق التقسيط) بالنسبة لجميع المنتجات المدروسة، وهو امر يعد غير بديهي بالنظر إلى الطبيعة "الأولية" و"الثانوية" للسوقين. ويتمثل أحد التفسيرات المحتملة في المدة الزمنية للتجارة على مستوى السوقين، والتي تكون أقصر في أسواق الجملة منها في أسواق التقسيط؛

- التباين في المنتجات المستوردة (الموز والتفاح في هذه الحالة) أقل من المنتجات المحلية، مما قد يشير إلى التأثير المستقر لسياسات التجارة الخارجية، وكذلك التأثير العكسي لتكاليف الإنتاج وشروطه. وبالإضافة إلى ذلك، قد يكون هذا الاختلاف مرتبطاً أساساً بكون مستويات أسعار المنتجات المستوردة أعلى بكثير من مستويات أسعار المنتجات المحلية.

- تتسم ديناميكية الأسعار بالتأثير الكبير للقيم القصوى. وبالفعل، فإن توزيع الأسعار غير متماثل (معامل الانحراف)<sup>67</sup> بالنسبة لجميع المنتجات، وهو ما يشهد على النسبة الكبيرة من الأسعار الأقل من المتوسط والتي تميل نحو القيم القصوى؛

- تتسم ديناميكية الأسعار بعدم الديمومة. تظهر جميع المنتجات درجات من الارتباط التلقائي تساوي صفراً أو شهراً واحداً أو شهرين كحد أقصى. وهذا يتماشى إلى حد كبير مع التغير الكبير في أسعار الخضار والفواكه، مما يمنعها من استدامة مستوياتها.

وبعيداً عن توصيف عدم استقرار أسعار الخضار والفواكه بالمعنى الدقيق للكلمة، فإن الهدف أيضاً هو دراسة درجة ثبات هذا التباين<sup>68</sup> مع مرور الوقت، مما قد يجعل التنبؤ والتخطيط أكثر صعوبة بالنسبة إلى الجهات الفاعلة في سلسلة التوريد. لذلك، من المهم الكشف عن نقاط التغير في ديناميكية الأسعار التي تميز بشكل أكثر تحديداً التغيرات الهيكلية أو المؤقتة في تطورها التاريخي.

يوضح المثال أدناه هذه النقطة بوضوح. حسب الشكل، تمثل الخطوط السوداء تقلب أسعار الجملة للطماطم المستديرة التي تطورت عبر ثلاث مراحل: الأولى من يناير 2015 إلى يناير 2018 والتي تتميز بتباين كبير؛ والثانية من فبراير 2018 إلى يناير 2022 والتي تظهر تذبذباً طفيفاً؛ وأخيراً مرحلة ثالثة تبدأ في فبراير 2022 وتتميز بتقلب ملحوظ. ويظهر المنحنى البرتقالي تغيراً هيكلياً في مستويات الأسعار الذي بدأ منذ فبراير 2022 بالارتفاع، مما يؤدي بذلك إلى زيادة في متوسط الأسعار بنسبة تقريبية قدرها 65.3%.

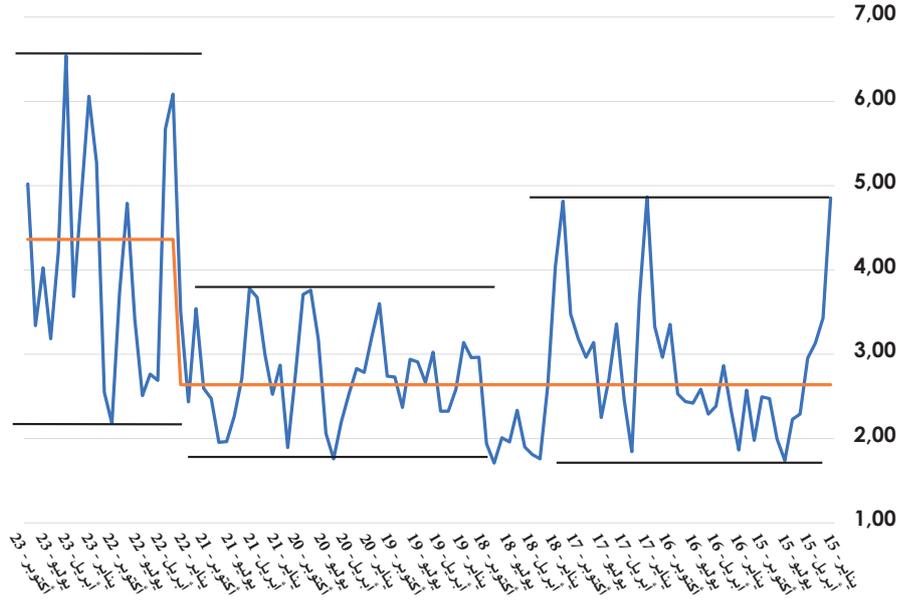
<sup>65</sup> تم حساب الإحصاءات الوصفية على أساس سلسلة أسعار البيع في أسواق الجملة (وكذا أسواق التجزئة) بين يناير 2015 وأكتوبر 2023

<sup>66</sup> ملاحظة: العمود الثالث يُعطي معامل التباين (الانحراف المعياري/المتوسط). ويتعلق العمود الرابع بمقياس عدم تناسق توزيع الأسعار. ويظهر في العمود الأخير معامل الثبات، الذي يمثل ترتيب الارتباط التلقائي لكل سلسلة (في عدد الأشهر).

<sup>67</sup> شبكة تفسير معامل الانحراف: إذا كانت القيمة  $< 0$ ، فإن معامل الانحراف أيمنياً (التوزيع منحرف إلى يمين المتوسط)، وإلا فإن معامل الانحراف أيسريراً (التوزيع منحرف إلى يسار المتوسط).

<sup>68</sup> المصطلح في علم الإحصاء: اختلاف التباين

## الرسم البياني 30: ديناميكية أسعار الجملة للطماطم المستديرة



المصدر: إعداد مجلس المنافسة على أساس بيانات وزارة الداخلية.

التمرين الذي أُجري على جميع المنتجات في سلة الدراسة يؤكد أن النصف الأول من عام 2022 يشكل نقطة تحول هامة في ديناميكية الأسعار على عدة مستويات، سواء من حيث التغير في المستوى أو من حيث زيادة التقلبات.

ويرتبط الاضطراب الذي لوحظ منذ النصف الأول من عام 2022 بعدد من العوامل، بما في ذلك على وجه الخصوص تعطل سلاسل التوريد الدولية، مما أدى إلى ارتفاع كبير في تكلفة المدخلات الفلاحية، مع ارتفاع أسعار الأسمدة والبذور على وجه الخصوص.

وختاماً، تتسم ديناميكية الأسعار هذه بالتقلب الشديد والحضور الكثيف للقيم القصوى. ويعتمد هذا التقلب على طبيعة المنتجات (الخضر مقابل الفاكهة)، ومرحلة تسويق المنتجات (البيع بالجملة مقابل البيع بالتقسيط) ومصدر المنتجات (المحلية مقابل المستوردة). كما أن تقلب الأسعار ليس ثابتاً بمرور الوقت بمعنى أنه يخضع لتغيرات في المستوى وفي الفترة الزمنية، كما هو موضح في النصف الثاني من عام 2022 الذي يمثل فاصلاً مهماً في ديناميكية الأسعار.

### 2.1 تحليل تباين الأسعار

غالبًا ما يكشف فحص بيانات الأسعار الخام عن أنماط متكررة<sup>69</sup>. وتستند طريقة التحليل على افتراض أن سلسلة البيانات المرصودة هي نتيجة تفاعل بين الاتجاه والتغير الدوري (الموسمية) والعامل الخارجي، وهو أمر مهم للغاية بسبب قدرته على عكس جميع العوامل الخارجية التي من المحتمل أن تؤثر على ديناميكية الأسعار. وقد أدى هذا الاعتبار إلى دراسة أكثر تفصيلاً لديناميكية الأسعار، والتي تركز على تقسيم السلسلة إلى مكونات موسمية ودورية واتجاهية وخارجية.

<sup>69</sup> يُظهر تحليل الاختلالات في سلاسل الأسعار في الدراسة المنجزة بوضوح أنها تتأثر بالموسمية، مع وجود نسبة تقلب عالية تغطي درجة تأثير الاتجاه الأساسي.

الجدول 9: المساهمة النسبية % للمكونات في تغيير أسعار الجملة (من أسعار التقسيط)<sup>70</sup>

الاتجاه	الدورة	الموسمية	عوامل خارجية	القيم القصوى
بطاطس حمراء	(16) 21	(32) 42	(27) 37	(0) 0 (25)
بطاطس بيضاء	(10) 20	(33) 40	(35) 39	(0) 0 (22)
طماطم دائرية	(0) 0	(0) 0	(0) 0	(0) 0 (100)
بصل جاف	(8) 14	(46) 4	(44) 56	(0) 26 (1)
بصل أخضر	(14) 23	(53) 2	(23) 18	(0) 56 (10)
جزر	(30) 0	(25) 0	(44) 0	(0) 100 (1)
برتقال عادي	(4) 4	(50) 54	(17) 21	(0) 0 (29) 28
موز محلي	(7) 20	(24) 8	(68) 54	(0) 1 (0) 17
موز مستورد	(22) 21	(57) 4	(20) 24	(0) 1 (0) 50
تفاح محلي	(21) 6	(10) 47	(52) 47	(0) 0 (17) 0
تفاح مستورد	(2) 18	(98) 71	(0) 11	(0) 0 (0) 0

المصدر: إعداد مجلس المنافسة على أساس البيانات وزارة الداخلية

ولإجراء تحليل أكثر تفصيلاً لديناميكية الأسعار، تم القيام بتحليل اقتصادي للسلاسل الزمنية من خلال عوامل مختلفة: الموسمية والاتجاه والدورة والنقاط غير المنتظمة وغير النمطية حيث كشفت النتائج عن العديد من الخصائص:

- يساهم عامل الموسمية بقوة في تباين معظم الأسعار (على سبيل المثال، يفسر هذا العامل 56% من ديناميكية أسعار البصل الجاف في أسواق الجملة). وبالإضافة إلى ذلك، بالنسبة للمنتجات التي لا تكون موسمية على مستوى أسواق الجملة، فإنها تصبح كذلك إلى حد كبير بمجرد وصولها إلى مستوى أسواق التقسيط، مما يكشف مرة أخرى عن أهمية سلوك المستهلك الموسمي (مثل الجزر)؛
- العوامل الخارجية جد حاضرة وتتحكم في تباين العديد من المنتجات في هذه الدراسة. نستنتج من مثال الطماطم المستديرة أن أسعار هذا المنتج، سواء على مستوى سوق الجملة أو التقسيط، تتبع تبايناً لا يعكس أي عامل داخلي بل استجابة للتقلبات الخارجية؛
- تأثير القيم القصوى، أو القيم المتطرفة، كبير نسبياً بالنسبة إلى العديد من المنتجات التي تصل إلى أسعار غير نمطية، أعلى أو أقل من المعتاد، والتي قد تحدث تأثيرات كبيرة على مستوى أسواق هذه المنتجات؛

<sup>70</sup> التقسيم باستخدام طريقة X13-ARIMA الأرقام الأولية تتوافق مع أسعار الجملة، والأرقام الواردة بين قوسين تتوافق مع أسعار التجزئة. الاتجاه: أو المسار العام للأسعار على المدى الطويل. الدورة: التقلبات الاقتصادية الدورية على المدى القصير والمتوسط (في هذه الحالة، 8 سنوات كحد أقصى)، مثل الدورات الاقتصادية للتوسع والانكماش أو دورات التضخم الأساسي. العوامل الخارجية: التغيرات غير المنتظمة أو العشوائية التي لا يمكن تفسيرها بالاتجاه أو الدورة أو الموسمية (مثل تأثير المخاطر المناخية). الحدود القصوى: تأثيرات القيم المتطرفة ونقاط الانقطاع في تغيير الأسعار.

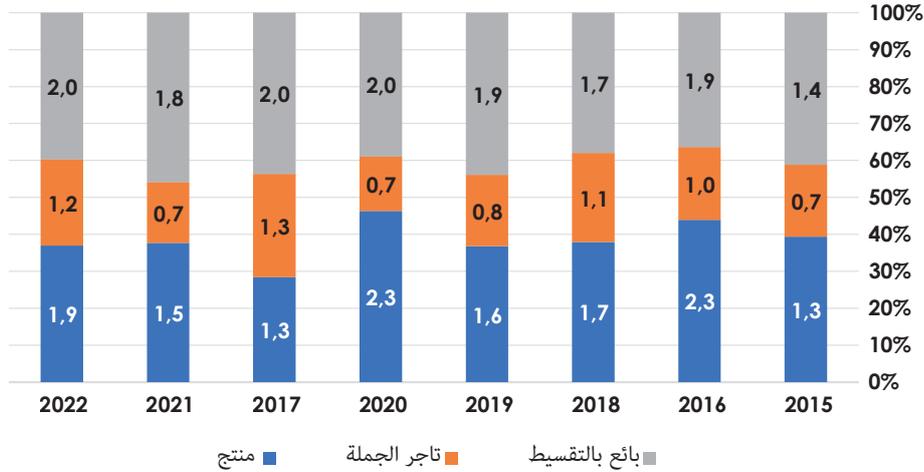
- أسعار المنتجات المستوردة (الموز والتفاح) أقل تأثراً نسبياً بعامل الموسمية نظراً لعدم تأثرها المباشر بظروف ودورات الإنتاج المحلي. ومن ناحية أخرى، فإن الدورات الاقتصادية والاضطرابات الهيكلية هي الأسباب الرئيسية لتغير أسعارها.

### 3.1 توزيع وتقاسم القيمة المضافة

في قطاع الخضر والفواكه، تكشف الملاحظة المتكررة عن وجود تفاوت واضح في توزيع القيمة المضافة على امتداد سلسلة القيمة. فتقسيم أسعار البيع بين مختلف حلقات السلسلة يمكن أن يساعد في تحليل وفهم توزيع الأرباح في جميع مراحل عملية الإنتاج والتوزيع والتسويق. ويستند هذا التقسيم إلى دراسة كيفية توزيع السعر النهائي للمنتج بين مختلف الجهات الفاعلة المعنية، مثل المنتجين وتجار الجملة وتجار التقسيط والمستهلكين.

يتيح هذا التقسيم إمكانية تحديد حصة القيمة المضافة لكل حلقة في السلسلة. فعلى سبيل المثال، يمكن ملاحظة مدى استفادة المنتجين من أسعار البيع مقارنة بالهوامش التي يحققها الموزعون وتجار التقسيط. وهذا ما يجعل تقييم مدى عدالة وشفافية سلسلة التوريد ممكناً، وكذلك قدرة مختلف الفاعلين في تحديد القيمة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لهذا التحليل أن يسلط الضوء على أي تشوهات أو أوجه قصور في توزيع الأرباح. على سبيل المثال، إذا كان الوسطاء يستحوذون على نسبة كبيرة من سعر البيع على حساب المنتجين، فقد يشير ذلك إلى وجود اختلال في التوازن أو تركيز مفرط للقوة السوقية.

الرسم البياني 31: التغير السنوي في تقسيم أسعار بيع البصل (%)



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة استناداً إلى بيانات وزارة الفلاحة والصيد البحري والتنمية الريفية والمياه والغابات

ويبين الرسم البياني أعلاه مثل هذا التقسيم في حالة البصل على أساس الأسعار السنوية بين عامي 2015 و2022 ويكشف عن عدة ملاحظات:

- الأسعار المدفوعة للمنتجين، على الرغم من أنها تمثل العنصر الأولي في هذه السلسلة، إلا أنها لا تشكل سوى جزء متواضع من أسعار البيع النهائية. وفي المتوسط، لا تمثل أسعار المنتجين هذه سوى 30% إلى 40% من السعر الذي تباع به المنتجات للمستهلكين.
- ويبرز هذا التفاوت وزن الهوامش الإجمالية التي تجمعها الجهات الوسيطة، لا سيما الموزعين وتجار التقسيط، طوال عملية التوزيع والتسويق. وتستحوذ هذه الهوامش على معظم القيمة المضافة التي يحققها القطاع، تاركة للمنتجين حصة منخفضة نسبياً من الأرباح.

• على الرغم من التقلبات المتأصلة في السوق، ظل هيكل الأسعار بين المنتجين والموزعين والتجار مستقرًا بشكل عام بمرور الوقت. ومع ذلك، تمت ملاحظة اتجاه مهم خلال عام 2020 (وهو العام الذي اتسم بأزمة كوفيد-19) عندما حدث انخفاض كبير في مساهمة الأسعار المدفوعة للمنتجين بالنسبة إلى الهامش الإجمالي الذي حققه الموزعون والتجار.

يسلط هذا التطور الضوء على اختلال كبير في توزيع الأرباح داخل قطاع الخضار والفواكه. ففي الوقت الذي يكافح فيه المزارعون للحفاظ على الربحية وغالبًا ما يكونون في طليعة التحديات الزراعية والاقتصادية، يتمتع الوسطاء بحصة غير متناسبة من الأرباح. ويثير هذا الوضع تساؤلات حول عدالة واستدامة سلسلة التوريد ككل، ويدعو إلى إعادة التفكير في آليات التسعير وتوزيع الأرباح بين مختلف الجهات الفاعلة.

تؤكد نتائج تحليل السوق بأكمله أن الأسعار ترتفع مع انتقال المنتجات على طول السلسلة من المنتج إلى المستهلك. يوضح الرسم البياني التالي توزيع الأسعار الملاحظ على طول السلسلة، مع إدخال عامل وسيط بين مرحلتي البيع بالجملة والتقسيت. يعمل هذا العامل كحلقة وصل بين مرحلة البيع بالجملة، حيث يتم شراء المنتجات بالجملة، ومرحلة البيع بالتقسيت، حيث يتم بيعها للمستهلكين النهائيين. ونلاحظ أن:

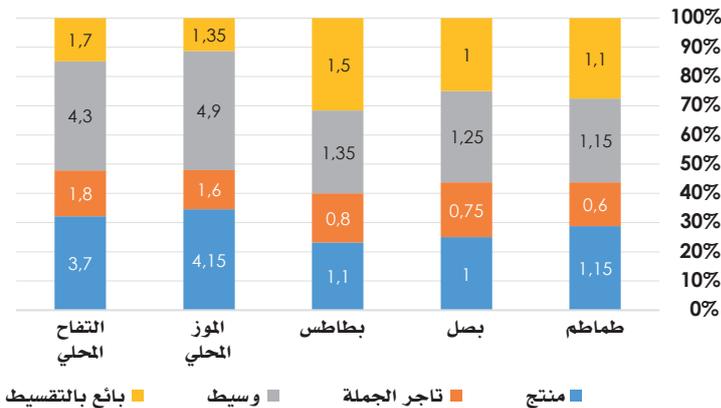
• أولاً، تمثل الأسعار المدفوعة للمنتجين نسبة صغيرة نسبيًا من سعر البيع النهائي، أقل بقليل من 30% لجميع المنتجات التي تمت دراستها. وهذا يسلط الضوء على الفجوة بين الدخل الذي يحصل عليه المنتجون والسعر النهائي الذي يدفعه المستهلكون.

• ثانيًا، يمثل الهامش الإجمالي للوسطاء العنصر المهيمن في تشكيل أسعار البيع، حيث يمثل في المتوسط 34% تقريبًا من السعر النهائي وبالتالي يتجاوز الهامش الإجمالي لتجار الجملة وتجار التقسيت.

• ويظل هيكل الأسعار بين المنتجين والموزعين وتجار التقسيت مستقرًا نسبيًا حسب مجموعة المنتجات، أي المنتجات الأساسية (الطماطم والبصل والبطاطس) مقارنة بالمنتجات غير الأساسية (الموز والتفاح).

• ويكشف تحليل خاص للموز والتفاح عن استنتاجات غير توافقية: يبدو أن منتجي هذه الفواكه يتقاضون أجورًا أفضل، في حين أن هوامش أرباح تجار التقسيت تشهد انخفاضًا لصالح الوسطاء الذين يزيدون أرباحهم. وهذا ما يسلط الضوء على التفاوت في توزيع الأرباح على طول السلسلة لمنتجات محددة، ويثير تساؤلات حول عدالة وكفاءة توزيع الدخل.

الرسم البياني 32: توزيع أسعار بيع المنتجات الرئيسية (عام 2021)



المصدر: إعداد مجلس المنافسة

## 2. تنظيم المنافسة لأسواق الخضار و الفواكه

ترتبط السياسة الفلاحية في المغرب، كما هو الحال في أماكن أخرى من العالم، ارتباطاً وثيقاً بسياسة الأمن الغذائي<sup>71</sup>. ومع ذلك، لم تعد منتجات الخضار والفواكه مدرجة في قائمة السلع والمنتجات والخدمات التي تخضع أسعارها للتنظيم، كما هو منصوص عليه في المادة 3 من القانون 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، بصيغته المعدلة والمتممة، والنصوص المعتمدة لتطبيقه. وبالتالي، تخضع هذه المنتجات للتسعير الحر بنفس الطريقة التي تخضع بها الأسواق التنافسية الأخرى.

### 1.2 العلاقة بين قانون المنافسة وسلسلة الخضار والفواكه

يميل التصور العام إلى معارضة سياسة المنافسة للسياسة الزراعية. وتتبع هذه المعارضة من الهدف النهائي للسياسة الزراعية، أي ضمان الأمن الغذائي، ومن الخصائص المحددة لهذه الأسواق. وتواجه أسواق الخضار والفواكه تحديات خاصة، مثل انخفاض القدرة التخزينية وطبيعة منتجاتها القابلة للتلف، وتأثرها بالظروف الجوية ودورات الإنتاج، وتقسيم الإنتاج بين العديد من المزارعين، وتقلب أسعار هذه المنتجات. وتتطلب هذه الخصائص الفريدة نهجاً مصمماً خصيصاً لضمان توافر واستقرار الأسعار في هذه الأسواق، وهو امر ضروري للأمن الغذائي. وبالإضافة إلى ذلك، فإن المفاضلة بين المنافسة الدولية والحفاظ على المشغلين المحليين في السوق الوطنية ترتبط أيضاً بهذه المسألة. وغالباً ما يكون لهدف المنافسة الخارجية الأسبقية على الحاجة إلى خلق المنافسة بين الجهات المحلية، من أجل الاندماج بشكل أفضل في سلاسل القيمة العالمية. وعادة ما تتم الموازنة بين مفاهيم الكفاءة الاقتصادية والتخصيص الأمثل للموارد مقابل مخاطر التقلبات وأهداف التنافسية الخاصة بالقطاع الزراعي.

على الصعيد الدولي، يتسم القطاع الزراعي بسياسات حكومية استباقية تهدف إلى تحقيق الهدف الاستراتيجي للأمن الغذائي. ويتجلى ذلك في تنفيذ تدابير مثل ضمان تغطية الاحتياجات من حيث الكميات، والتوزيع الجغرافي العادل، واستقرار الأسعار، والولوج الشامل والمستدام، مع مراعاة القوة الشرائية واستدامة السوق. ومع ذلك نرى، في الممارسة الإدارية والقضائية دائمة التطور، تزايداً في الاتجاه نحو ملاءمة تنظيم القطاع الزراعي مع القانون العام. يترجم ذلك بشكل خاص من خلال حظر الاتفاقات بشأن الأسعار والكميات، مما يؤكد على ضرورة اتباع نهج متوازن يجمع بين ضروريات السياسة الزراعية ومبادئ قانون المنافسة. وهذا التوازن الدقيق أمر بالغ الأهمية لضمان استقرار السوق وحماية المستهلك والتنمية المستدامة للقطاع الزراعي في المغرب.

يسلط تحليل الديناميكية الاقتصادية في القطاع الزراعي الضوء على جوانب معقدة ومتناقضة أحياناً، ويكشف عن الآثار المفيدة لبعض الممارسات المنافسة بينما يسلط الضوء في الوقت نفسه على أوجه التباين في القوة والتحديات التي تواجهها الجهات الفاعلة في القطاع. فمن ناحية، تساعد بعض الممارسات التقييدية على تحسين الحوافز، وتخفيض تكاليف المعاملات، وتشجيع التنسيق الأكثر فعالية داخل سلسلة التوريد. وبالتالي تخلق هذه الممارسات بيئة مواتية لتحسين تنظيم وإدارة التدفقات الاقتصادية. ومن ناحية أخرى، فإن عدم تناسق القوة التفاوضية بين الأطراف الفاعلة، سواء بين المنتجين والموزعين من جهة أو بين المنتجين ومورديهم من جهة أخرى، يمثل تحدياً كبيراً. ويزداد هذا التباين حدة بسبب التركيز في المنبع والمصب، وانعدام التجانس في الإنتاج. هذا التباين يجعل من الصعب مطابقة العرض المتغير من حيث النسبة والمساحة المغطاة مع الطلب المركزي والمحلي،

<sup>71</sup> هذا ما يمثل الهاجس الأساسي منذ ستينيات القرن الماضي

مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف التجميع والتوزيع. الحل الموصى به لهذه التحديات هو تحسين تنظيم العرض. وينطوي ذلك على تجميع المنتجين معاً وتطوير نظم معلومات الأسعار. وتهدف هذه المبادرات إلى خلق تأثير تنافسي من خلال تركيز العرض والتنسيق بين المنتجين. مع ذلك، فإن تحقيق التوازن بدقة بين زيادة شفافية السوق والحفاظ على المنافسة الصحيحة بين المنتجين أمر بالغ الأهمية. لذلك، يستفيد القطاع الزراعي من استثناءات في قوانين المنافسة، خاصة فيما يتعلق بالاتفاقات. تتمتع منظمات المنتجين بنظام استثنائي أكثر تساهلاً، مع الاعتراف بضرورة بعض الاتفاقات لضمان استقرار واستدامة القطاع. تُظهر هذه الاستثناءات تعقيد تحقيق التوازن بين المنافسة والتعاون في سياق فريد مثل الزراعة.

إن عملية صنع القرار فيما يتعلق بتحديد الأسواق الخاصة بقطاع الخضار والفواكه ليست ثابتة بل تتطور باستمرار، بما يتلاءم مع ظروف السوق المتغيرة وتغير تفضيلات الجهات الفاعلة. ومع ذلك، فإن استخدام الأدوات التحليلية لقانون المنافسة، ولا سيما تحديد الأسواق من حيث المنتجات والمدى الجغرافي، يطرح عدداً من المشاكل المعقدة.

فعدم تجانس المنتجات، إلى جانب عدم وجود معايير موحدة (كما هو الحال في المغرب)، يخلق صعوبات في تحليل قابلية استبدال المنتجات وتحديد أسواق المنتجات. وينعكس هذا التنوع في نطاق أسعار كل منتج، والتي تختلف من الحد الأدنى إلى الحد الأقصى. ويمكن اعتبار كل نوع من الفواكه أو الخضار، أو حتى كل صنف من الفواكه أو الخضار، سوقاً منفصلة ذات صلة بسبب هذا التباين. هذا ويقدم القطاع مجموعة واسعة من ظروف الإنتاج والتوزيع والتسويق. ومن المرجح أن تشكل كل مرحلة من مراحل السلسلة سوقاً قائمة بذاتها، بالديناميكية الخاصة بها.

وبالإضافة إلى ذلك، يتأثر البعد الجغرافي لهذه الأسواق بعوامل مختلفة مثل تكاليف النقل، ودورة الحياة التي تملها طبيعة المنتجات القابلة للتلف، وظروف التخزين والنقل. وتجدر الإشارة إلى وجود تأثير إيجابي متبادل بين حجم السوق ومستوى التجارة. ومع ذلك، ينبغي التأكيد على أن منتجات الخضار والفواكه لا يمكن نقلها لمسافات طويلة بسبب طبيعتها الهشة ونضارتها وقابليتها للتلف. ويحد هذا القيد اللوجستي من النطاق الجغرافي للأسواق. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي مراعاة العادات والأذواق الوطنية في بعض الأحيان إلى تحديد أسواق جغرافية ضيقة للغاية. ويعكس هذا الاعتبار الحاجة إلى فهم الخصائص الثقافية والتفضيلات المحلية، مما يؤثر بشكل مباشر على الطريقة التي يتم بها هيكلة وتحديد الأسواق. وبالتالي، فإن تحديد الأسواق في سلسلة الخضار والفواكه عملية معقدة تتطلب فهماً متعمقاً للعوامل المتعددة التي تؤثر على ديناميكية هذا القطاع بشكل خاص.

## 2.2 المخاطر والقيود التنافسية

من أجل القيام بتقييم للوضع التنافسي لهذا القطاع، يمكن دراسة سبعة معايير:

- التوفر من حيث الكمية والتنوع: يعد التوفر من حيث الكمية والتنوع عاملاً رئيسياً في أداء القطاع، ويساهم في إرضاء الزبائن والقدرة التنافسية والربحية والمرونة والاستدامة على المدى الطويل.
- الذرية: مدى اتسام السوق بوجود عدد كبير من الباعة والمشتريين حيث لا يملك أي منهم القدرة على تحديد الأسعار بأي شكل من الأشكال.

- انسيابية القنوات التسويقية: مدى امكانية المتاجرة بالسلع والخدمات بحرية وبشكل سريع في السوق، دون عوائق أو قيود.
- حركية عوامل الإنتاج: مدى يمكن امكانية الموارد، مثل اليد العاملة ورأس المال، أن تنتقل بسهولة من استخدام إلى آخر استجابة لظروف السوق المتغيرة.
- القدرة على التفاوض: إن قدرة المنتجين على التفاوض مع المشتريين، مثل تجار الجملة وتجار التقسيط، يمكن أن تؤثر أيضاً على التوازن التنافسي لأسواق الخضار والفواكه. وإذا كانت قدرة المنتجين على التفاوض محدودة، فإن ذلك قد يقلل من قدرتهم على دحض ظروف السوق.
- شفافية السوق: مدى إتاحة جميع المعلومات ذات الصلة بالأسعار والكميات وظروف السوق متاحة للمشتريين والبائعين، مما يعزز القرارات الصائبة والمنافسة العادلة.
- قابلية الأسواق للولوج: تدل قابلية الأسواق للمنافسة على مدى انفتاحها أمام الداخلين الجدد المحتملين في ظل غياب الحواجز المقيدة للدخول.

#### أ. حول التوفر

يعد قطاع الخضار والفواكه ركيزة أساسية للاقتصاد الوطني، وهو قادر على تلبية جميع احتياجات البلاد من حيث الكمية والتنوع، على الرغم من أنه لا يزال يعتمد على الواردات لبعض المنتجات، إلى أن معظمها غير حيوي (مثل الموز والأناناس). ومع ذلك، هناك مخاوف متزايدة بشأن استدامة هذا الإنتاج، يفديها الاتجاه التنافسي للمساحات المسقية المخصصة لزراعة الخضار.

هناك عدد من القيود التي تثقل كاهل الإنتاج بشكل متزايد، مما يهدد قابليته للاستمرار على المدى الطويل. وتضع تكاليف الإنتاج، ولا سيما المدخلات الفلاحية وتكاليف اليد العاملة، ضغوطاً مالية على المنتجين. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي الظروف المناخية السيئة، مثل الجفاف أو الكوارث الطبيعية، إلى خسائر كبيرة في المحاصيل، مما يضعف استدامة الإنتاج.

إن توفر الإنتاج الزراعي مقيد بشدة بالظروف المناخية للمواسم الفلاحية، بما في ذلك بشكل خاص توفر الموارد المائية، وهي مدخل أساسي للإنتاج الفلاحي. وعلى وجه الخصوص، تشهد الفترة الممتدة من عام 2019 إلى يومنا هذا واحدة من أشد فترات الجفاف التي تم تسجيلها على الإطلاق خلال الأربعين سنة الماضية، مع تسجيل عجز مائي قياسي (متوسط عجز مائي بنسبة 70% تقريباً خلال الفترة 2018-2022 مقارنة بالسنة العادية)، مما كان له تأثير كبير على أداء الإنتاج.

ويتأثر توفر الإنتاج أيضاً بسياسات تنظيم توازن العرض في الأسواق الداخلية والخارجية، لا سيما في حالات التوتر على الإنتاج، كما هو الحال في فترات الجفاف الطويل.

ومن الأمور الرئيسية الأخرى المثيرة للقلق التقاسم غير العادل للقيمة المضافة على طول سلسلة التوريد. فغالباً ما يحصل المنتجون الموجودون في الصفوف الأمامية على جزء ضئيل جداً من سعر البيع النهائي، في حين يحقق الموزعون وتجار التقسيط هوامش ربح أعلى. ويؤدي هذا التفاوت في توزيع الأرباح إلى حرمان المنتجين من الأرباح، مما يضر بقدرتهم على الحفاظ على استدامة الإنتاج وتلبية احتياجات السوق من حيث الكم.

ونتيجة لذلك، يواجه قطاع الخضار والفواكه تحدياً حاسماً لضمان استدامته على المدى الطويل. فيجب اتخاذ تدابير لتحسين ربحية الفلاح، والحد من المخاطر المرتبطة بالطقس، وضمان توزيع أكثر

عدلاً للدخل على طول سلسلة القيمة. وهذا لن يضمن فقط توفر المنتجات في الأسواق في المستقبل فحسب، بل سيضمن أيضاً الأمن الغذائي والاستقرار الاقتصادي في البلاد.

#### ب. حول ذرية الأسواق

يشير هذا المفهوم إلى وجود عدد كبير من الباعة والمشتريين في السوق بحيث لا يمتلك أي منهم القدرة الفردية على التأثير بشكل كبير على الأسعار أو على ظروف السوق. وبالتالي، فإن جميع الفاعلين هم بالتالي متلقون للأسعار، ولا يتمتع أي بائع أو مشتري واحد بقوة سوقية كبيرة، مما يخلق ظروفًا ملائمة لتعزيز المنافسة.

إن ذرية السوق توفر العديد من المزايا. أولاً، إنها تشجع على تخصيص الموارد بكفاءة، حيث يحتاج الفاعلون إلى الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة للحفاظ على قدرتهم التنافسية. وهذا يشجع على الابتكار والكفاءة والإنتاجية. بالإضافة إلى ذلك، تتيح الذرية تنوعاً أكبر في الخيارات للمستهلكين، حيث يقدم العديد من الموردين منتجات متشابهة بأسعار تنافسية.

وفي سياق قطاع الخضار والفواكه، لا يمكن إنكار وجود عدد كبير من الفاعلين مثل المنتجين والوسطاء (تجار وغير تجار) وتجار التقسيط والمستهلكين<sup>72</sup>. ومع ذلك، وعلى الرغم من هذه الذرية الكمية، فإن الوسطاء يتمتعون بقوة سوقية كبيرة، مما يمنحهم دوراً مهماً في تحديد الأسعار وظروف السوق في مقابل كل من المنتجين والمستهلكين النهائيين. في الواقع، يعمل الوسطاء كصانعي أسعار، ويؤثرون على الظروف الاقتصادية لقطاع الخضار والفواكه. فموقعهم الاستراتيجي يمكنهم من فرض الأسعار التي يمكن للفلاحين بيع منتجاتهم بها والأسعار التي يجب على المستهلكين النهائيين شراؤها بها. ويخلق هذا الوضع اختلالاً في توازن القوى يمكن أن تكون له تداعيات على امتداد سلسلة القيمة.

وبالإضافة إلى ذلك، يُظهر التحليل تقارباً معيماً في الأسعار لوحظ في مرحلتي البيع بالجملة والتقسيم على حد سواء، مما يشير إلى تنسيق ضمني أو صريح للأسعار بين مختلف حلقات السلسلة. وفي مثل هذه الحالات، يمكن أن يشهد السلوك التنافسي تغييراً، ما يؤدي إلى حدوث اختلالات في السوق وفقدان الكفاءة الاقتصادية. ويثير ذلك مخاوف بشأن نزاهة وكفاءة سوق الخضار والفواكه. ويمكن لممارسات الوسطاء أن تحد من المنافسة وتقلل من هوامش الربح للمنتجين وتزيد التكاليف على المستهلكين النهائيين.

#### ت. حول انسيابية قنوات التسويق

تعد انسيابية قنوات التسويق عنصراً بالغ الأهمية في ضمان المنافسة السليمة والفعالة في أسواق الخضار والفواكه. حيث تشير الانسيابية إلى السهولة التي يمكن أن تنتقل بها المنتجات من المنتج إلى المستهلك النهائي، دون عوائق أو عقبات. وبالتالي فإن الانسيابية الكافية لقنوات التسويق تتيح توزيع المنتجات الفلاحية بكفاءة في جميع أنحاء البلاد. وهذا يعني أنه يمكن نقل المنتجات بسرعة وكفاءة من مناطق الإنتاج إلى أسواق الجملة والتقسيم، وكذلك إلى المستهلكين النهائيين. وتضمن هذه الانسيابية أن تكون المنتجات متاحة دائماً في السوق، مما يقلل من مخاطر النقص ويشجع على زيادة المنافسة بين مختلف الجهات الفاعلة في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تتيح قنوات التسويق الانسيابية استجابة أكبر للتقلبات في العرض والطلب. عندما تكون قنوات التوزيع سلسلة، يمكن إجراء تعديلات للتغيرات الموسمية والظروف الجوية وأذواق

<sup>72</sup> يشارك أكثر من 4,700 تاجر و3,500 منتج في تسويق الفواكه والخضار بالجملة في أسواق الجملة البالغ عددها 38 سوقاً على الصعيد الوطني!

المستهلكين بسرعة وكفاءة أكبر. ويسمح ذلك للمنتجين وتجار التقسيط بالتكيف بسرعة مع تغيرات السوق، مما يعزز المنافسة الأكثر ديناميكية وفعالية. وأظهرت نتائج التحليل التنافسي أن:

- يشكل ضعف التنسيق بين أسواق الجملة واحواض الإنتاج من جهة، واحواض الاستهلاك من جهة أخرى، تحدياً كبيراً لقطاع الخضر والفواكه. يعيق عدم التزامن هذا التدفق السلس للمنتجات بين المراحل المختلفة لسلسلة التوريد، مما قد يؤدي إلى التأخير وفقدان الجودة وارتفاع التكاليف.

- يؤدي عدم تكامل أسواق الجملة بشكل كافٍ مع الممارسات المتكررة للمرور عبر هذه الأسواق إلى تفاقم الوضع. وغالباً ما يضطر المنتجون والتجار إلى القيام بعدة رحلات ذهاباً وإياباً بين أسواق الجملة، مما يؤدي إلى عدم الكفاءة اللوجستية وإهدار وقت ثمين.

- وثمة مشكلة أخرى تكمن في هيمنة المسارات الطويلة، حيث يشارك العديد من الوسطاء في سلسلة التوريد. ويمكن أن يؤدي هذا التعدد في الجهات الفاعلة إلى تأخيرات وتكاليف إضافية واختلالات في الأسعار، مما يعرقل سيولة التجارة وتنافسية المنتجات في السوق.

- يؤدي وجوب اللجوء إلى أسواق الجملة لتسويق الخضر والفواكه إلى اختلالات كبيرة. ويمكن أن تكون تكاليف المعاملات المرتبطة بهذه المسارات الإجبارية مرتفعة، الأمر الذي يضعف عزيمته بعض الفاعلين ويعيق انسيابية التجارة.

- يمثل تطوير القنوات الموازية وغير الرسمية تحدياً إضافياً. فهذه القنوات، التي تتسم في كثير من الأحيان بالمنافسة الغير مشروعة والممارسات التجارية المشكوك فيها، تُضعف مصداقية وفعالية القنوات الرسمية، وهو ما يضر بالقطاع بأكمله.

يطرح موضوع توزيع الخضر والفواكه تحديات كبيرة بسبب طبيعته العتيقة والمتصلبة. فغالباً ما تكون قنوات التسويق طويلة ومجزأة، وتعتمد على العلاقات التقليدية وغير الرسمية بدلاً من الممارسات التجارية الحديثة. كما أن البنى التحتية للخدمات اللوجستية والنقل غير كافية، مما يضر بجودة المنتج وطرأوته. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي ضعف التنظيمات الملائمة إلى مشاكل في سلامة الأغذية وإساءة استخدام قواعد المنافسة.

### ث. حول حركية عوامل الإنتاج

تلعب حركية عوامل الإنتاج، مثل اليد العاملة ورأس المال والموارد، دوراً حاسماً في الأداء التنافسي للأسواق. أولاً، يسمح تنقل اليد العاملة للمنتجين بالتكيف بسرعة مع التقلبات في الطلب وظروف الإنتاج. وعندما يتمكن العمال الفلاحيون من التنقل بسهولة من منطقة إلى أخرى لتلبية الاحتياجات الموسمية، فإن ذلك يعزز كفاءة تخصيص اليد العاملة ويسمح للمنتجين بالاستجابة بمرونة لتغيرات السوق. وبالمثل، فإن تنقل رأس المال ضروري لتحفيز الاستثمار والابتكار في قطاع الخضر والفواكه. ويجب أن يحصل الفلاحون على التمويل والموارد المالية الكافية لتحديث مزارعهم واعتماد تكنولوجيات جديدة وتحسين إنتاجيتهم. إن توافر رأس المال المنقول يعزز المنافسة من خلال تمكين المنتجين الأكثر كفاءة وابتكاراً من الازدهار في السوق.

وأخيراً، تعتبر حركية الموارد الطبيعية، مثل الأراضي الزراعية والمياه، عاملاً رئيسياً في القدرة التنافسية لقطاع الخضر والفواكه. وتساعد السياسات الرامية إلى تعزيز الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية وتيسير وصول الفلاحين إلى الأراضي الجيدة ومصادر المياه الموثوقة في خلق بيئة تساعد على المنافسة.

### ج. حول تنقل اليد العاملة

يواجه قطاع الخضار والفواكه عدداً من التحديات المتعلقة باليد العاملة. أولاً، هناك توجه نحو انخفاض في اليد العاملة المتوفرة، ويرجع ذلك أساساً إلى النزوح من المناطق القروية. إذ يتزايد عدد الشباب الذين يغادرون المناطق القروية بحثاً عن فرص عمل في المناطق الحضرية، تاركين وراءهم وظائف شاغرة في مجال الفلاحة. وغالباً ما تكون هذه الهجرة نتيجة لتزايد عدم اهتمام الشباب بالقطاع الفلاحي ككل، والذي يُنظر إليه على أنه غير جذاب من حيث الدخل وفرص التطور الشخصي. كما أن العمل بدون أجر هو السائد في قطاع الخضار والفواكه حيث لا تزال العديد من الأنشطة الفلاحية تعتمد إلى حد كبير على العمل الاسري غير مدفوع الأجر، مما قد يؤدي إلى عزوف الشباب عن العمل في هذا القطاع.

الجفاف عامل رئيسي آخر له تأثير مدمر على فرص العمل في المناطق القروية. ففترات الجفاف تقلل من المحاصيل الزراعية، مما يؤدي إلى خسارة في دخل الفلاحين والحاجة إلى تخفيض اعداد اليد العاملة خاصة في صفوف العمال الموسميون.

بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تتسم اليد العاملة المتوفرة في قطاع الخضار والفواكه بنقص المؤهلات وانخفاض الإنتاجية. وقد يفتقر عمال المزارع، لا سيما أولئك الذين يعملون في المزارع الأسرية الصغيرة، إلى التدريب المهني والمهارات التقنية اللازمة لتحسين كفاءة العمليات الفلاحية وربحياتها.

### ح. حول حركية رؤوس الأموال

تلعب حركية رؤوس الأموال دوراً حاسماً في القدرة التنافسية لقطاع الخضار والفواكه. وتتيح هذه الحركية للجهات الفاعلة الاقتصادية تخصيص مواردها المالية بكفاءة إلى حيث تكون أكثر ربحية، وبالتالي تعزيز المنافسة السليمة والديناميكية في السوق. ومع ذلك، يكشف التحليل أن ضعف ولوج فلاحي الخضار والفواكه إلى الخدمات المالية المناسبة، مثل القروض والتأمين، يشكل تحدياً كبيراً أمام تنمية القطاع. والواقع أن العديد من المنتجين، ولا سيما المزارع الصغيرة والفلاحين الأسريين، يواجهون صعوبة في الحصول على التمويل الذي يحتاجون إليه لأنشطتهم الفلاحية. وينجم هذا الوضع عن عدد من العوامل:

- أولاً، هناك نقص في اهتمام المؤسسات المالية بتقديم حلول مصرفية مصممة خصيصاً لتلبية الاحتياجات المحددة للعاملين في مجال زراعة الخضار والفواكه. فالبنوك والمؤسسات المالية الأخرى تميل إلى تفضيل القطاعات التي تعتبر أقل خطورة أو أكثر ربحية، مما يحد من ولوج الفلاحين إلى الخدمات المالية التي يحتاجون إليها للاستثمار في مزارعهم وتحسين إنتاجيتهم.
- وبالإضافة إلى ذلك، فإن عدم وجود خيارات في الخدمات المالية يزيد من تقييد ولوج المنتجين إلى التمويل اللازم لأنشطتهم. وغالباً ما لا تلبى عروض الائتمان المتاحة وحلول التأمين المناسبة الاحتياجات المتنوعة للفلاحين من حيث المبالغ وأجال وشروط السداد. ونتيجة لذلك، يجد العديد من المنتجين أنفسهم غير قادرين على إيجاد حلول مالية مصممة خصيصاً لحالتهم الخاصة.

• وفي هذا السياق، أصبح الوسطاء في سلسلة قيمة الخضار والفواكه، مثل تجار الجملة والموزعين، مصدرًا بديلاً للتمويل بالنسبة إلى الفلاحين. غير أن هذا الاعتماد المتزايد على الوسطاء يمكن أن يؤدي إلى فقدان المنتجين لاستقلاليتهم في مفاوضات أسعار البيع. ونتيجة

لذلك، يتمتع الوسطاء بسلاطة أكبر في تحديد الأسعار، الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى ظروف غير مواتية للمنتجين وزيادة الضعف المالي.

#### خ. حول حركية الموارد الطبيعية

ويلعب محدودية حركة الموارد الطبيعية، ولا سيما الأراضي الزراعية والمياه، دوراً حاسماً في اختلال قطاع الخضار والفواكه ويشكل جمود عوامل الإنتاج هذه، تحديات كبيرة للقطاع حيث يعيق هذا الوضع عملية تكييف العرض مع طلب السوق، مما يؤثر على أداءه. إن مشكلة التجزئة المفرطة للأراضي والملكية الجماعية للأراضي تحد من قدرة الفلاحين على تجميع قطع الأراضي معاً من أجل زراعة أكثر كفاءة. وتؤدي هذه التجزئة إلى صعوبة اعتماد ممارسات الفلاحة الحديثة والاستخدام الأمثل للموارد، مما يؤثر على إنتاجية المزارع وربحياتها.

ويشكل الإجهاد المائي عائقاً رئيسياً أمام توفر مياه الري، وهو امر ضروري لزراعة الخضار والفواكه. وقد أدى تغير المناخ والاستغلال المفرط للموارد المائية إلى انخفاض احتياطي المياه، مما يجعل إدارة الري أكثر صعوبة بالنسبة للفلاحين. ويؤدي هذا النقص في المياه إلى الإضرار بنمو المحاصيل وتقليل الإنتاجية، مما يؤثر بشكل مباشر على المعروض من المنتجات في السوق.

للتغلب على هذه التحديات، يجب تنفيذ سياسات وتدابير لتعزيز الإدارة الفعالة للأراضي والمياه. ويمكن أن يشمل ذلك توحيد الأراضي الزراعية، وتحديث نظم الري لاستخدام المياه بكفاءة أكبر، وتقديم حوافز لتشجيع الممارسات الفلاحية المستدامة.

ويؤدي هذا الجمود في حركة عوامل الإنتاج، إلى جانب حقيقة أن ديناميكيات أسعار السوق تتأثر بشدة بطبيعة المنتجات القابلة للتلف، إلى انخفاض مرونة أسعار العرض. ونتيجة لذلك، فإن قدرة المنتجين على تعديل إنتاجهم استجابة لتغيرات الأسعار محدودة، الأمر الذي له انعكاسات على أجورهم التي تظل مرهونة بتقلبات أسعار السوق.

#### د. حول القدرة على التفاوض

إن القدرة على التفاوض المتوازنة ضرورية لضمان سلوك تنافسي سليم في السوق. فعندما تتمتع مختلف الجهات الفاعلة في سلسلة قيمة الخضار والفواكه بقدرة تفاوضية متوازنة، فإن ذلك يعزز المنافسة العادلة والشفافة، وهو امر مفيد للقطاع بأكمله. أما في الحالات التي يتمتع فيها أحد الفاعلين بقدرة تفاوضية غير متناسبة، فقد يؤدي ذلك إلى ممارسات منافية للمنافسة، ولا سيما تحديد الأسعار من جانب واحد أو فرض شروط تجارية غير ملائمة، وهي حالات نموذجية لإساءة استخدام المركز المهيمن أو القوة الشرائية أو التبعية الاقتصادية. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى اختلال السوق، ووضع حواجز أمام دخول فاعلين جدد، وظروف غير ملائمة للمنتجين والمستهلكين.

وقد كشف التحليل التنافسي للقطاع عن وجود تفاوت ملحوظ في القدرة على التفاوض بين منتجي الخضار والفواكه والوسطاء، التجاريين وغير التجاريين على حد سواء. ويترجم هذا التباين في القوة إلى وضع يمكن فيه للوسطاء أن يسيطروا على السوق، ويفرضوا الشروط التجارية والأسعار، على حساب الفلاحين والمستهلكين.

ويتفاقم عدم التماثل هذا بسبب وجود سلسلة لوجستية وتجارية معقدة وسيئة التنظيم، تتميز بوجود العديد من الوسطاء. وفي هذا النظام، يتمكن الوسطاء من الاستحواذ على معظم القيمة المضافة، تاركين للمنتجين حصة غير متناسبة من الدخل، ويفرضون أسعاراً مرتفعة على المستهلكين.

ونتيجة لذلك، غالبًا ما تكون العلاقات داخل سلسلة قيمة الخضار والفواكه بين مختلف الجهات الفاعلة غير متوازنة، لا سيما بالنسبة إلى المزارع الصغيرة والمتوسطة الحجم، حيث يتمتع الوسطاء بقوة اقتصادية كبيرة. وتثير هذه الديناميكية مخاوف بشأن عدالة القطاع واستدامته، مما يسلط الضوء على الحاجة إلى إصلاحات تهدف إلى استعادة التوازن العادل والمنصف بين جميع الأطراف الفاعلة في السلسلة.

#### د. حول شفافية السوق

إن شفافية السوق هي ركيزة أساسية للأداء التنافسي للأسواق، مما يعزز الكفاءة الاقتصادية وثقة الفاعلين في السوق وزيادة الفائض الاجتماعي إلى أقصى حد. عندما تكون المعلومات عن الأسعار والكميات المتاحة وخصائص المنتجات وشروط البيع متاحة بسهولة ويتم إبلاغها بوضوح لجميع الأطراف الفاعلة في السوق، يتم تعزيز المنافسة العادلة والفعالة. تمكن الشفافية المتزايدة المنتجين من اتخاذ قرارات مدروسة بشأن إنتاج وتسويق منتجاتهم، بناءً على إشارات السوق. وبالمثل، يمكن للمشتريين مقارنة العروض واختيار المنتجات التي تلبي احتياجاتهم على أفضل وجه، مما يحفز المنافسة ويشجع الكفاءة الاقتصادية.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن شفافية السوق تقلل من مخاطر السلوك الاستغلالي أو الاحتيالي، لأنها تزيد من صعوبة التلاعب بالأسعار أو الإخلال بالمنافسة. كما أنها تزيد من ثقة المستهلك في نزاهة السوق، مما قد يحفز الطلب ويعزز النمو المستدام.

في حالة سلسلة قيمة الخضار والفواكه، فإن انخفاض القدرة على التنبؤ بالعرض والطلب، بالإضافة إلى عدم وجود تنظيم ذاتي للأسواق التي تشكل السلسلة، يخلق بيئة تجارية لا يمكن التنبؤ بها. إن التقلبات المستمرة في الأسعار تجعل من الصعب على الجهات الفاعلة في قطاع الخضار والفواكه تخطيط أنشطتها بفعالية واتخاذ قرارات مدروسة. ويشير عدم اليقين هذا القلق بشكل خاص بالنسبة للفلاحين الذين يتعين عليهم التعامل مع الظروف المناخية المتغيرة، والزيادات المستمرة في تكاليف الإنتاج والضغوط المستمرة لتحقيق ربح اقتصادي واستقرار مالي.

وفي الوقت نفسه، يشكل عدم إمكانية تتبع المنتج، من المزارع-المنتج إلى المستهلك النهائي، تحديات إضافية في مجال الرقابة الصحية. فبدون إمكانية التتبع السليم، من الصعب ضمان جودة المنتج وسلامته، مما قد يؤدي إلى مخاطر على الصحة العامة والإضرار بسمعة الصناعة بأكملها.

وعموماً، من المرجح أن يؤدي الجمع بين انخفاض القدرة على التنبؤ بالعرض والطلب، والتنظيم الذاتي المعقد للأسواق، وعدم إمكانية تتبع المنتجات، إلى خلق بيئة صعبة للأطراف الفاعلة في قطاع الخضار والفواكه.

#### ر. حول قابلية الأسواق للولوج

إن قابلية السوق للولوج هو مفهوم يقيس مدى سهولة دخول أطراف جديدة إلى سوق معينة ومنافسة الأطراف الموجودة في السوق. وكلما كانت السوق أكثر قابلية للمنافسة، كلما كانت السوق أكثر انفتاحاً للمنافسة ودخول منافسين جدد. وهذا يعني أن هناك القليل من العوائق الهامة، إن وجدت، التي تحول دون دخول منافسين جدد، أو خروج الفاعلين الحاليين. عندما يكون السوق قابلاً للمنافسة، يجب على الفاعلين الحاليين الابتكار باستمرار والحفاظ على كفاءتهم لتجنب تعرضهم للضغط من قبل الداخلين الجدد. وتحدد الحواجز أمام الدخول، مثل ارتفاع تكاليف بدء التشغيل أو القوانين التنظيمية الصارمة أو الاتفاقات الحصرية أو العقود طويلة الأمد، من قابلية السوق للمنافسة من

خلال جعل دخول منافسين جدد صعباً. ومن ناحية أخرى، توفر السوق القابلة للمنافسة بشكل كبير فرصاً للوافدين الجدد للتنافس مع الفاعلين الحاليين، مما قد يحفز الابتكار ويخفض الأسعار ويحسن جودة المنتجات المعروضة. وهذا يخلق بيئة تنافسية أكثر ديناميكية تعود بالنفع على المستهلكين.

في إطار قطاع الخضر والفاواكه، يوفر النهج القائم على قابلية الأسواق للتنافس فهماً أفضل لكيفية تفاعل مختلف الفاعلين، من المنتجين إلى تجار التقسيط، في بيئة تنافسية متغيرة باستمرار. وبالتالي، فإن قابلية السوق للمنافسة هي رؤية ديناميكية لتحليل المنافسة داخل القطاع، على عكس النهج الثابت القائم على بنية السوق وتأثيرها على الأداء التوزيعي للقطاع. إنها رؤية تعتبر المنافسة كعملية تنافسية دائمة، وليس كحالة ثابتة.

في هذا الصدد، لا يبدو أن قطاع الخضر والفاواكه في المغرب يخضع لمتطلبات تنظيمية تقييدية بشكل خاص، باستثناء معايير الصحة النباتية الصارمة المفروضة على المصدرين. ويبين وجود القطاع غير المهيكل في تسويق المنتجات الفلاحية وتطوره أن الإطار القانوني والتنظيمي لا يشكل بالضرورة عقبة رئيسية أمام الجهات الفاعلة في هذا القطاع.

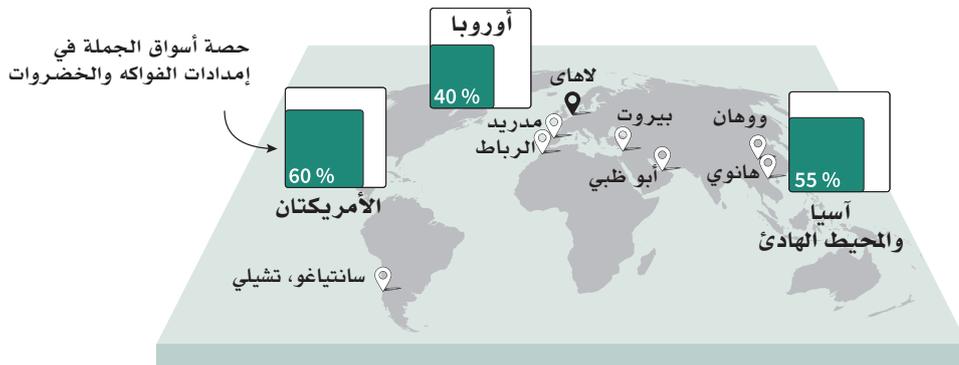
وعلاوة على ذلك، فإن تكاليف الاستثمار ليست باهظة ولا يبدو أنها تشكل عائقاً كبيراً أمام الوافدين الجدد إلى القطاع، لا سيما في مجالي التوزيع والتسويق. ومع ذلك، من المهم أن نلاحظ أن عائدات الإنتاج قد تتحسن تدريجياً على المدى الطويل وليس على الفور. وقد تؤدي هذه الديناميكية إلى إجماع بعض المنتجين الجدد الذين يبحثون عن أرباح سريعة وفورية.

وبالإضافة إلى ذلك، يشكل اعتماد المنتجين على العلاقات المميزة مع الموزعين ووسطاء التسويق عائقاً محتملاً أمام الداخلين الجدد. ويمكن أن يتمتع الفاعلون الحاليون الذين يستفيدون من هذه العلاقات القوية بميزة تنافسية كبيرة، مما يجعل من الصعب على الوافدين الجدد دخول السوق والمنافسة بفعالية.

#### سادساً: تحليل مرجعي لبعض التجارب الدولية فيما يخص قنوات تسويق الخضر والفاواكه

في السياق العالمي للإمدادات الغذائية، ظهرت أسواق الجملة في القرن التاسع عشر في العديد من البلدان الأوروبية وأمريكا الشمالية وأستراليا، وقد تزامن هذا التوسع مع النمو الحضري وتطور القطاع الصناعي وتحديد قنوات التسويق في نطاق المسافات المتوسطة والطويلة. وفي حين أن ما يقارب نصف منتجات العالم تمر حالياً عبر أسواق الجملة هذه، فقد طور كل بلد مساره الخاص، مع تباين كبير في مشاركة الجهات الفاعلة العامة منها والخاصة.

#### الرسم البياني 33: حصة أسواق الجملة في إمدادات الخضر و الفواكه



المصدر: الاتحاد العالمي لأسواق الجملة

بعد الحرب العالمية الثانية، أنشأت السلطات العامة في أوروبا الغربية شبكة من أسواق الجملة لضمان الإمدادات بالمنتجات الطازجة، استجابة للتحديات التي فرضتها أنماط الحياة المتغيرة خلال الثلاثين المجيدة. ويهدف هذا الجهد أيضا إلى ضمان الوصول المنصف إلى المنتجات الإقليمية في جميع المناطق. إلا أن تأثير السلطات العامة بدأ يتلاشى وذلك ابتداء من أواخر سبعينات القرن الماضي مع ظهور قطاع الصناعات الغذائية وسياسة التوزيع الشامل. أدت هذه التطورات، التي تميزت باستراتيجيات التعاقد والتنوع الاقتصادي، إلى انسحاب أسواق الجملة لصالح مراكز التسوق ومحلات الخصم. هذا وفي الآونة الأخيرة، تزايد عدد المستهلكين الغربيين الذين أصبحوا يفضلون نماذج إمدادات بديلة كجمعيات الزراعة المدنية وأسواق الفلاحين، مما أجبر أسواق الجملة على مراجعة سياساتها من أجل البقاء. وعلاوة على ذلك، فإن تسويق الخضار والفواكه الطازجة مجال معقد يتأثر بعدة عوامل مرتبطة بالإنتاج والمنتج نفسه والسوق الذي يندرج فيه. وتشمل هذه العوامل قابلية التلف، والموسمية، والتنوع، والتغيرات الكبيرة في السعر والكمية، والازدحام المادي للأسواق، والخصوصية الجغرافية لمناطق الإنتاج. بمرور الوقت، تطورت نظم تسويق الخضار والفواكه الطازجة لتلبية الطلب المتزايد في المناطق الحضرية، مع تزايد الطلب على الأغذية بالتوازي مع التوسع الحضري. ويصنف التصنيف الذي اقترحه كوباياشي (2000) البلدان وفقاً لتطورها في تسويق المنتجات الطازجة بالجملة ودور الحكومة في هذه العملية، ويقدم لمحة عامة عن النهج المختلفة لتسويق الخضار والفواكه التي اعتمدها البلدان. ويصنف نموذج التنمية هذا الدول إلى أربع مجموعات بناءً على تقدمها في التسويق سلع الطازجة بالجملة ومدى تدخل الدولة، بدءاً من الأسواق التقليدية حيث تشابك معاملات البيع بالجملة والتسيط ولا تخضع للتنظيم الحكومي، وصولاً إلى أسواق الجملة شديدة التنظيم حيث تخضع الأنشطة لمراقبة دقيقة من قبل السلطات الحكومية.

في البلدان التي لا تزال فيها البنيات الزراعية والتسويقية متفرقة، تؤدي أسواق الجملة دوراً حاسماً في توفير فرص تسويق للمزارعين وتعزيز المنافسة وتحسين جودة المنتجات وتقليل الخسائر ما بعد الجني. وتتزايد الحاجة إلى أسواق جملة جديدة استجابةً للتوسع الحضري المتزايد في العديد من البلدان الناشئة، لا سيما في المدن سريعة النمو.

يهدف هذا التحليل المرجعي إلى تقييم تطور قنوات تسويق الخضار والفواكه، مع التركيز بشكل خاص على أسواق الجملة، من خلال دراسة التجارب التي تم إجراؤها في البلدان التالية: ألمانيا، وإسبانيا، وفرنسا، وتونس. كما يتم أيضاً تقديم أمثلة عن تجارب دولية أخرى حسب الاقتضاء.

## 1. خصائص أسواق الجملة:

### 1.1 تنظيم أسواق الجملة:

#### أ. فرنسا:

في فرنسا، تشرف أسواق ذات المصلحة الوطنية والبالغ عددها اثنين وعشرين (22) سوقاً على تنظيم أسواق الجملة، والتي يعود تاريخ أقدمها إلى ستينيات القرن الماضي. وتوجد هذه الأسواق في مدن مثل آجان، أنجيه، أفينيون، بوردو، كافيون، شاتورونار، غرونوبل، ليل، ليون (بيراش)، مرسيليا، مونتوبان، مونبلييه، نانت (ريزيه)، نيس (المنتجات الغذائية)، نيس (الزهور)، نيم، باريس (لا فيليت)، باريس (رونجي)، روان، ستراسبورغ، تولوز وأكسييتاني وفيلنوف-سور-لوت.

أنشأ مرسوم صدر عن فرنسا عام 1953، شبكة من أسواق ذات المصلحة الوطنية، تديرها السلطات المركزية أو الجهات أو السلطات المحلية. وتتكون هذه الشبكة من نوعين رئيسيين من الأسواق: أسواق الإنتاج، مثل تلك الموجودة في كافايون وشاتورينار وآجن، والأسواق التي تخدم مناطق الاستهلاك الرئيسية، مثل رانجيس وليل وليون. تم إنشاء حوالي عشرين (20) سوقاً صغيرة، بين عامي 1961 و1968، غطت تجارة الجملة على الصعيد الوطني إلى حدود الثمانينيات.

في حين أن ما يقرب من 95% من الأسواق في الاتحاد الأوروبي هي أسواق عامة، فإن سوق الجملة في ليون-كورباس يمثل نموذجاً اقتصادياً متميزاً، كونه أول سوق جملة خاص في أوروبا تمت خصصته بموجب مرسوم عام 2006، وكان الأول في فرنسا الذي يخضع لمثل هذا التخصيص، مما أدى إلى نقله من حي محطة بيراش إلى كوربا. أدت هذه العملية إلى إعادة تنظيم الجهات الفاعلة في سوق الجملة وتقليص عددها بشكل كبير.

أكبر سوق للجملة في فرنسا هو سوق الجملة في رانجيس المصنف على أنه سوق المصلحة الوطني، والذي يغطي مساحة 234 هكتاراً في ضواحي باريس، أكثر من 72.7 هكتاراً منها مغطاة بما في ذلك 47 هكتاراً من المباني التجارية. يمثل هذا الموقع منظومة واقعية تخدم الإمدادات الغذائية للمواطن الفرنسي، والخدمات اللوجستية الحضرية للمنتجات الطازجة، وتتمين المنتجات الإقليمية وكذا تراث فن الطبخ الفرنسي، كما تساعد في الحفاظ على تجارة التقسيط المتخصصة وتعزيز اقتصاد مراكز المدن.

وتشهد المنافسة بشكل خاص بسبب العدد الكبير من تجار الجملة الموجودين في الموقع، حيث يبلغ عددهم الإجمالي 1400 تاجر. توظف شركة SEMMARIS ما يقرب من 250 شخصاً للقيام بمهامها كشركة إدارة سوق رانجيس الدولي. يتألف هذا التنظيم الداخلي الذي تديره SEMMARIS من مجلس إدارة ولجان خدمات وقطاعات مختلفة.

يتمحور السوق بشكل أساسي حول الخضر والفواكه والمنتجات البحرية والمنتجات الحيوانية، وغيرها. تنجز أنشطته في الليل بشكل رئيسي، حيث يصل إلى ذروته حوالي الساعة 3 إلى 4 صباحاً، قبل أن يتفرغ تماماً حوالي الساعة 11 صباحاً. ويشغل قطاع الخضر والفواكه أحد عشر مبنى موزعة على مساحة تبلغ 66 هكتاراً، مما يجعله أكبر قطاع بالسوق.

يحتل قطاع الخضر والفواكه أكبر مساحة في سوق رانجيس موزعة على تسعة أروقة للبيع، ومنطقة مخصصة للمزارعين من منطقة إيل دو فرانس، ومستودعات لوجستية ومرافق للمسؤولين.

بالإضافة إلى الإدارة التجارية وإدارة الممتلكات، تتولى شركة SEMMARIS مسؤولية الترحيب بالمستخدمين وأمن الموقع والتنسيق مع أجهزة الدولة بشأن قضايا الصحة والسلامة.

وأخيراً، تلتزم شركة SEMMARIS بالترويج لسوق رانجيس من خلال أنشطة التسويق والاتصال وتطوير سمعتها الدولية.

#### ب. ألمانيا:

لا يوجد في ألمانيا، التي يبلغ عدد سكانها 80 مليون نسمة، سوى 17 سوقاً للبيع بالجملة. ويتم ضمان التنسيق وتبادل المعلومات بين هذه الأسواق من قبل الرابطة الألمانية للأسواق الجديدة (GFI)، التي تجمع بين المديرين العاميين ومديري المتاجر. تلعب أسواق الجملة دوراً رئيسياً في النظام الألماني لتوزيع الأغذية، حيث تمثل 32% من الخضر والفواكه، و14% من النباتات والزهور، و5% من منتجات الأسماك واللحوم.

تواجه أسواق الجملة الألمانية منافسة قوية من مراكز الشراء القوية لمتاجر الخصومات مثل Aldi، Lidl، Rewe، أو Edeka، التي تهيمن على سوق توزيع المواد الغذائية من خلال تأمين ما يزيد عن 43% من حصص السوق. تشتهر هذه المتاجر بقدرتها على الشراء والتسويق بتكاليف منخفضة للغاية، مما يجعلها دائماً تحتل الصدارة.

سوق الجملة الرئيسي في ألمانيا هو سوق Beusselstrasse في برلين، والمعروف أيضاً باسم سوق Berliner Großmarkt، حيث يغطي مساحة تقدر بحوالي 330.000 متر مربع، ويضم حوالي 300 شركة. ويستقبل السوق شهرياً حوالي 1200 شاحنة و8500 مركبة تخص العملاء والموردين ويعمل به حوالي 2500 موظف. مع حجم مبيعات سنوي يقارب 1.0 مليار يورو، يُعد سوق الجملة هذا رائداً في مجاله. يشرف على الإدارة التجارية واللوجستية الفعالة للسوق فريق عمل مكون من 23 موظفاً. مشغل السوق، Berliner Großmarkt GmbH، هو شركة عامة مستقلة، وتوفر الشركات العاملة في سوق الجملة حوالي 2500 فرصة عمل، بينما توظف إدارة السوق 27 موظفاً.

#### ت. إسبانيا:

في إسبانيا، تلعب شركة Mercasa وشبكة Mercas دوراً حاسماً في تنوع المنتجات المتاحة في السوق. فعلى عكس نماذج التوزيع المركزية، تحرص هذه القنوات التجارية على الحفاظ على مجموعة واسعة من المنتجات، مع خيارات مختلفة لكل نوع من المنتجات. تسيطر شركة Mercasa العامة على حوالي 65% من مبيعات الخضار والفواكه في البلاد. وفي الوقت نفسه، تُعد شبكة Mercas قناة تسويق وتوزيع قوية، حيث توفر حوالي 65% من الخضار والفواكه المستهلكة في إسبانيا من خلال منشآتها. سوق الجملة الرئيسي في إسبانيا هو سوق الجملة Mercabarna في برشلونة، الذي يغطي مساحة 90 هكتاراً، ويُعد مركزاً رئيسياً لعالم الطهي، حيث يضم 600 شركة متخصصة في أنشطة مختلفة مثل توزيع وتحضير واستيراد وتصدير المنتجات الطازجة والمجمدة.

يُحقق السوق كل عام حجم مبيعات يبلغ 22.5 مليون يورو ويوفر حوالي 7500 وظيفة، تتعلق بشكل أساسي بالعمليات التجارية. ويضم هذا السوق سوق الخضار والفواكه المركزي، وسوق السمك المركزي، وسوق المنتجات العضوية، وسوق الزهور، ومنطقة الأنشطة التكميلية (ZAC)

تضم منطقة الأنشطة التكميلية (ZAC) الشركات المتخصصة في مجموعة متنوعة من المجالات مثل التخميل والتفريغ والتكرير والتحضير والتعبئة والتخزين والتوزيع والاستيراد والتصدير للمنتجات الطازجة والمجمدة. بالإضافة إلى ذلك، توجد هناك مراكز شراء لسلاسل توزيع الأغذية الكبيرة، وشركات تزويد قطاع المطاعم، وخدمات لوجستية للأغذية، وخدمات دعم أخرى.

يضم السوق حوالي 700 منافس، موزعين على النحو التالي: 140 في السوق المركزي للفواكه والخضار، و71 في السوق المركزي للأسماك، و12 في المسلخ، و400 في منطقة الأنشطة التكميلية (ZAC)، و10 في سوق الزهور، و10 في جناح متعدد الأغراض.

#### ث. تونس:

في تونس، تشرف الشركة التونسية لأسواق الخضار والفواكه على إدارة 8 أسواق جملة ذات المصلحة الوطنية، وهي سوق بن عروس وسوسة ومكنين و صفاقس وقابس وباجة والقيروان.

يتميز سوق الجملة في تونس العاصمة، والمعروف أيضاً باسم سوق الجملة في بنر القصعة، بكونه السوق الرئيسي للخضار والفواكه والأسماك في تونس، ويغطي مساحة إجمالية قابلة للاستغلال تبلغ

18805 مترا مربعا. يوجد أيضاً 24 وكيلاً لسوق الأسماك يعملون في سوق الجملة ذي المصلحة الوطنية في بئر القصة، بما في ذلك 9 شركات و15 فرداً، والذي يغطي مساحة إجمالية قابلة للاستخدام تبلغ 2000 متر مربع.

يتكون اتحاد الأنشطة التجارية (UAM) من عدة أقسام، وهي سوق الخضار والفواكه، والأسواق متعددة الأغراض، والمستودعات اللوجستية، ومناطق الأنشطة التكميلية. وتشمل المباني الوظيفية المخصصة للبيع 6 قاعات بمساحة إجمالية قدرها 36300 متراً مربعاً لوكلاء الخضار والفواكه، وقاعة بمساحة إجمالية قدرها 4315 متر مربع للأسماك، و36 منصة بمساحة إجمالية قدرها 2000 متر مربع لتجار الجملة للتمور والبذور، بالإضافة إلى مجمع إداري يضم مكاتب SOTUMAG، المسؤولة عن إدارة السوق.

يشرف على السوق وكلاء بالعمولة يبيعون المنتجات الزراعية والسمكية في عين المكان نيابةً عن موكلهم. ويوجد حالياً 195 وكيل فواكه وخضار يعملون في سوق الجملة ذي المصلحة الوطنية في بئر القصة، من بينهم 40 شركة و155 فرداً، بالإضافة إلى 36 تاجر جملة للتمور، من بينهم 9 شركات و27 فرداً. وأسندت مهمة إدارة هذا السوق إلى الشركة التونسية لسوق الجملة (SOTUMAG) وهي هيئة عمومية ذات طابع غير إداري، أنشئت بموجب القانون رقم 68 بتاريخ 10 نونبر 1980. وتشمل مهامها الرئيسية تركيز العرض في موقع واحد لتنظيم العرض والطلب، وتقليص قنوات التوزيع عن طريق الحد من عدد الوسطاء، والامتثال للمعايير التنظيمية المعمول بها في المنتجات الزراعية الطازجة، وتعزيز الشفافية في المعاملات من خلال مركزية الأماكن التي يتم فيها تداول المنتجات الزراعية في شبكة متكاملة.

## 2.1 إدارة أسواق الجملة

في إطار التخطيط، تُسند لهذه الأسواق مهمة خدمة عامة، وبالتالي تُعتبر ذات منفعة عامة. وقد يتم إنشاؤها في الملك العام للدولة أو للجماعات الترابية. ويمكن للجماعات الترابية المسؤولة عن إنشاء سوق الجملة إما أن تديره بنفسها (إدارة ذاتية)، أو أن تعهد بإدارته إلى كيان خاص أو عام.

فعلى سبيل المثال، ينص المرسوم رقم 53.959 الصادر في 30 شتنبر 1953 على إنشاء شبكة من أسواق ذات المصلحة الوطنية، وهي مناطق فريدة مخصصة لتركيز العرض والطلب، وإعادة تنظيم قنوات توزيع المنتجات الغذائية الطازجة على الصعيد الوطني. لهذا الغرض، تم إنشاء نوعين من الأسواق ذات المصلحة الوطنية: تلك المخصصة للإنتاج (مثل كافايون أو شاتورينار) والأخرى المخصصة للبيع بالجملة في مناطق الاستهلاك (مثل رانجيس أو غرونوبل). تتميز هذه الأسواق على وجه الخصوص بتحديد نطاق حماية حولها، حيث يُمنع فيه الأنشطة التجارية المنافسة، وبإشراك المؤسسات العامة مثل الدولة أو الأقاليم أو الجماعات الترابية في إدارتها.

وقد تم اعتماد هذا النموذج أيضاً في تونس، حيث عُهد إلى شركة SOTUMAG، التي تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 68 المؤرخ 10 نونبر 1980، بعدد من مهام الخدمة العامة كسوق ذات مصلحة وطنية. وتشمل هذه المهام تركيز العرض على موقع واحد لتنظيم العرض والطلب، وتقليص قنوات التوزيع عن طريق خفض عدد الوسطاء، والامتثال للمعايير التنظيمية الموضوعة للمنتجات الزراعية الطازجة، وتعزيز الشفافية في المعاملات من خلال تركيز مواقع التداول الزراعي في شبكة متكاملة وإنشاء قاعدة بيانات وطنية لأسعار الخضار والفواكه والأسماك.

وفي البلدان الأربعة التي خضعت للدراسة، تمت ملاحظة أن إدارة قطاع أسواق الجملة للفاكهة والخضار تُعهد إلى مؤسسات عامة، على غرار الأسواق ذات المصلحة الوطنية وقد أُنشئ هذا النوع من الهياكل

بهدف إعادة تنظيم تسويق المنتجات الغذائية الطازجة على المستوى الوطني، وبالتالي تكلّف أسواق الجملة ذات المصلحة الوطنية بمهمة خدمة عامة، وتحمى وظيفتها كوسيط بإنشاء نطاق حماية. وغالباً ما تكون هذه الهياكل عبارة عن شركات ذات الاقتصاد المختلط يتم إنشاؤها بالشراكة بين الدولة والجماعات الترابية من جهة، والمساهمين من القطاع الخاص من جهة أخرى. في بعض الأحيان يمكن لشركة واحدة أن تنشئ عدة فروع في جميع أنحاء البلاد. وهذا هو الحال في إسبانيا على وجه الخصوص، حيث تتكون شبكة Mercas من 23 وحدة لتوزيع المواد الغذائية بالجملة والخدمات اللوجستية تغطي كامل التراب الإسباني.

الجدول 10: هياكل إدارة أسواق الجملة في البلدان المدروسة

السوق	هياكل الإدارة
رونجيس (فرنسا)	يتم إدارة السوق من قبل شركة اقتصاد مختلط، وهي شركة SEMMARIS (الشركة المختلطة للتنمية وإدارة السوق الوطني لرونجيس)، التي يتقاسم رأسمالها شركاء من القطاعين العام والخاص. ويتمثل دورها في بناء وتشغيل سوق الجملة الوطني في باريس-رونجيس، ولا سيما من خلال بناء وتشغيل السوق، وتصميم المباني وتنسيق العمل، وصيانة وإصلاح المعدات والمرافق، وتوفير المياه والكهرباء والصرف الصحي وتوفير إدارة النفايات وشبكات التدفئة، وما إلى ذلك.
ميركابانا (إسبانيا)	ميركابارنا هي شركة تجارية تأسست في عام 1967، وتمتلك شركة ميركاسا أسهمها على النحو التالي: 55.69% من أسهمها شركة برشلونة للخدمات البلدية (BSM) 29؛ 36.79% من أسهم ميركاسا؛ 12.16% من حكومة كتالونيا؛ 0.36% من الخزينة العامة. تشارك الشركة الإدارية، وهي شركة إسبانية عامة، في دعم وتعزيز وتحديث البنى التحتية التجارية في إسبانيا، وتعد وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية ووزارة المالية من بين المساهمين الرئيسيين فيها، كما تتكلف هذه الشركة العامة بإدارة 22 سوقاً للفواكه والخضار.
Berliner Großmarkt (ألمانيا)	يدير شركة إدارة السوق مجلس إشرافي يضم ممثلين من مجلس الشيوخ للاقتصاد والتكنولوجيا والبحوث.
بئر القصة (تونس)	الشركة مسؤولة عن إدارة المرافق وبالتالي عن السلامة التشغيلية لموقع سوق الجملة. وتشمل مهامها تأجير المساحات التجارية والمكاتب بالإضافة إلى صيانة وإصلاح المنطقة بأكملها.

المصدر: من إعداد مجلس المنافسة

## 2. التوجهات الرئيسية في قنوات تسويق الخضار والفواكه

### 1.2 تطوير قنوات التوزيع القصيرة

تُعرّف قناة التوزيع القصيرة بأنها قناة تتضمن وسيطاً واحداً على الأكثر بين المنتج والمستهلك، بغض النظر عن المسافة التي يقطعها المنتج. وتتميز هذه القنوات بتنوع طرق البيع، بما في ذلك المتاجر الكائنة بالمزارع والمنصات الإلكترونية وأسواق الفلاحين والمتاجر المتخصصة. يلبي نهج البيع المباشر هذا طلباً متزايداً من صانعي السياسات العامة والمستهلكين على حد سواء، لحرصهم على تشجيع الممارسات الأكثر استدامة وتعزيز الروابط مع المنتجين المحليين.

على المستوى الأوروبي، تتمحور الركيزة الثانية للسياسة الزراعية المشتركة (PAC) على تحسين نوعية الحياة في المناطق الريفية وتعزيز تنوع الأنشطة الاقتصادية. ويهدف التدبير 311 على وجه التحديد التنوع في الأنشطة غير الزراعية، ولا سيما المبيعات المباشرة للمنتجات الزراعية، بهدف الحفاظ على الأنشطة الاقتصادية وتطويرها وتعزيز العمالة في المناطق الريفية. وفي فرنسا، تشكل هذه الرغبة في

تعزيز قنوات التوزيع القصيرة جزءاً من خطة عمل أطلقتها وزارة الزراعة والثروة السمكية في عام 2009، استجابة للالتزامات التي تم التعهد بها في منتدى غرينيل للبيئة. وتهدف الخطة إلى زيادة نسبة المنتجات الموسمية وتحسين التقارب بين المنتج والمستهلك من خلال أربع محاور أساسية.

في فرنسا، على سبيل المثال، يتضمن مشروع قانون توازن العلاقات التجارية في قطاعي الزراعة والغذاء وتوفير غذاء صحي ومستدام و متاح للجميع الذي اعتمد في عام 2018 تدابير لتشجيع القنوات القصيرة وتعزيز مكانة المنتجات المحلية في المتاجر في فرنسا، لا سيما من خلال فرض حد أدنى من المنتجات المحلية في المتاجر الكبرى.

في إسبانيا وألمانيا، تطورت قنوات التوزيع القصيرة أيضاً مع مبادرات مثل أسواق الفلاحين والتعاونيات الزراعية والمتاجر الزراعية والمنصات الإلكترونية التي تسهل البيع المباشر للمنتجات الزراعية للمستهلك المحلي. تساعد هذه المبادرات على تعزيز الزراعة الأكثر استدامة ودعم المنتج المحلي وتعزيز الاقتصادات الريفية.

تمكّن قنوات التوزيع القصيرة الفلاحين من تحديد أسعارهم والبيع مباشرة للمستهلك الواعي والمهتم بمصدر وجودة المنتجات. ومن خلال التقليل أو الحد من عدد الوسطاء، تقدم هذه القنوات للمستهلك منتجات طازجة وعالية الجودة بأسعار تنافسية، مع ضمان تعويض عادل للمنتجين، كما أنها تشجع على رفع نسبة مشاركة الفلاحين في سلسلة التوريد، وتوفر بديلاً لتقلبات أسعار السوق.

## 2.2 تعزيز ودعم مجموعات المنتجين

في المشهد الزراعي المعاصر، ونظراً لتزايد تعقيد حلقة الإنتاج الزراعي، تلعب مجموعات المنتجين دوراً حاسماً في تعزيز القدرة التنافسية والحفاظ على تنوع المزارع. فهي تجمع بين المنتجين ذوي المصالح المشتركة، وتوفر محطة للتعاون والإدارة الجماعية للموارد وتحسين ظروف التسويق.

توصي هيئة المنافسة الفرنسية، في إشعار نُشر على الملأ (الإشعار رقم 18-A-04 بتاريخ 3 ماي 2018 المتعلق بالقطاع الزراعي)، باتخاذ بعض تدابير المرونة لصالح منظمات المنتجين من أجل تشجيع تركيز العرض ومنح المنتجين الوسائل اللازمة لاتخاذ إجراءات فعالة. تندرج هذه التوصيات ضمن إطار أوسع لإصلاح السياسات الزراعية الأوروبية، ولا سيما من خلال السياسة الزراعية المشتركة.

على الرغم من الجهود المبذولة لتعزيز منظمات المنتجين، لا يزال هناك اختلال في العلاقات التجارية، يتفاقم بسبب عزوف بعض المنتجين عن الانضمام إلى هذه الهياكل والتحديات التنافسية التي يفرضها المنتجون في البلدان الأخرى. وبالتالي، يجب توخي تدابير مرونة جديدة لتعزيز دور وتأثير مجموعات المنتجين في سلسلة القيمة الزراعية. وشددت السلطات بوجه خاص على أهمية إلغاء المعيار المتعلق بمدى جدية إنشاء منظمات المنتجين، وهو تدبير من شأنه أن يحفز التركيز ويشجع على توثيق التعاون بين المنتجين.

وفي فرنسا، توصي هيئة المنافسة أيضاً بتسهيل شروط المفاوضات الجماعية بشأن الأسعار داخل منظمات المنتجين لتشمل قطاع الخضار والفاكهة، تماشياً مع التدابير المتخذة في القطاعات الزراعية الأخرى. ويهدف هذا الإجراء إلى تعزيز القدرة التفاوضية للمنتجين وتشجيع علاقات أكثر توازناً بين مختلف الجهات الفاعلة في القطاع.

في تونس، يمثل تعزيز ودعم شركات الخدمات التعاقدية الزراعية خياراً استراتيجياً للدولة في مجال التنمية الزراعية. فمنذ الاستقلال، بُدلت جهود كبيرة لتعزيز التعاونيات الفلاحية التي تلعب دوراً

حاسماً في دعم صغار الفلاحين وتعزيز القطاع الفلاحي. ومع ذلك، على الرغم من هذه المبادرات، لا يزال سجل التعاونيات الزراعية متبايناً، مع تنوع الهياكل التي تتراوح بين شركات الخدمات الزراعية صغيرة الحجم والتعاونيات الكبيرة التي تعمل على مستويات مختلفة من سلسلة القيمة الزراعية.

### 3.2 استخدام نظم المعلومات والحلول الذكية لضمان إمكانية تتبع مسار الخضار و الفواكه

يمثل إدراج واستخدام نظم المعلومات الذكية في الأسواق التي تمت دراستها بمثابة تقدماً نوعياً كبيراً للقطاع، أدى في نفس الوقت إلى زيادة الوعي بالمخاطر التي تنطوي عليها العمليات وتطوير تقنيات للمساعدة في الحد من الخسائر في جودة المنتج مع ضمان إمكانية التتبع وسلامة الأغذية.

في إسبانيا، يعد مشروع TICS4FRUIT خيراً مثالاً على هذا الاتجاه. ويجمع هذا المشروع بين تحليل مصادر البيانات الخارجية والداخلية، واستخدام تقنيات البيانات الضخمة، وتطوير الملصقات الذكية والتطبيقات المختلفة، وتنفيذ العمليات اللوجستية المحسنة. ويتمثل الهدف العام لمشروع TICS4FRUIT في ضمان جودة الفواكه وسلامتها وإمكانية تتبعها في جميع مراحل ما بعد الجني والنقل والتوزيع، من خلال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC)، وتحسين الأداء اللوجستي وتعزيز الاستجابة في المراحل الحاسمة في السلسلة.

سيتيح تطبيق الأنظمة التي تتضمن أنواعاً مختلفة من أجهزة الاستشعار، مثل شبكات الاستشعار اللاسلكية وأجهزة الاستشعار الذكية والأجهزة الإلكترونية، بالإضافة إلى تحسينات في الأداء اللوجستي، إمكانية الحفاظ على الظروف المثالية في كل مرحلة والكشف في الوقت الحقيقي عن أي حوادث قد تؤدي إلى خسائر في الجودة. ويندرج كل هذا ضمن خطة العمل للمشروع الذي ستستمر لمدة عامين.

وعلى الرغم من أن أنظمة المعلومات تم استخدامها على نطاق واسع في قطاع الفواكه قبل الجني، إلا أن مراحل التعبئة بعد الجني، والتوزيع، واللوجستيات، والنقل، التي تعد أيضاً ضرورية للحفاظ على جودة المنتجات، لم يتم دراستها بشكل كافٍ حتى الآن. وهذا ما حفز هذا التطور، لأنها تمثل نقاطاً حاسمة في السلسلة تتطلب اهتماماً خاصاً للحفاظ على الجودة الأولية للمنتجات، وتتبعها، وإدارة لوجستية مستدامة.

يتمثل التحدي الرئيسي الذي تواجهه نظم المعلومات في تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال التنسيق الفعال لتبادل المعلومات بين الموردين وقطاعات التوزيع، بما يتماشى مع احتياجات المستهلكين. وفي حين أن التكلفة لا تزال تلعب دوراً رئيسياً في سلسلة التوريد الغذائي، فإن طلبات العملاء وأنماط الاستهلاك المتغيرة تقود التغيير التدريجي.

أما فيما يتعلق بإمكانية التتبع، فقد أصبح من الواضح أن المعلومات الأساسية مثل تواريخ الصلاحية لم تعد كافية للمستهلكين، الذين يطالبون بمؤشرات أكثر دقة. تضيف العبوات الذكية، مثل تلك التي تتضمن مؤشرات النضارة أو أجهزة الاستشعار، قيمة حقيقية من خلال توفير معلومات مفصلة عن حالة الأغذية وجودتها، مما يلبي حاجة المستهلك المتزايدة لتتبع الأغذية وسلامتها.

على الرغم من أن أنظمة التغليف الذكية ليست متاحة بعد على نطاق واسع في السوق، ويرجع ذلك جزئياً إلى التكلفة والاستثمار المطلوب، إلا أنه من المنتظر أن يصبح دمج الملصقات الذكية حقيقة واقعة مع تطور عادات المستهلك وتصاعد جهود مكافحة الهدر الغذائي. تتطور التقنيات لتقديم حلول أبسط وأكثر بديهية تتضمن أنظمة للتنبؤ بنضارة الأغذية وحالتها لتحسين استخدام الموارد وتقليل الهدر الغذائي.

## 4.2 اتساع نطاق الرقمنة

يؤثر الدور المتنامي للتكنولوجيا الرقمية على جميع الجهات الفاعلة في سلسلة توريد الأغذية، مما أدى إلى ظهور جيل جديد من "أسواق الجملة 2.0". وقد أدى ظهور منصات التجارة الإلكترونية إلى تمكين العديد من الأسواق من الحفاظ على نشاطها خلال الأزمة الصحية الناجمة عن جائحة كوفيد-19، مع تكييف ممارساتها مع المعايير الصحية الحالية. يهدف هذا الانتقال إلى التكنولوجيا الرقمية أيضاً إلى تعزيز إمكانية تتبع المنتجات المتداولة وضمان السلامة الصحية وتبسيط الإجراءات الإدارية والتجارية. وقد وضعت بعض أسواق الجملة نفسها كحاضنات للشركات الناشئة، مما ساهم في نمو التكنولوجيا الرقمية. تمثل بعض أسواق الجملة مفهوم حاضنة الشركات الناشئة، مما يساهم في تعزيز التكنولوجيا والرقمنة. مثال بارز على ذلك هو حاضنة الشركات Euralimentaire، التي تأسست في عام 2016 داخل سوق المصلحة الوطنية لمدينة ليل الفرنسية، والتي تشجع على تطوير مشاريع AgTech و FoodTech. على الرغم من تسارع وتيرة التحول الرقمي بسبب جائحة كوفيد-19، لا تزال هناك تفاوتات كبيرة على الصعيد العالمي. وفي حين تكيفت معظم الأسواق في البلدان المتقدمة بسرعة مع السياق الصحي الجديد من خلال تقديم حلول تسويقية مبتكرة، مثل التطبيقات والمنصات الرقمية للمعاملات بين المنتجين والمشتريين، وبين المهنيين وعمامة الناس، إلا أن انتشار هذه الابتكارات الرقمية لا يزال متفاوتاً. فوفقاً لدراسة أجرتها منظمة الأغذية والزراعة (FAO) في أمريكا اللاتينية، بدأت 40% من أسواق الجملة التي شملتها الدراسة في اعتماد إجراءات الدفع الإلكتروني بحلول عام 2020، واحتلت الشيلي المقدمة، لكن التجار أفادوا بوجود صعوبات مستمرة مثل هيمنة القطاع غير المهيكل، ومحدودية الوصول إلى الإنترنت، ونقص الموظفين، وغياب تصنيف المنتجات.

بشكل عام، من المتوقع أن تحقق التجارة الإلكترونية في مجال الأغذية تقدماً بحلول عام 2030 وتمثل بالفعل 10 إلى 15% من مبيعات الأغذية في العديد من البلدان الآسيوية، ولا سيما الصين. ومع ذلك، فإنها تواجه تحديات لوجستية معقدة تتعلق بالمنتجات الطازجة، بما في ذلك إدارة المخزون وتكلفة الميل الأخير، بالإضافة إلى قيود تنظيمية وصحية كبيرة.

## 5.2 إدماج اعتبارات الاستدامة

تماشياً مع أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، تم تطبيق مبادئ الاقتصاد الدائري بشكل خاص على قطاع الأغذية الزراعية. والهدف هو تجاوز النموذج الاقتصادي التقليدي المقيد بعمليات الاستخراج، التصنيع، الاستهلاك، والتخلص، لصالح نموذج من المرجح أن يُمكن مجموعة متنوعة من الجهات الفاعلة البشرية وغير البشرية من استخدام الموارد والمنتجات الواردة. ويكتسب هذا النهج أهمية خاصة في القطاع الزراعي، حيث يمكن إعادة استخدام العديد من الموارد مثل المياه والطاقة والتربة والمدخلات ومواد التعبئة والتغليف. ولا تقتصر إعادة الاستخدام هذه على ضمان سلسلة تشغيل النظام واستدامته فحسب، بل تساعد أيضاً على تحسين الأمن الغذائي والمائي والطاقي للسكان.

وتكتسب قضايا الاستدامة هذه أهمية خاصة على مستوى البيع بالجملة. على الرغم من أن العديد من أسواق الجملة تشارك حالياً بشكل كبير في فرز النفايات وإعادة تدويرها، إلا أن مبادئ التدوير هذه ليست جديدة على الساحة الدولية، حيث تقوم العديد من الأسواق منذ فترة طويلة بإمداد بنوك الطعام. ومع ذلك، فإن ما يتطور اليوم هو الرغبة في وضع إدارة منهجية للأغذية والنفايات غير المباعية بالتعاون الوثيق مع الجمعيات والسلطات العامة المحلية. كما أن مسألة الخدمات اللوجستية في

المناطق الحضرية والحاجة إلى الحد من الاثر الكربوني في الكيلومترات الأخيرة هي أيضاً في صميم الاهتمامات الحالية بشأن استدامة الإمداد الحضري.

على سبيل المثال، بين عامي 2017 و2019، شهد سوق الجملة في مدريد ميركاماريد انخفاضاً بنسبة 21% في عدد الحمولات التي تلج إلى مكب النفايات، وزيادة بنسبة 45% في إعادة التدوير واستبدال أسطولها بالكامل بمركبات تعمل بالكهرباء أو بالغاز. وبالمثل، في سانتياغو دي تشيلي، أقام سوق لو فالدور شراكة مع مؤسسة Fundación Banco de Alimentos Lo Valledor (في عام 2015) لتوزيع الأغذية على المجتمعات المستضعفة في محيط العاصمة. هذا و يهدف برنامج كومبوستاجي ، الذي تم إطلاقه في عام 2018، إلى إعادة استخدام الطعام غير المستهلك كعلف للحيوانات أو تحويله إلى سماد، بهدف أن يصبح سوقاً خالٍ من النفايات بحلول عام 2030. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن ترتبط أسواق الجملة بالبنى التحتية الخاصة بالميثان كما هو الحال في فرنسا، حيث تم إطلاق تجربة رائدة في تورز لتحويل نفايات الخضار إلى غاز حيوي وسماد.

## سابعا : الاستنتاجات، الرؤية الشاملة والتوصيات

### 1. الاستنتاجات

#### 1.1 الاستنتاجات المشتركة

##### 1.1.1 السمات الخاصة بمنتجات الخضار و الفواكه

على الرغم من أن الخضار والفواكه تشترك في بعض أوجه التشابه مع المواد الغذائية الأخرى من وجهة نظر مجتمعية، إلا أنها تتسم بخصائص فريدة تفرض تحديات خاصة على الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة. أولاً، عدم التجانس: يمكن أن تختلف كل فاكهة أو خضروات من حيث الحجم والشكل واللون وحتى الطعم، مما يجعل التعامل معها وتسويقها أكثر تعقيداً. بالإضافة إلى ذلك فإن قابليتها للتلف تشكل عائقاً رئيسياً، وذلك لأن مدة صلاحيتها محدودة وتتطلب ظروف تخزين ونقل مناسبة لتجنب الخسائر غير الحيوية.

وأخيراً، تعد الموسمية عاملاً حاسماً، حيث يختلف توافر الخضار والفواكه باختلاف المواسم، مما يؤثر على العرض والطلب والأسعار على مدار العام. لهذا تستدعي هذه السمات المحددة تبني استراتيجيات إدارة مناسبة من جانب المنتجين والموزعين وتجار التقسيط لضمان جودة المنتجات وطراوتها وتوافرها من أجل تلبية حاجيات المستهلكين.

##### 2.1.1 عدم استقرار أسواق الفواكه والخضار

عدم الاستقرار سمة متأصلة وهيكلية لأسواق الخضار والفواكه. فالتقلبات غير المنتظمة في الأسعار شائعة في هذه الأسواق، وغالباً ما تكون ناجمة عن مجموعة متنوعة من العوامل. على سبيل المثال، يمكن أن تؤدي التقلبات المناخية إلى تغيرات مفاجئة في الإنتاج الفلاحي، مما يؤثر على المعروض من الفواكه والخضار في السوق. وبالمثل، يمكن أن يكون للتقلبات المناخية والظواهر الطبيعية القاسية تأثير كبير على توفر المنتجات وأسعارها.

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تسهم عوامل أخرى مثل تفضيلات الاستهلاك وتكاليف الإنتاج ومستويات الاستيراد والتصدير وقرارات الفاعلين في السوق في عدم استقرار الأسعار. وهذا يخلق بيئة تجارية غير مستقرة للمنتجين والتجار والمستهلكين، حيث يجب عليهم التكيف باستمرار مع تقلبات السوق.

إن عدم استقرار أسواق الفواكه والخضر هو واقع يتعين على الجهات الفاعلة في القطاع مواجهته. ويشكل فهم أسباب عدم الاستقرار هذا ووضع استراتيجيات مناسبة للتخفيف من حدته تحدياً مهماً لضمان استقرار هذا القطاع الحيوي واستدامته.

### 3.1.1 عدم الشفافية وعدم تناسق المعلومات

في أسواق الفواكه والخضر، سواء بالجملة أو بالتقسيط، هناك نوعان من المعلومات، يمكن أن يكون لهما تأثير على الأسعار: المعلومات الانية والمعلومات التاريخية. تتيح المعلومات الانية، التي تتعلق عمومًا بالأسعار والكميات، اتخاذ قرارات فورية بعد تقييم مدروس. وبالمثل، تلعب المعلومات التاريخية (تغيرات الأسعار، والتغيرات في العرض والطلب، وما إلى ذلك) دوراً حاسماً في اتخاذ القرارات.

ووفقاً للدراسة الاستقصائية الخارجية التي أجراها مجلس المنافسة بتكليف، والتي أجريت مع الجهات الفاعلة الرئيسية (المنتجين وتجار الجملة وتجار التقسيط والأسر) في أبريل 2022، يمكن تلخيص عدم تناسق المعلومات على النحو التالي:

- بين المنتجين وتجار الجملة (أو الوسطاء)، وغالباً ما يكون لدى هؤلاء معلومات أفضل عن تطورات المنتجات التي يتم التفاوض بشأنها بسبب حركيتهم على طول سلسلة التوزيع. وهذا التباين في المعلومات يؤدي بالمنتجين إلى اختيار أشكال مختلفة من التنظيم، ولا سيما باستخدام وسيط، للتعامل مع المخاطر التي يتضمنها بيع منتجاتهم وعدم تناسق المعلومات فيما يتعلق بالتجار. ولا يعتمد السعر الذي يبيع به المنتج منتجاته على ظروف العرض والطلب المحليين فحسب، بل يعتمد قبل كل شيء على ظروف العرض والطلب في أسواق الجملة في المناطق الحضرية، مما يعني ضمناً تكاليف المعلومات المرتبطة بالبحث عن الأسعار المناسبة. وهذا ما يبرر وجود وسطاء مسؤولين عن إدارة هذا النوع من عدم اليقين، وهو ما يترجم إلى هامش ربح إضافي.

- بين المنتجين وتجار التقسيط المحليين، وبسبب نقص المعلومات عن تدفق المنتجات في الأسواق، يواجه المنتجون حالة من عدم اليقين هذه، إلى جانب عدم استقرار الطلب، إلى زيادة في تقلبات الأسعار. كما يواجهون أيضاً أوجه عدم يقين أخرى، مثل نقص المعلومات حول توفر المنتجات والثغرات في إمدادات النقل و/أو عدم انتظامها. ومع ذلك، فإن الوسطاء لديهم معلومات أفضل عن أوضاع السوق بسبب تنقلاتهم بين مناطق الإنتاج المختلفة وأسواق الجملة، فضلاً عن شبكة معارفهم. ويمنح هذا التباين في المعلومات لتجار الجملة/الوسطاء حافزاً قوياً للاستفادة منها، خاصة وأن صغار المزارعين ومتوسطي الحجم لديهم مجال أقل للمناورة بسبب قابلية منتجاتهم للتلف، ما يجعل جودة المنتجات غير مستقرة بمرور الوقت ويؤدي إلى انخفاض قيمتها.

- بين تجار الجملة وتجار التقسيط المحليين: على عكس تجار الجملة، فإن تجار التقسيط على اتصال مباشر مع المستهلكين. فهم لديهم معرفة متعمقة بزبائنهم وعاداتهم الشرائية ورغباتهم وبفضل قربهم من المستهلكين، فإنهم يتمتعون بميزة معلوماتية كبيرة عندما يتعلق الأمر بسلوك الشراء منحى السوق في منطقة تجميعهم. وعلى الرغم من أنهم يخضعون للأسعار التي يفرضها الوسطاء، إلا أن موقعهم يمنحهم معلومات عن أسعار المنتجات المتاحة وعن ظروف السوق في بيئتهم المباشرة. وفي ظل هذه الديناميكية، يستطيع تجار التقسيط تعديل أسعارهم

وفقاً لمعرفتهم بالسوق وزبائنهم المحددين من أجل زيادة مبيعاتهم وأرباحهم إلى حد أقصى. ومن ناحية أخرى، حيثما يكون هناك نقص في المعلومات، يميل تجار الجملة والوسطاء إلى التنبؤ بهوامش ربح عالية لحماية أنفسهم من خطر الخسارة. ونتيجة لذلك، يحصل المنتجون على أسعار منخفضة بينما يشتري المستهلكون بأسعار مرتفعة.

و غالباً ما يكون عدم الشفافية وعدم تناسق المعلومات بين الفاعلين في القطاع (المنتجين وتجار الجملة وتجار التقسيط) نتيجة لموقعهم في سلسلة التوريد. على سبيل المثال، يكون المنتجون، لا سيما صغار الفلاحين ذوي الموارد المحدودة، أقل اطلاعاً من التجار على منافذ البيع في المناطق الحضرية والأسعار، في غياب نظام معلومات موثوق به لموازنة ميزان القوى بين الفاعلين في السوق. وبالمثل، كلما كان المنتج أكثر قابلية للتلف، كلما زاد عدم اليقين المرتبط ببيعه؛ وتسلط هذه الخاصية الضوء أيضاً على الالتزام بعرضه في السوق، مهما كان السعر. ويصبح هذا الوضع أكثر حرجاً عندما لا يتم تنسيق المعاملات بشكل وثيق لتجنب تخفيض قيمة المنتج أو تعطيل العمليات. وفي كثير من الأحيان، يجد مختلف المشغلين أنفسهم في حالة من التعاون المتضارب.

#### 4.1.1 إطار قانوني متقادم وغير مكتمل

لا يزال الإطار القانوني الذي ينظم أسواق الجملة وعملها غير مكتمل وغير واضح، سواء بالنسبة للقطاع ككل أو لكل سوق محددة:

- فيما يتعلق بأسواق الجملة للفواكه والخضار، تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد إطار قانوني محدد ينظمها. لا تظهر سوى جوانب مجزأة تتعلق بإنشائها وإدارتها في أحكام قوانين متفرقة، بعضها قديم. وتشمل، على وجه الخصوص، القانون الصادر في 7 فبراير 1962 المتعلق بتخصيص بتفويض الوكالات. وينظم هذا القانون عمل هذه الوكالات من خلال تراخيص تمنحها الدولة مجاناً لوكلاء تعيينهم وزارة الداخلية، نصفهم من الأشخاص الذين ساهموا في حركة المقاومة الوطنية. وغالباً ما يُعتبر نظام وكلاء أسواق الجملة للفواكه والخضار هذا نظاماً قديماً ومحدوداً من الناحية العملية.

- وهناك قانون آخر يشير إلى أسواق الجملة، وهو القانون التنظيمي رقم 111.14 المتعلق بالجهات (الصادر بمقتضى الظهير الشريف رقم 1-15-83 بتاريخ 7 يوليو 2015). ووفقاً لمقتضياته، يتعين على الجهة، في إطار مجالات اختصاصها المتعلقة بالتنمية الجهوية، تعزيز أسواق الجملة الجهوية. ومع ذلك، لا يتطرق النص إلى طبيعة المنتجات والأنشطة التي سيتم تنفيذها داخل أسواق الجملة التابعة لها. وفي الوقت نفسه، فإن مصطلح "الترويج" يجعل من اختصاص الإقليم اختصاصاً "غير حصري"، والذي ينبغي ممارسته مع الجهات الفاعلة الأخرى من خلال عقود بين الدولة والجهة أو التعاون بين الجماعات الترابية.

وبالتزامن مع النصوص المذكورة أعلاه، سمح القانون التنظيمي رقم 113.14 المتعلق بالجماعات بإنشاء أسواق الجملة المختلطة بالتعاون مع فاعلين آخرين في القطاع العام أو الخاص، مما يضع حداً للاحتكار أسواق الجملة المختلطة العامة المحضة. ومع ذلك، لا يحدد هذا القانون ما إذا كانت الجماعة تملك حقوقاً حصرياً لإنشاء هذه الأسواق، أو ما إذا كانت منشآت جماعية يكون الاستثمار فيها مفتوحاً للمشغلين من القطاع الخاص والهيئات العامة الأخرى.

وقد أدت هذه الثغرات في الإطار القانوني لأسواق الجملة إلى حدوث ارتباك وصعوبات في تنظيمها وتشغيلها، مما يضر بفعاليتها وقدرتها على تلبية احتياجات قطاع الفواكه والخضر. - فيما يتعلق بتجار الجملة، تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد إطار قانوني يحدد نوعية "تجار الجملة"، مما يجعل من الصعب تحديد هذه الفئة من التجار، على عكس ما هو منصوص عليه في أفضل ممارسات القانون المقارن.

- وأخيراً، لا يزال سوق التقسيط للفواكه والخضر، الذي غالباً ما يكون مصدراً لخلل في المنافسة، غير منظم. وحتى القانون رقم 13.83 المتعلق بزجر الغش في السلع يستثني من نطاقه الفواكه والخضر التي تباع نيئة، الأمر الذي من المرجح أن يؤدي إلى مشاكل في الجودة ويزيد من مخاطر سلامة الأغذية على المستهلكين.

## 2.1 الاستنتاجات بشأن مرحلة الإنتاج

### 1.2.1 القيود المرتبطة بإنتاج الخضر و الفواكه

يفرض على المنتجين العاملين في قطاع الخضر و الفواكه الاشتغال في بيئة تنظيمية متغيرة باستمرار، لأنهم يواجهون عائقاً مزدوجاً: من ناحية، الحاجة إلى إيجاد منافذ بيع لمنتجاتهم من أجل ضمان الربح الاقتصادي، ومن ناحية أخرى، عدم وجود شبكات دعم من حيث التمويل وتغطية المخاطر.

ويزداد هذا القيد حدة بسبب عدة عوامل. أولاً، غالباً ما يكون عرض المنتجين غير مرن بسبب التجزئة المفرطة للأراضي الزراعية وعدم وجود وفورات الحجم. كما يعني هذا التجزؤ في المزارع أن المنتجين غير قادرين على استخدام الكميات للتأثير على أسعار السوق. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي القيود المناخية مثل الجفاف أو الفيضانات إلى خسائر في المحاصيل، مما يزيد من الضغط على ربحية المزارع. وعلاوة على ذلك، تعتبر هذه المنتجات، سريعة التلف ويصعب تخزينها. وهذه الخاصية تجعل العرض أكثر صرامة، حيث يحتاج المنتجون إلى بيع منتجاتهم بسرعة قبل أن تلف، مما يحد من قدرتهم على التفاوض على أسعار مناسبة.

وفي هذا السياق، ينتج عن عدم وجود شبكات دعم من حيث التمويل وتغطية المخاطر إلى تفاقم ضعف المنتجين، لأنه بدون الحصول على الائتمان الكافي والتأمين المناسب، يضطرون إلى تحمل مخاطر كبيرة للحفاظ على أنشطتهم، مما قد يعرض أمنهم المالي على المدى الطويل للخطر.

### 2.2.1 ممارسة البيع المؤجل

يمكن تعريف البيع المؤجل على أنه بيع الفواكه على الشجرة أو محاصيل الخضر التي يتم حصادها في الحقل، مع بقاء هذه المنتجات تحت مسؤولية البائع حتى تنضج تماماً.

ومع ذلك، تشير التحقيقات التي أجريت كجزء من المسح الميداني الذي أجراه مجلس المنافسة إلى أن الجني الجاري قد يخضع لعملية استحواذ منفصلة قبل أن يتم فصله فعلياً. بل قد يتم الاستحواذ عليه قبل ستة أسابيع من بلوغه مرحلة النضج. وبالنسبة للبائع، فإن هذه الممارسة تقلل من المخاطر المرتبطة بسوء الأحوال الجوية وزيادة العرض. أما بالنسبة للمشتري، وهو تاجر الجملة عموماً، فهي عملية شراء مسبقة تتم بشكل استراتيجي، مع مراعاة حجم السوق والوافدين الجدد المحتملين واحتياجات الاستهلاك. ومع ذلك، ترتبط هذه الممارسة بالمشاكل الهيكلية لتمويل الفلاحين، ويميل الوسطاء/تجار الجملة الذين يستخدمونها إلى تبني سلوك المضاربة.

### 3.1 استنتاجات بشأن مرحلة التوزيع.

#### 1.3.1 تضاعف عدد أسواق الجملة الموازية

تطورت أسواق موازية غير رسمية في غياب الضوابط. على سبيل المثال، في مدينة الدار البيضاء والمناطق المحيطة بها، تعمل عدة أسواق غير رسمية موازية في المدينة والمناطق المحيطة بها، حيث تعرض للبيع بالجملة والتقسيم على حد سواء: طريق بوسكورة، والرحمة، والسبيت، وتيط مليل، ومديونة، وطريق سودة. على الرغم من عدم وجود بيانات دقيقة عن حجم هذه الأسواق غير الرسمية، إلا أن مشغلي سوق الجملة للخضار والفواكه في الدار البيضاء يقدر أن تمثل أكثر من 25% من تدفق المنتجات المتداولة في المدينة، وذلك وفقاً للمسح الميداني الذي أجراه مجلس المنافسة. تزود هذه الأسواق غير الرسمية إلى حد كبير الأسواق الكبيرة والصغيرة في جنوب الدار البيضاء. وعلى الرغم من أن كمية كبيرة من الفواكه والخضار المستهلكة في الدار البيضاء تمر عبر أسواق الجملة في المدينة، إلا أن الأسواق غير الرسمية وتجار التقسيم غير الرسميين يزددهرون متجاوزين بذلك دائرة التسويق الرسمية. وقد دفع هذا النمو في تجارة الجملة غير الرسمية تجار الجملة في هذه الأسواق إلى تعزيز قدراتهم اللوجستية من خلال إنشاء مرافق تبريد ومستودعات تخزين سرية. ومع ذلك، يصر مؤيدو أسواق الجملة والأسواق غير الرسمية على ضرورة إعادة ترسيخ مبدأ التجارة الحرة، بحجة أن الدافع وراء تجنبهم أسواق الجملة هو الضوابط الإدارية المرهقة والضغط الضريبية. إن انتشار هذه الأسواق الموازية غير الرسمية دليل على نوع من التساهل في الرقابة من قبل السلطات المختصة.

#### 2.3.1 بنية تحتية متهاكلة لأسواق الجملة ونقص في ضوابط الصحة النباتية

لا يزال غياب المعايير الموحدة في أسواق الجملة قائماً على الرغم من المبادرات المختلفة التي تم اتخاذها لتحديث البنى التحتية والعمليات التنفيذية. تتفق الجهات الفاعلة في السوق على أن المساحات الحالية لا تلبى المتطلبات الاقتصادية والصحية والتخطيط الحضري المعاصر، لا سيما بالنظر إلى الزيادة في العرض والطلب في المناطق الحضرية.

أولاً، وفقاً للمبادئ التوجيهية الوطنية لأسواق الجملة للفواكه والخضار فإن أرضية السوق في حالة متهاكلة، مما يعني أنه لا يمكن تخزين البضائع بشكل كافٍ، مما يدفع بعض التجار إلى البحث عن منافذ أخرى لبيع منتجاتهم بسبب عدم وجود مساحة كافية. كما أن وجود المحلات التجارية على أطراف بلاط السوق، والتي تعمل كأسواق تجزئة داخلية، يتعارض مع القواعد التي ينص عليها المرسوم الصادر بتاريخ 22 ماي 1962.

علاوة على ذلك، ووفقاً للمبادئ التوجيهية الوطنية لأسواق الجملة للفواكه والخضار فإن مجموعة الخدمات المعروضة غير مكتملة، حيث لا تنقص مخازن تبريد أو محطات غسيل أو مرافق فرز وتعبئة. كما أن السلامة الصحية للمنتجات معرضة للخطر بسبب عدم وجود مختبر في الموقع للتحقق من الامتثال لمعايير الصحة النباتية في حالة الشك رغم تعزيز الرقابة التي يمارسها المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية في الحقول وفي جميع أنحاء سلسلة التوريد الأولية بشكل كبير. وتجدر الإشارة هنا إلى أن المنتجات المخصصة للسوق المحلية تعاني من اختلالات وظيفية من حيث

إمكانية التتبع وتحديد محتوى بقايا المبيدات في المرحلة النهائية للقطاع. ويتناقض هذا الخل مع الرقابة الصارمة على المنتجات المعدة للتصدير، والتي تمر بالضرورة عبر محطات التعبئة والتغليف. هذا ويتم تنفيذ خطة مراقبة بقايا المبيدات في الفواكه والخضر والأعشاب كل عام منذ سنة 2013 من قبل أعوان المصالح الإقليمية لمراقبة المنتجات النباتية و ذات الأصل النباتي. لكن، رغم ذلك فإن هذا النظام، الذي يعمل أساساً في أسواق الجملة للفواكه والخضر وكذلك في المتاجر الكبرى، يعاني من نواقص ملحوظة، لا سيما بسبب العدد المحدود من العينات المأخوذة وعدم تعميمها على كامل التراب الوطني. بالإضافة إلى ذلك، يؤدي عدم كفاية تدابير السلامة والأمن إلى أعمال التخريب والإخلال بالنظام العام، مما يعرض التجار وزوار السوق لمخاطرة عدة.

### 3.3.1 نقاط الضعف في إدارة أسواق الجملة

يتسم قطاع سوق الخضر والفواكه بالجملة بأهمية حيوية على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي، وحتى من حيث سلامة الأغذية. ومع ذلك، فإنه يعاني من نواقص على مستوى التنظيم. وبالنظر إلى تعقيد وتعدد أصحاب المصلحة المعنيين، مثل السلطات الحكومية ذات الصلة، والسلطات المحلية، والسلطات التنظيمية والرقابية، وهياكل الإدارة بما في ذلك شركات الإدارة المباشرة، والمندوبين، وشركات التنمية المحلية، والمجموعات المهنية والمشغلين التجاريين، فإن النتيجة هي حالة من الضياع وتداخل الصلاحيات، مع عدم وضوح مجالات التدخل والمسؤوليات، مما له تداعيات على هيكل الحكامة وتنظيم القطاع.

وفي ظل غياب هيئة توجيهية وطنية تتولى تنظيم أسواق الجملة للفواكه والخضر على وجه الخصوص، يبقى التنسيق والإشراف الفعال على هذا القطاع الحيوي غير موجود.

إن مثل هذا الوضع لا يضر فقط بجدوى واستقرار النموذج الاقتصادي لهذا القطاع، بل له تأثير سلبي على قضايا الأمن الغذائي في بلدنا، حيث تلعب أسواق الجملة دوراً حاسماً في توزيع المنتجات الغذائية الطازجة وتوافرها.

### 4.3.1 غموض دور الوكلاء في أسواق الجملة

ويتمثل الدور القانوني للوكيل بموجب المرسوم الصادر بتاريخ 22 ماي 1962 المتعلق بإدارة مربع في سوق الجملة، مقابل نسبة مئوية من الرسوم على الخضر والفواكه بالجملة (2% في المتوسط)، محسوبة على الكمية الإجمالية للمبيعات.

غير أن الرقابة التي يمارسها الوكلاء بصفتهم المديرين المسؤولين عن ضمان الإشراف على البلاط المخصص لهم وإدارته غير كافية، لأنهم في كثير من الأحيان لا يتواجدون في الموقع، وفي معظم الأحيان يفوضون سلطتهم إلى أطراف ثالثة، وهو ما يتعارض مع أحكام المادة 13 من المرسوم المؤرخ 22 ماي 1962. وبالإضافة إلى ذلك، يجد غالبية المفوضين أنفسهم في وضع قانوني غير واضح بسبب عدم تجديد تفويضهم بانتظام، على الرغم من أحكام المادة 6 من المرسوم الصادر بتاريخ 22 ماي 1962 تنص على التجديد كل ثلاث سنوات.

وبالنظر إلى هذا الوضع وعدم وجود أي خطط لإعادة هيكلة نظام الوكلاء، يُخشى أن يؤدي هذا الوضع إلى تكريس الطبيعة الربعية لهذه الحلقة المهمة في سلسلة القيمة وتعزيز الفوضى داخل

سوق الجملة للخضار والفواكه. لذلك يجب إجراء إصلاحات مهمة لمعالجة هذه الاختلالات واستعادة مصداقية وفعالية دور الوكلاء في إدارة أسواق الجملة.

### 5.3.1 نقاط الضعف المتعلقة بالرقابة

إن التلاعب التعسفي بالأسعار ممارسة محظورة بموجب القانون المغربي، ولا سيما القانون رقم 104-12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، والقانون رقم 83-13 المتعلق بقمع الغش في السلع.

فيما يتعلق بمراقبة الأسعار، يُمنع صراحةً فرض أو الحصول على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو إجراءات بيع أو شراء تمييزية غير مبررة بمقابل ملموس، مما يخلق ميزة تنافسية أو ضرراً للشركاء الاقتصاديين (المادة 61 من القانون 104-12). ومع ذلك، يبدو أن نظام الرقابة الحالي، الذي يتألف بشكل أساسي من موظفين إداريين مفوضين بشكل خاص، ولا سيما مراقبي الأسعار، غير كافٍ للسهر على تطبيق الضوابط اللازمة.

وغالبا ما تخضع التدخلات التي يقوم بها الأشخاص المخولون بالتحقيق في المخالفات وتسجيلها، مثل المندوبين المفوضين من طرف الوزارة المعنية، على شكل حملات غير مستمرة.

### 6.3.1 تخزين منتجات معينة من أجل المضاربة

من بين المنتجات المستهدفة، يعتبر البصل وفئة معينة من البطاطس من بين المنتجات المستهدفة والقابلة للتخزين فقط.

يمكن التمييز بين نوعين من التخزين: التخزين الاحترازي الذي يُستخدم للتعامل مع الانقطاعات المؤقتة مثل شهر رمضان المبارك، والتخزين بغرض المضاربة الذي يهدف إلى تثبيت الأسعار عند مستوى معين وتجنب تفاوت العرض بالنسبة للطلب.

ولكن، يشكل التخزين بغرض المضاربة انتهاكاً لأحكام المادة 62-فقرة 1 من القانون 104-12.

وبالإضافة إلى ذلك، تساهم بعض طرق التخزين التقليدية بشكل كبير في زيادة الخسائر الغير أحيائية (ما بعد الجني)، والتي تعتبر مهمة بالفعل في المغرب. وينطبق هذا الأمر بشكل خاص على البصل الجاف، الذي يعاني عند تخزينه بالطريقة التقليدية من تلف يتراوح بين 40% و80% من المخزون.

### 4.1 الاستنتاجات المتعلقة بمرحلة التسويق

#### 1.4.1 تعدد الوسطاء المتدخلين في قنوات التوزيع الطويلة

ويمثل الوسطاء، سواء وصفوا بتجار الجملة أو المجمعين أو السماسرة أو غيرهم من الأسماء، العنصر المحوري في تشغيل أسواق الجملة للخضار والفواكه، وذلك وفقاً للتحليل الميداني.

ونظراً لطول دائرة التوزيع والتسويق لمنتجات أسواق الجملة، يجد المنتجون صعوبة في تحقيق أرباح كافية من دورات الإنتاج الخاصة بهم، بينما يجد المستهلكون صعوبة في الحصول على الخضار والفواكه الضرورية لنظامهم الغذائي الأساسي بأسعار معقولة. ويؤدي تموقع هؤلاء الوسطاء بين المنتج والمستهلك إلى وضع هذين الفاعلين في قلب النظام، حيث يستحوذ الوسطاء على معظم القيمة المضافة الناتجة عن السلسلة. وفي الواقع، فإن هامش الربح الإجمالي للوسطاء هو العنصر المهيمن في تشكيل أسعار المبيعات، حيث يستحوذ على ما يقرب من 34% من السعر النهائي في المتوسط، مقارنةً بنسبة 30% فقط للمنتجين.

في قطاع الخضز والفواكه، غالباً ما تكون الحلقات في سلسلة التسويق منظمة ولكنها غير مهيكلة:

يقوم الوسطاء في المستوى الاول، الذين يُطلق عليهم غالباً اسم " الغرايجي " أو "الباعة المتجولين" أو "المجمعين"، باقتناء المنتجات من المزارعين. وهم يتخصصون عموماً في عدد محدود من المنتجات، ويتفاوضون بشأنها مع العديد من المزارعين الصغار والمتوسطين. حيث يحظى هؤلاء الوسطاء الأوائل بميزة كبيرة مقارنة هؤلاء المزارعين الصغار من ناحية التدفق النقدي، كما أن لديهم وسائل نقل تمكنهم من نقل البضائع إلى مستويات الوساطة الأخرى.

يقوم الوسطاء في المستوى الثاني بتطوير وإدارة الوسائل اللوجستية لتخزين المنتجات في المستودعات والمخازن وغيرها من البنى التحتية، من أجل حفظ الخضز والفواكه، خاصة تلك القابلة للتلف. وبذلك يتحكمون في وسائل حفظ المنتجات، مما يمنحهم قوة مهمة.

أما المستوى الثالث من الوساطة، فيشمل تجار الجملة المتخصصين في التجارة، الذين يبحثون عن تجار شبه جملة أو تجار جملة آخرين لتعبئة البضائع، سواء في أسواق الجملة الرسمية أو في الأسواق الموازية غير الرسمية الأخرى. ويحصلون هؤلاء الوسطاء على منتجاتهم من " وكلاء البيع بالجملة" ويعيدون بيعها إلى تجار شبه جملة، مما يمثل بداية سلسلة البيع بالتقسيط التي تنتهي في متاجر التقسيط. وأخيراً، يمكن للوسطاء الآخرين، داخل أسواق الجملة للخضز والفواكه، التدخل لتسهيل المبيعات بأفضل الأسعار وتقسيم العرض بين عدة مناطق في السوق.

#### 2.4.1 اختلال توازن القوة السوقية وتوزيع القيمة

يحتل الوسطاء في سلسلة الخضز والفواكه موقفاً استراتيجياً بين المنتجين والمستهلكين، ما يمنحهم قوة مهمة في تحديد الأسعار. وفي الوقت الذي يساهمون فيه في توافر المنتجات، فإنهم يعتبرون أيضاً كصانعي أسعار. وتؤثر قراراتهم وردود افعالهم تأثيراً مباشراً على الأسعار في كل مرحلة من مراحل السلسلة، بدءاً من الإنتاج وحتى البيع بالتقسيط. ويمكنهم تعديل الأسعار وفقاً للطلب في السوق، والمعروض من المنتجات المتوفرة، وتكاليف التوزيع، وتفضيلات المستهلكين والعوامل الاقتصادية الأخرى. وبالتالي، يتمتع الوسطاء بقوة سوقية كبيرة في تحديد أسعار الخضز والفواكه.

وبالإضافة إلى قوتهم السوقية ودورهم كصانعي الأسعار، فإن وجود العديد من الوسطاء في دائرة التوزيع (تجار الجملة والسماصرة والوسطاء والوكلاء بالعمولة وغيرهم) يبقى عرضة للانتقاد بسبب افتقارهم إلى التنظيم وتأثيره على الأسعار المستهلك النهائي. وبالفعل، يضيف كل وسيط هامشه الإجمالي الخاص به إلى سعر التوريد، والذي يمكن أن يمثل نسبة كبيرة من السعر الذي يؤديه المستهلك.

بالإضافة إلى ذلك، كشف التحليل الذي تم إجراؤه عن اختلال كبير في توزيع الأرباح داخل قطاع الخضز والفواكه. فبينما يكافح المنتجون، الذين غالباً ما يواجهون تحديات زراعية واقتصادية، للحفاظ على ربحيتهم، فإن الوسطاء يحصلون على حصة غير متناسبة من الأرباح. ويثير هذا الوضع مخاوف بشأن عدالة واستدامة سلسلة التوريد بأكملها، ويدعو الى التفكير في آليات التسعير والتوزيع العادل للأرباح بين مختلف الجهات الفاعلة.

#### 3.4.1 ممارسات تحديد الأسعار وهوامش الربح في سوق التقسيط

كشف التحقيق عن ممارسات التسعير وهوامش الربح داخل سوق التقسيط. واتضح أن هذه الأسعار والهوامش ليست نتيجة للمنافسة السليمة، بل نتيجة تواطؤ ضمني بين تجار التقسيط الذين يتحالفون فيما بينهم لتحديد هوامش يمكن أن تكون مضاعفة مرتين أو ثلاث مرات.

يمكن ملاحظة ظاهرة تماثل هذه الأسعار لدى جميع فئات تجار التقسيط، بما في ذلك الأسواق المحلية (الأسواق النموذجية)، والأسواق الحضرية المركزية، والأسواق في المناطق الحضرية، والأسواق الأسبوعية في المناطق شبه الحضرية والقروية، ومحلات المواد الغذائية والتجار المتجولين، وكذلك المتاجر الكبرى.

وفي الواقع، فإن جميع الأطراف الفاعلة في السوق معرضة لهوامش تداول سلبية في حالة زيادة العرض أو العوارض المناخية التي تؤثر على الزراعة أو غيرها من المخاطر. ولكن، على الرغم من مخاطر تلف السلع، يبدوان التاجر المحلي محمي نسبياً من هذه التقلبات، حيث أن هامشه يكاد يكون ثابتاً بفضل قدرته على تعديل عرضه وفقاً للطلب الذي يمليه سوق التقسيط.

وهذا يثير مخاوف كبيرة بشأن ال شفافية والعدالة في تشغيل سوق التقسيط، فضلاً عن تأثير ذلك على المستهلكين الذين قد يجدون أنفسهم يؤديون أسعاراً غير متناسبة في غياب المنافسة الحقيقية.

### 5.1 الملخص العام والنموذج المستهدف: الرؤية الشاملة والافاق

أظهر التحليل التنافسي أن طريقة إدارة قطاع الفواكه والخضار ليست مثالية ولا فعالة من حيث منظور المنافسة. في الوقت الحالي، يعزز النظام السائد القنوات الطويلة، القائم على المرور الإجمالي عبر أسواق الجملة وتدخل العديد من الوسطاء، الأمر الذي قد يؤدي إلى تدهور المنتج وارتفاع الأسعار دون قيمة مضافة حقيقية. لذلك من الضروري استبدال هذا النظام الإجمالي بنموذج قائم على الحوافز والقيمة المضافة، من خلال نهج قنوات توزيع بديلة وموازية لأسواق الجملة التقليدية، كما يُعد الترويج للقنوات الرسمية القصيرة والقصيرة جداً حلاً قابلاً للتطبيق ويوفر العديد من المزايا.

تقلل هذه القنوات المسافات التي تقطعها المنتجات وكذا وتيرة معالجتها وسرعة تلفها وتساعد في الحفاظ على نضارتها وجودتها. وبالإضافة إلى ذلك، تحسن هذه القنوات من إمكانية تتبع المنتجات، وبالتالي يمكن للمستهلكين معرفة مصدرها وضمان جودتها وسلامتها. وتعزز هذه الشفافية ثقة المستهلكين في المنتجات المحلية وتساعد على تعزيز عمل المنتجين.

تقوم القنوات القصيرة جداً على صلة مباشرة بين المنتجين وأسواق الاستهلاك. ويمنح التكامل العمودي للتسويق من قبل المزارعين العديد من المزايا:

- أولاً، يسمح للمزارعين بالحفاظ على قيمة أكبر في سلسلة التوريد من خلال التحكم في إنتاج منتجاتهم وتسويقها على حد سواء. ومن خلال الاستغناء عن الوسطاء، يمكنهم الاحتفاظ بحصة أكبر من السعر النهائي الذي يؤديه المستهلك.
- ثانياً، يمكن التكامل العمودي المزارعين من التحكم بشكل أكبر في الاستثمارات وسياسات التسويق التي تساهم في خلق القيمة. فمن خلال دمج قنوات التسويق، يمكنهم التحكم في الاستثمارات التي يقومون بها للترويج لمنتجاتهم، وتطوير أسواق جديدة و/أو تحسين جودة منتجاتهم وطريقة عرضها. كما أنه يمنحهم المرونة اللازمة للتكيف مع تغيرات السوق وتفضيلات المستهلكين، الأمر الذي يمكن أن يساعدهم على الحفاظ على قدرتهم التنافسية وزيادة أرباحهم إلى أقصى حد.

<sup>71</sup> المادة L441-1-2 من القانون التجاري الفرنسي.

تبقى هذه الاستقلالية في العمل رهينة بتوفير الحجم اللازم والكافي للمنتجين، مما يتيح تحقيق اقتصاديات الحجم وزيادة الكفاءة. وللتخفيف من مشكلة التجزئة المفرطة في سلسلة الإنتاج، فإن تجميع وتوحيد المنبع من شأنه أن يعيد التوازن بين قوة التفاوض مع المصنوع مع تحقيق تقدم في اقتصاديات الحجم<sup>73</sup>. يعتمد تجميع المزارعين في المنظمات المهنية الفلاحية على إنشاء هياكل لتنظيم إنتاج وتسويق منتجاتهم بشكل جماعي. يمكن أن تكون المنظمات المهنية الفلاحية تعاونيات زراعية<sup>74</sup>، كما يمكنها أن تتخذ أشكالاً قانونية أخرى، مثل الشركات التجارية أو مجموعات المصالح الاقتصادية أو جمعيات المنتجين. والمعيار الرئيسي للتمييز الوظيفي هو ما إذا كانت صفة امتلاكية الإنتاج قابلة للتفويض أم لا:

- تستند الفئة الأولى من المنظمات المهنية الفلاحية إلى نقل ملكية الإنتاج الخاصة بالمزارعين إلى هذه الهياكل مقابل عقود بيع محددة مسبقاً أو غير محددة. ويعتبر التجميع الزراعي من هذه الفئة، والذي يقوم على تعزيز إنتاج وتسويق المنتجات الزراعية، بهدف تحسين كفاءة وربحية واستدامة سلسلة القيمة الزراعية بأكملها.

- وهناك فئة ثانية من المنظمات المهنية للمزارعين لا تقوم على نقل الملكية، بل على تنسيق أدوات الإنتاج وتنظيم التوريد والتسويق الجماعي للإنتاج. وتمثل التعاونيات الزراعية ومجموعات المصالح الاقتصادية أمثلة على هذا النوع من التنظيمات، دون أن تنطوي بالضرورة تحت لواء عملية التجميع. تساعد هذه الهياكل على هيكلة القطاع والترويج للمنتجات المغربية والدفاع عن مصالح المنتجين. يمكن أن يحقق ذلك سلسلة من الفوائد الهامة، سواء للمزارعين الأفراد أو للقطاع ككل:

- أولاً، يمكن لهذه المنظمات الاستفادة من المساعدات العامة الموجهة لدعم القطاع الزراعي في إطار عقود البرامج.

- ثانياً، تيسر المنظمات المهنية الفلاحية وصول المزارعين إلى الأسواق والتمويل والموارد. فمن خلال تجميع المنتجين معاً في هيئة واحدة، يمكنهم التفاوض على عقود جماعية مع المشتريين، وبالتالي الحصول على شروط تجارية أكثر نفعية للمزارعين. ويمكنها أيضاً أن تلعب دوراً حاسماً في الحصول على التمويل، حيث تساعد المزارعين في الحصول على قروض زراعية أو استثمارات لتحديث مزارعهم أو تطوير مشروعات جديدة.

- وأخيراً، يمكن للجمعيات المهنية الزراعية تعزيز قوة التفاوض لدى المزارعين مع التجار. من خلال تجميع حجم الإنتاج لعدد كبير من المزارعين، يمكنها الحصول على أسعار أعلى للمنتجات الزراعية، بالإضافة إلى شروط دفع أكثر مرونة. وبالتالي، يمكن للمزارعين بيع منتجاتهم بأسعار تنافسية أكثر في السوق، مع ضمان مقابل عادلٍ لكدهم.

تقع مصانع التعبئة والتغليف في قلب سلاسل التوريد هذه. ويمكن دمجها في هيكل الإنتاج<sup>75</sup> بحيث تتم معالجة المنتجات للتعبئة والنقل والتوزيع في ظل ظروف مثلى تتوافق ومعايير الجودة وسلامة الأغذية. ويتم تحسين هذه الظروف بشكل أكبر من خلال قرب مصانع التعبئة والتغليف هذه من

<sup>73</sup> تعتبر التعاونيات المتخصصة تجارب ناجحة في تنظيم القطاعات. وبوجه عام، فإن قطاعات المنتجات الحيوانية أكثر تنظيماً من قطاعات المنتجات النباتية، على الرغم من أنها تواجه نفس التحديات ولها نفس الأهداف. ومن المهم أيضاً استغلال خبرات المغرب في تغليف وتجميع الصادرات لصالح السوق المحلية.

<sup>74</sup> التعاونيات الزراعية هي جمعيات غير ربحية يسسها المزارعون، وتهدف إلى تجميع وسائل الإنتاج وتسويق المنتجات الزراعية. وهي تخضع لقانون رقم 15.97 المتعلق بالتعاونيات الزراعية.

<sup>75</sup> إمكانية وضع آلات التعبئة والتغليف في حقول المزارعين.

مناطق الإنتاج الزراعي لتقليل المدة الزمنية بين الجني والتعبئة، وتقليل خسائر ما بعد الجني، وتحسين التخطيط اللوجستي لسلسلة التوريد.

وفي كلتا الحالتين، تكون هذه المصانع مجهزة بمنصات تحميل وأنظمة إدارة المخزون لتسهيل توزيع المنتجات على الأسواق. كما أنها مجهزة أيضاً بتقنيات الحفظ مثل غرف التبريد وتقنية الغلاف الموجه وأنظمة التبريد للحفاظ على نضارة المنتج طوال عملية التعبئة والتغليف<sup>76</sup>. وهذا يطيل العمر الافتراضي للفواكه والخضروات ويضمن جودتها حتى وصولها إلى المستهلكين. وبالتالي، فإن هذه الهياكل هي رافعة لتوزيع أكثر كفاءة للمنتجات الزراعية، مما يضمن منتجات طازجة ذات جودة أفضل للمستهلكين.

تشير سلسلة التوزيع الطويلة للفواكه والخضار إلى المسافات البعيدة التي تسلكها المنتجات من مكان إنتاجها إلى المستهلك. وتعتمد هذه القنوات على أسواق الجملة كهيكل مركزي. وسوق الجملة هو المكان المادي الذي يمكن البائعين (تجار الجملة أو المنتجين أو المستوردين) من عرض المنتجات التي تناسب احتياجات المشترين نوعاً وكماً (تجار الجملة وتجار التقسيط والمطاعم والمتاجر الكبرى وغيرها). ويستخدم تجار الجملة هذه الأسواق لشراء أو بيع مجموعة متنوعة من المنتجات من موردين مختلفين، مما يمنحهم دوراً أساسياً في سلسلة القيمة يميزهم عن الوسطاء التجاريين الآخرين مثل الوكلاء أو السماسرة أو وكلاء العمولة. وهذا يمكنهم من تخفيض تكاليفهم عن طريق الشراء بكميات كبيرة والتفاوض على أسعار مميزة. وبموجب المخطط التوجيهي، يتعين على أسواق الجملة للفواكه والخضار أن تؤدي أربع وظائف مترابطة:

- وظيفة تجارية: تُعتبر هذه الأسواق أولاً وقبل كل شيء فضاءً حيث يتلاقى العرض والطلب. ويتمحور دور تاجر الجملة في هذه الوظيفة التجارية حول فهم دقيقٍ للتقلبات في العرض والطلب، بالإضافة إلى القدرة على اختيار المنتجات التي تلبى احتياجات السوق بدقة. ومن خلال استغلال هذه الخبرة، ينجح تاجر الجملة في تحقيق توازن بين خصائص المنتجات المتاحة وتوقعات المستهلكين.
- وظيفة لوجستية: تعد هذه الأسواق أيضاً أماكن يتم فيها إدارة التدفقات المادية. ويتعين على تجار الجملة تحمل عبء لوجستي كبير، بدءاً من نقل كميات كبيرة من السلع من المنتجين إلى مستودعاتهم لتخزينها أو تقسيمها أو إعادة تعبئتها، وصولاً إلى توزيعها بالكميات التي يطلبها تجار التقسيط.
- وظيفة تنظيمية: بفضل تمركز المشغلين في مكان واحد، من المفترض أن يكون سوق الجملة مكاناً للمنافسة والشفافية لصالح تجارة القرب والمنتجين المستقلين.
- وظيفة صحية: تعد أسواق الجملة حلقة مهمة في سلسلة تتبع وجودة الفواكه والخضار. في الواقع، من المفترض أن تفي هذه الأسواق بمعايير صارمة لمراقبة الجودة لضمان أن المنتجات التي تباع فيها تفي بالمعايير المعمول بها للصحة وسلامة الأغذية. وتحقيقاً لهذه الغاية، ينبغي إجراء عمليات تفتيش منتظمة للمنتجات والمرافق وممارسات معالجة المنتجات.

<sup>76</sup> تضاعف سلسلة التبريد مدة الصلاحية العادية للمنتجات بمقدار ثلاثة أضعاف: يمكن حفظ الفاكهة التي تبلغ مدة صلاحيتها أربعة أيام (أو سبعة أيام لبعض المنتجات) خارج سلسلة التبريد في هذه المراكز لمدة تصل إلى 15 يوماً (أو 21 يوماً).

وهذا يدل على أن سوق الجملة يجب أن يُنظر إليه كحلقة وصل بين المنتجين والمشتريين، حيث يبرر وظيفته بجعله أكثر مرونة من خلال الجمع بين هذين الفاعلين. يستلزم الجمع بين العرض والطلب معاً سلسلة من التكاليف الذي يهدف سوق الجملة إلى تقليلها حيث ينطوي إجراء صفقة تجارية على سلسلة من التكاليف (التي تضاف إلى سعر المنتج) والتي يمكن أن تكون مهمة. ومن خلال ضمان سيولة هذه المنتجات، تلعب أسواق الجملة دوراً رئيسياً في تقليل تكاليف المعاملات هذه إلى الحد الأدنى. وهذا الاقتصاد في تكاليف المعاملات هو الذي يضيء الشرعية على تكاليف الوساطة في سوق الجملة في نظر البائعين/الموزعين والمشتريين.

ونظراً للاختلافات العديدة التي تعاني منها أسواق الجملة وضعف قدرتها على تصريف الإنتاج الوطني من الفواكه والخضر، بادرت الإدارة الحكومية المسؤولة عن التجارة، بالتنسيق مع الإدارات الحكومية المسؤولة عن الزراعة والداخلية والمالية والتجهيز، بإجراء دراسة وطنية لأسواق الجملة للفواكه والخضر بهدف تطوير التجارة المحلية وقنوات التوزيع. وأدت هذه المراجعة إلى وضع استراتيجية وطنية ومخطط توجيهي وطني لأسواق الجملة في عام 2010، والذي تم تحديثه في عام 2019. وفي وقت لاحق، تم التوقيع على اتفاقية إطار عام 2021، تحدد شروط وأحكام الشراكة بين الأطراف الموقعة بهدف إنشاء منصات لبيع الفواكه والخضر بالجملة، المعروفة بـ «الجيل الجديد».

ويجري حالياً إنشاء سوق نموذجي في مدينة الرباط على مساحة 25 هكتاراً بميزانية قدرها 700 مليون درهم. بالإضافة إلى سوق الجملة للفواكه والخضر، من المتوقع أن يشمل السوق متاجر بيع الجملة للحوم والمنتجات الغذائية الأخرى. ستضمن المنصة أيضاً مساحة للخدمات اللوجستية توفر مساحات للتجميع والتوزيع، بالإضافة إلى مستودعات وكذا وحدات تخزين وتعبئة، ومركزاً لغسيل الصناديق، ومرافق إدارية، وخدمات أخرى ذات صلة مثل البنوك وشركات التأمين وورش الصيانة والمطاعم ومواقف السيارات. والهدف من ذلك هو استبدال رسوم الدخول بهذه الخدمات التجارية، والتي ينبغي أن تدر في نهاية المطاف إيرادات ثابتة للسلطات المحلية.

تتماشى رؤية المجلس مع هذا السياق الخاص بأسواق الجملة الجديدة، مشدداً على ضرورة التنفيذ السريع للإصلاح وتعزيز الرقابة على الأسواق الموازية من أجل دعم تحقيق هذه الاستراتيجية. وبالإضافة إلى ذلك، يدعو المجلس إلى رقمنة دفع رسوم الولوج إلى أسواق الجملة لضمان إدارة أكثر كفاءة وشفافية، وفصل دفع الضريبة للسلطات المحلية عن العبور الفعلي عبر أسواق الجملة.

وتشكل القنوات القصيرة بديلاً آخر لأسواق الجملة تتيح أيضاً إمكانية تجميع الإنتاج. وتتيح مراكز الشراء بوصفها الوسيط الرئيسي الوحيد في هذه القناة، سواء كانت مدمجة أو مستقلة، إمكانية الحصول على المنتجات بكميات كبيرة من مختلف المنتجين لكافة أعضائها، الذين قد يكونون تجار التقسيط أو هياكل التوزيع بالجملة. وتؤدي هذه الهياكل وظائف مختلفة:

- تيسير المعاملات: من خلال العمل كوسيط وحيد بين المنتجين والمشتريين، تعمل مراكز الشراء على تيسير المعاملات التجارية من خلال توفير المعلومات عن المنتجات، وتجهيز الطلبات وضمان تسليم المنتجات إلى الزبناء في الوقت المناسب.
- الإدارة اللوجستية: تتولى مراكز الشراء مسؤولية الإدارة اللوجستية، بما في ذلك نقل المنتجات وتخزينها. فهي تضمن معالجة الفواكه والخضر وتخزينها بشكل صحيح للحفاظ على نضارتها وجودتها على طول سلسلة التوريد.

• الفرز والتوحيد القياسي: غالبًا ما تقوم مراكز الشراء بإجراء فحوصات الجودة على المنتجات التي تشتريها للتأكد من أنها تحترم المعايير المطلوبة من حيث النضارة والحجم واللون والطعم. وهذا يضمن وصول المنتجات عالية الجودة فقط إلى الزبناء، بينما يتم تمرير المنتجات الأقل جودة إلى الصناعات التحويلية.

• المراقبة الصحية: تمكّن مراكز الشراء من تحسين التعاون مع السلطات الصحية لتنفيذ برامج مراقبة السلامة الغذائية. بالإضافة إلى ذلك، تسهل هذه الهياكل تنفيذ بروتوكول ضمان إمكانية تتبع المنتجات، مما يتيح تتبعها منذ وصولها إلى مراكز الشراء وحتى توزيعها النهائي.

• عقود المعاملات: تلعب عقود المعاملات مع مراكز الشراء دوراً حاسماً في إدارة العلاقات بين الموردين والمشتريين، وفي تأمين المعاملات التجارية. فهي توفر الشفافية بشأن الشروط التجارية على أساس الالتزام المتبادل، وإدارة أفضل للمخاطر، وتعزيز الجودة وضمان التجانس، ووضوح الرؤية بالنسبة لجميع الأطراف المعنية.

تمثل الأنظمة الرقمية أيضاً رافعة مهمة لقنوات التوزيع القصيرة والقصيرة جداً. وبالفعل، يمكن أن تلعب الرقمنة دوراً حاسماً في تحسين قنوات توزيع الفواكه والخضار، مما يمنح فوائد كبيرة لجميع الأطراف المعنية، من المزارعين إلى المستهلكين النهائيين. ويُرتقب أن تسهل المنصات الرقمية المخصصة الاتصال المباشر بين المنتجين والمشتريين، مما يقلل من عدد الوسطاء التقليديين في سلسلة التوريد. ويمكن للمزارعين استخدام التطبيقات أو المواقع الإلكترونية لعرض منتجاتهم على المستهلكين المحليين والمطاعم ومحلات البقالة وأسواق المزارعين. وهذا يتيح لهم الاستفادة من هوامش أعلى مع تقديم أسعار تنافسية للمستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، تساعد الرقمنة على تحسين الخدمات اللوجستية وتوزيع المنتجات الطازجة، بحيث تساعد منصات إدارة المخزون وتخطيط المسارات في تقليل الخسائر والتلف من خلال ضمان تناوب المخزون بكفاءة وسرعة التسليم إلى نقاط البيع لدى تجار التقسيط. يمكن للمستهلكين أيضاً الاستفادة من خدمات التوصيل إلى المنازل أو نقاط الاستلام القريبة من المنازل، مما يمنحهم مزيداً من الأريحية والخيارات التسويقية.

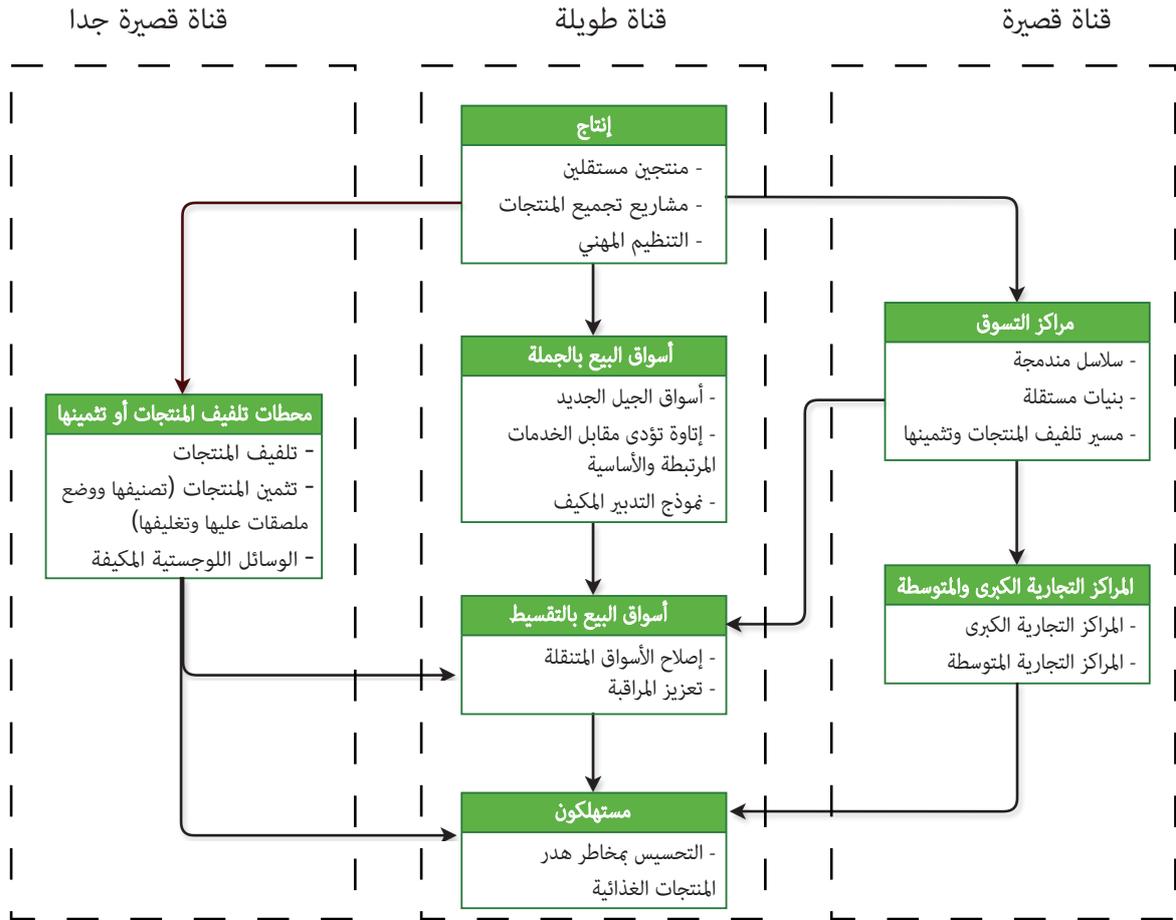
ومن خلال تشجيع التنوع والمنافسة بين قنوات التسويق وتعزيز القنوات القصيرة والقصيرة جداً المنظمة، فإن تحرير تسويق الفواكه والخضار من شأنه أن يعزز نظاماً أكثر تنافسية واستدامة وعدلاً لسلسلة القيمة بأكملها. كما أنه يتيح للمستهلكين الفرصة لاتخاذ خيارات واعية تدعم المنتجات الطازجة عالية الجودة والمنتجة محلياً والاقتصاد المحلي والحفاظ على البيئة.

وفيما يتعلق بالمنافسة، فإن تعايش القنوات القصيرة والقصيرة جداً المنظمة، إلى جانب القنوات الطويلة المتمحورة حول أسواق الجملة من الجيل الجديد، من شأنه أن يشجع المنافسة والتنافس بين طرق التوزيع والتسويق هذه. ستشجع هذه المنافسة بين القنوات على الكفاءة والابتكار وتحديث أساليب الإدارة. ويمكن لهذا النموذج المتعدد المنافذ أن يساهم في التغلب على الاحتكار المؤسسي لأسواق الجملة في تسويق وتوزيع الفواكه والخضار، الذي هو في الواقع امر غير فعال، حيث أن 30% إلى 40% فقط من الإنتاج الوطني يمر فعلياً عبر هذه الأسواق، والباقي يتم تسويقه من خلال الأسواق الموازية وغير المنظمة.

<sup>75</sup> منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، مدونة قواعد السلوك الطوعية للحد من الخسائر والهدر الغذائي، 2022

وبالإضافة إلى ذلك، يتطلب هذا النموذج المستهدف إلغاء المادة 61 من القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية التسعير والمنافسة، كما تم تغييره وتتميمه وسيكون من الضروري أيضاً اعتماد دفتر التحملات خاص بالتسويق المباشر لهذه المنتجات، بالإضافة إلى اتخاذ تدابير استثنائية لدفع الرسوم للسلطات المحلية، كبديل عن رسوم المرور الاجباري عبر أسواق الجملة<sup>77</sup>.

### الرسم البياني 34: آفاق التنمية والرؤية الشاملة



المصدر: من إعداد مجلس المنافسة.

## 2. التوصيات

### 1.2 التوصيات المشتركة

#### 1.1.2 مراجعة الإطار القانوني الذي ينضم جميع حلقات السلسلة.

من أجل ضمان العمل الفعال والمتناسق لأسواق الجملة والتقسيم للفواكه والخضار في المغرب، من الضروري مراجعة وتحديث الإطار القانوني الحالي. والهدف من هذا النهج هو ضمان التنظيم المناسب مع تعزيز التنمية المتوازنة لهذه الأسواق، سواء في القطاع العام أو الخاص.

<sup>77</sup> يمكن أن تكون رقمنة تحصيل الضرائب حلاً قابلاً للتطبيق لتجنب ربط المرور المادي عبر أسواق الجملة بأداء الضرائب للسلطات المحلية.

ومع أخذ ذلك في الاعتبار، يتوجب أن تكون شروط إنشاء وتشغيل البنى التحتية التجارية المخصصة لبيع الخضار والفواكه سواء من قبل القطاع العام أو الخاص محددة بوضوح من خلال اللوائح، وبالتالي ضمان معايير موحدة وعادلة لجميع الجهات الفاعلة والمعنية.

ومن الضروري أيضاً توضيح الوضع القانوني لتجار الجملة لضمان شفافية المعاملات وشرعيتها. ويوصى بإدراج تغييرات على القانون التجاري، والاعتماد بشكل خاص على القانون المقارن مثل القانون التجاري الفرنسي، من أجل تحديد حقوق والتزامات تجار الجملة بوضوح، لا سيما من حيث التنظيم والمسؤولية<sup>78</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، ينبغي توضيح صلاحيات السلطات المحلية والإقليمية في إنشاء وتدبير أسواق الجملة على المستوى القانوني والتنظيمي. ويمكن أن يتم ذلك من خلال التمييز الواضح بين أسواق الجملة ذات الطابع الإقليمي وتلك ذات الطابع الجماعي، ومن خلال تخصيص صلاحيات محددة للجماعات والجهات الادارية من أجل تطوير كل منها.

ومن الضروري أيضاً مراجعة النظام القانوني الذي ينضم مؤسسة الوكيل لأسواق الجملة في الجماعات الحضرية. وسيتم إلغاء الظهير رقم 1-62-008 الصادر بتاريخ 2 رمضان 1381 من تحديث هذه المؤسسة وتكييف مهمتها مع متطلبات السوق الحالية.

وفي الوقت نفسه، ومن أجل ضمان التنسيق الفعال والإدارة المثلى لأسواق الجملة، يُقترح إنشاء هيئة توجيهية وطنية. ومن شأن اعتماد قانون إنشاء "شركة وطنية لأسواق الجملة" أن يجعل من الممكن تركيز أنشطة الإدارة والإشراف، بالتعاون مع الشركات الفرعية للتنمية الإقليمية والمحلية. ومن شأن هذه الهيكلية أن تكفل الإدارة الفعالة والمنسقة لجميع أسواق الجملة على المستوى الوطني، مما يساعد على تعزيز شفافية القطاع وكفاءته، كما أنه سيكون بمثابة قوة اقتراح بشأن مشاريع القوانين واللوائح المتعلقة بتحسين وتحديث البنية التحتية والممارسات التجارية في أسواق الجملة.

### 2.1.2 مكافحة الخسائر والتلف

في المغرب، تقدر خسائر ما بعد الجني من الخضار والفواكه بما يتراوح بين 20% و40% من الإنتاج الاجمالي. وتبرز هذه الاشكالية بشكل خاص في زراعة البصل، حيث يتم فقدان حوالي 40% إلى 80% من المحصول بسبب ظروف التخزين يواصل العديد من الفلاحين استخدام الممارسات التقليدية مثل التخزين في حفر مبطنة بالقش أو البلاستيك.

ووفقاً لمنظمة الأغذية والزراعة، في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فإن ما يقرب من نصف مجموع الخسائر والتلف في الأغذية يرتبط بمناولة الأغذية وتجهيزها وتوزيعها. وفي الوقت نفسه، تهدر الأسر حوالي ثلث ما تستهلكه، مع تفاقم الظاهرة في المناطق الحضرية<sup>79</sup>.

وتشمل الأسباب الرئيسية لهذه الخسائر والتلف عوامل الطقس والمناخ. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تكون البنية التحتية للتخزين والنقل بعد الجني غير ملائمة، وكذلك الافتقار إلى الخدمات اللوجستية ومنصات المعالجة والتلفيف. ويبدوان العمل المتضافر والسياسات المناسبة وحملات التوعية ضرورية لمعالجة هذه المشكلة بطريقة شاملة ومستدامة. وبنفس الهدف المتمثل في مكافحة الخسائر والتلف، يبدو من الضروري العمل على تعزيز محطات التجهيز والتعبئة وتشجيع قنوات البيع القصيرة.

<sup>78</sup> المادة 2-I-1441 من القانون التجاري الفرنسي

<sup>79</sup> منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، مدونة قواعد السلوك الطوعية للحد من الخسائر والهدر الغذائي، 2022

### 3.1.2 تعزيز إمكانية تتبع المنتجات من خلال استخدام الحلول الذكية

في السياق المغربي، سيمثل اعتماد الحلول الذكية لأسواق الخضار والفواكه خطوة مهمة إلى الأمام، لمواجهة التحدي المتمثل في الحد من خسائر جودة المنتج مع ضمان إمكانية التتبع وسلامة الأغذية. في بعض البلدان التي يغطيها التحليل المقارن، تم تنفيذ مشاريع مبتكرة تجمع بين التقنيات المتطورة مثل تحليل البيانات الضخمة والملصقات الذكية والتطبيقات المختلفة والعمليات اللوجستية المحسنة. وتهدف هذه الأنواع من المشاريع إلى ضمان جودة وسلامة وتتبع الفاكهة في جميع مراحل ما بعد الجني والنقل والتوزيع، باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين الأداء اللوجستي وتعزيز الاستجابة في جميع مراحل سلسلة الإمداد.

إن دمج أنواع مختلفة من أجهزة الاستشعار والأجهزة الإلكترونية يجعل من الممكن مراقبة ظروف تخزين ونقل المنتجات في الوقت الانني، وبالتالي الكشف عن الحوادث التي يمكن أن تؤدي إلى خسائر في الجودة. يسلط هذا المشروع الضوء على أهمية مراعاة جميع مراحل سلسلة التوريد، بما في ذلك التعبئة والتغليف والتوزيع والخدمات اللوجستية بعد الجني، للحفاظ على جودة المنتجات الزراعية.

ويمثل أحد التحديات الرئيسية لهذا النوع من الحلول أيضاً في تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال تسهيل تبادل المعلومات بين الموردين والموزعين، مع تلبية احتياجات ومتطلبات المستهلكين. لقد أصبحت إمكانية تتبع المنتجات عنصراً أساسياً للمستهلكين، الذين يطلبون معلومات مفصلة عن منشأ وجودة الطعام الذي يتناولونه.

وتوفر العبوات الذكية، التي تتضمن مؤشرات النضارة وأجهزة الاستشعار، حلاً واعداً لهذا الطلب المتزايد على إمكانية التتبع وسلامة الأغذية. وعلى الرغم من أن اعتمادها لا يزال محدوداً بسبب التكاليف المرتبطة بها، إلا أن هذه التقنيات تتطور بسرعة لتصبح أكثر سهولة وتوفر حلولاً بديلة لتحسين استخدام الموارد والحد من هدر الأغذية.

### 4.1.2 اعتماد التوحيد ومعايير الجودة

يعد اعتماد التوحيد ومعايير الجودة أمراً ضرورياً لضمان الجودة والسلامة والشفافية في سلسلة الإمدادات الزراعية. وتهدف المعايير إلى تحسين جودة المنتجات من خلال وضع معايير دقيقة مثل تاريخ النضج وتاريخ الجني وتاريخ التسويق. ومن خلال وضع معايير صارمة للجودة، يتم تشجيع المنتجين على الالتزام بالمعايير العالية، مما من شأنه أن يعود بالنفع على كل من المستهلكين والمنتجين أنفسهم. ومن المهم أيضاً اعتماد قواعد عرض موحدة للمنتجات الزراعية، لا سيما فيما يتعلق بالتعبئة والتغليف. وهذا يضمن عرضاً موحداً في السوق، مما يسهل التعرف على المنتجات ويعزز ثقة المستهلك. ومن الأهداف الحاسمة الأخرى توحيد مجموعة المنتجات المعروضة، لا سيما من خلال تصنيف المنتجات. من خلال توحيد أحجام المنتجات وأشكالها، يساعد ذلك على تبسيط الخدمات اللوجستية وتحسين كفاءة سلسلة التوريد، مما يقلل من التكاليف ويقلل من النفايات.

تعتبر معلومات المستهلك أيضاً أولوية مطلقة في هذه الاتفاقيات. إن التوسيم الواضح والدقيق يمكن المستهلكين من اتخاذ خيارات مستنيرة ومعرفة منشأ المنتجات التي يشترونها وتكوينها وخصائصها. كما يمكن أن تغطي القواعد والمعايير أيضاً تواريخ الجني والتسويق، بهدف ضمان التخطيط الفعال للإنتاج والتوزيع، وذلك لتلبية احتياجات السوق بشكل أفضل مع تجنب الإفراط في التخزين والتلف.

### 5.1.2 تعزيز إضفاء الطابع التعاقدى على المعاملات بين مختلف حلقات السلسلة

إن الهدف من التعاقد هو إقامة علاقات تجارية قائمة على الثقة والتوازن بين مختلف الجهات الفاعلة والمشاركة في سلسلة الخضار والفواكه، من البداية إلى النهاية. ينطوي التعاقد بالنسبة للمزارع على ضمان مستقبل إنتاجه على المدى الطويل من خلال منحه رؤية واضحة لمستقبله، مع التزامات ثابتة من حيث المدة والسعر، والتي يجب تحديدها بشفافية ومناقشتها بالتوافق مع أصحاب المصلحة الآخرين. ويتعهد المشتري من جانبه باحترام المعايير المتفق عليها من حيث الجودة والكمية والمواعيد النهائية المتفق عليها، وبالتالي يلعب دوراً ألتزامياً من خلال ضمان دخل عادل واستدامة الموردين.

كما أن التعاقد مرادف للشفافية والوضوح والتوزيع العادل للمسؤوليات في جميع أنحاء سلسلة التوريد. وحيث أن هناك العديد من التحديات: تأمين دخل المنتجين من خلال إقامة علاقات دائمة قائمة على الثقة مع الجهات الفاعلة الأخرى في سلسلة التوريد؛ وتعزيز الاتفاقات الاقتصادية المستقرة على الرغم من تقلبات السوق؛ وتوعية المستهلكين بمسؤولياتهم و تثقيفهم بشأن القضايا المتعلقة بالأغذية؛ وتشجيع هيكله سلاسل الإمداد الزراعي؛ وعكس هيكل الأسعار من خلال ضمان مردود عادل لكل حلقة في السلسلة.

ومن خلال اعتماد نهج تعاقدى، يمكن للجهات الفاعلة في القطاع أن تساعد في خلق بيئة تجارية أكثر عدلاً وشفافية واستدامة تعود بالفائدة على القطاع بأكمله، من المنتجين إلى المستهلكين. ومع ذلك، ولكي يكون هذا النهج فعالاً، فإنه يتطلب التزاماً متبادلاً وتواصلًا مفتوحاً ورغبة مشتركة في إقامة علاقات طويلة الأجل قائمة على الثقة، فضلاً عن مبادرات التوعية، لا سيما لصغار المزارعين، وآليات وساطة فعالة في حال نشوب نزاعات.

### 6.1.2 إنشاء نظام معلوماتي متكامل ونظام يقضه استراتيجي لرصد وتحليل

#### سوق الخضار والفواكه

لتلبية احتياجات القطاع من حيث رصد أسعار الخضار والفواكه على جميع مستويات سلسلة التوريد، يوصى بإنشاء نظام معلوماتي متكامل، يمكن جميع الجهات الفاعلة في القطاع الولوج السلس إليه. وينبغي أن يتيح هذا النظام جمع بيانات الأسعار بكفاءة، وفي الوقت المناسب، في كل مرحلة من مراحل الإنتاج والتوزيع والبيع بالتقسيط.

وينبغي أن يصمم نظام المعلومات هذا بطريقة تمكن الفلاحين والموزعين وتجار التقسيط والمستهلكين من الوصول بسهولة إلى المعلومات المتعلقة بأسعار الخضار والفواكه وتكاليف الإنتاج ذات الصلة في الزراعة، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات مدروسة في ضوء تقلبات السوق. بالإضافة إلى ذلك، من الممكن أيضاً النظر في إمكانية إنشاء محطة إذاعية متخصصة لنشر المعلومات لفائدة الفلاحين، على غرار المبادرة التي قامت بها مؤسسة Autoroutes du Maroc.

كما يوصى بإنشاء نظام يقضه استراتيجي لتحليل أسواق الخضار والفواكه الداخلية والخارجية. ومن شأن هذا النظام أن يسهل استشراف تحولات السوق والتغيرات المحتملة في ظروف تسويق المنتجات. ومن خلال رصد اتجاهات السوق عن كثب، يمكن للجهات الفاعلة في القطاع تعديل إمداداتها وفقاً لذلك، وتكييف ممارسات الإنتاج والتوزيع لتلبية احتياجات المستهلكين المتغيرة واغتنام فرص السوق.

## 2.2 التوصيات الخاصة بمرحلة الإنتاج

### 1.2.2 تشجيع المنتجين على التكتل معاً

ولتعزيز الكفاءة الاقتصادية في القطاع ومكافحة التجزئة المفرطة للمزارع، لا سيما فيما يتعلق بقضايا وراثية الممتلكات في ظل غياب أدوات قانونية لحل هذه المشكلة، يبدو من الضروري تشجيع تنظيم وتجميع الإنتاج. وينطوي ذلك على وضع أطر مواتية لإنشاء مشاريع الدمج والتعاونيات الزراعية ومجموعات المصالح الاقتصادية.

يهدف تنظيم وتجميع الإنتاج إلى تمكين صغار المنتجين من الاستفادة من مزايا الحجم المكثف. فمن خلال توحيد مواردهم وقدراتهم، يمكن لهؤلاء المنتجين زيادة قدرتهم على المساومة في الأسواق، وخفض تكاليف إنتاجهم، وتيسير حصولهم على التمويل والتكنولوجيات، وتحسين قدرتهم التنافسية بشكل عام.

ويعد وضع إطار عمل لإنشاء مشاريع دمج خطوة أساسية في هذا الاتجاه. والهدف من ذلك هو تيسير إنشاء هياكل تمكن المنتجين من تجميع جهودهم ومعارفهم ومواردهم من أجل إنتاج جماعي أكثر كفاءة. ومع ذلك، فإن نجاح مخطط الدمج الزراعي في المغرب يعتمد على تفعيل القانون رقم 21-37 المتعلق بالتسويق المباشر للفواكه والخضرة المنتجة في إطار التجميع الفلاحي. وتسمح أحكام هذا القانون للمندمجين الذين لديهم وحدات لتجهيز الخضرة والفواكه ببيع منتجاتهم مباشرة، وبالتالي تحريرهم من الالتزام بالمرور الاجباري عبر أسواق الجملة. كما يجب اتخاذ تدابير تصحيحية في حالة عدم الامتثال للالتزامات عقود الدمج وينبغي تشجيع أشكال الدمج<sup>80</sup> التي تحبذ المسؤولية المشتركة بين أطراف العقد<sup>81</sup> (مبنية على رغبة تكوين الشراكة).

وفي الوقت نفسه، يلعب تعزيز التعاونيات الزراعية دوراً حاسماً في تنظيم الإنتاج. وتوفّر التعاونيات إطاراً مؤسسياً يمكّن المزارعين من التكتل وتقاسم التكاليف والمخاطر والاستفادة من تسويق منتجاتهم بشكل أفضل. كما أنها تعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات القروية من خلال خلق فرص العمل وتقوية الروابط الاجتماعية.

وبالمقابل، تمثل مجموعات المصالح الاقتصادية شكلاً آخر من أشكال التنظيم التي يمكن أن تساهم في الكفاءة الاقتصادية في القطاع. وتمكّن تجمعات المصالح الاقتصادية الجهات الفاعلة الاقتصادية، مثل المنتجين والمجهزين والموزعين، من العمل معاً لتنفيذ مشروعات مشتركة وتحقيق أهداف مشتركة. ومن خلال تشجيع التعاون بين مختلف الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة، تساعد مجموعات المستثمرين الزراعيين على زيادة الإنتاجية وتحسين جودة المنتجات وتعزيز القدرة التنافسية في الأسواق الوطنية والدولية. وتجدر الإشارة إلى أن الفقرة الثانية من المادة 9 من القانون 12-104 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، بصيغته المعدلة والمكتملة، تنص على أنه: "يمكن الاعتراف بفئات معينة من الاتفاقات، ولا سيما عندما يكون الغرض منها تحسين إدارة المؤسسات الصغيرة أو المتوسطة الحجم أو تسويق منتجاتها من قبل المزارعين، على أنها تستوفي الشروط المنصوص عليها في الفقرة الأولى أعلاه من قبل الإدارة بعد الحصول على موافقة مجلس المنافسة". وبناءً على ذلك، يمكن اعتبار هذه المنظمات غير خاضعة لأحكام المادتين 6 و7 من القانون نفسه المتعلقة بالممارسات المخلة بالمنافسة.

<sup>80</sup> والمثال الأكثر شيوعاً هو قيام الجهة المندمجة ببيع الإنتاج لطرف ثالث غير الجهة المندمجة مما يشكل خرقاً صارخاً لأحكام عقد الدمج

<sup>81</sup> وتعد المنظمات الزراعية المهنية في فرنسا مثلاً جيداً على ذلك.

#### 2.2.4 الدفع بالانتقال الرقمي في القطاع الزراعي

يمثل التحول الرقمي في القطاع الفلاحي، المعروف باسم التكنولوجيا الفلاحية، خطوة كبيرة نحو الفلاحة الحديثة والمستدامة. في سياق يتسم بتحديات تغير المناخ والحاجة إلى تلبية الاحتياجات الغذائية المتزايدة لسكان العالم، أصبح اعتماد التقنيات المبتكرة أمراً حتمياً لتحسين إنتاجية القطاع الفلاحي ومرونته واستدامته. إن الانتقال إلى الزراعة المسماة 4.0 هو بالفعل جزء من خطة "الجيل الأخضر" التي تهدف إلى جعل الفلاحة أكثر جاذبية للاستثمار والمزارعين الشباب. ومع أخذ ذلك بعين الاعتبار، من الأهمية بمكان تشجيع الشراكات مع القطاع الخاص، لا سيما الشركات الناشئة، لتعزيز اعتماد التقنيات ونشرها بين الفلاحين والمشغلين في القطاع.

تقدم التكنولوجيا الزراعية مجموعة واسعة من الأدوات عالية الأداء في مختلف مراحل سلسلة القيمة الزراعية، مما يجعل القطاع أكثر مرونة واستدامة. وتوفر تقنيات مثل المكافحة الحيوية والبيانات الضخمة والروبوتات والهندسة الوراثية مجالاً كبيراً للتطوير، مما يتيح إدارة أكثر ذكاءً للموارد والمخاطر المناخية. إن تعزيز النظام الإيكولوجي للشركات الناشئة أمر ضروري لتشجيع ظهور نظام إيكولوجي زراعي عالي الأداء وشامل ومبتكر. وبالإضافة إلى التدابير المؤسسية، يمكن الاستفادة من برامج لدعم الشركات الناشئة في القطاع الفلاحي، وتشجيع الابتكار واعتماد التقنيات المتقدمة.

بالإضافة إلى ذلك، يجب وضع سياسات عامة متماسكة وشاملة لدعم التحول الرقمي للقطاع الفلاحي. ويشمل ذلك إدارة أفضل للموارد العقارية والمياه، فضلاً عن الاستثمار في البحوث وتطوير التقنيات المتطورة مثل تكنولوجيا الحوسبة الكمية.

أخيراً، يمثل تطوير القطب الرقمي في القطاع الفلاحي خطوة مهمة إلى الأمام، مع مبادرات مثل المزارع الرقمية ومرصد الجفاف ومحطات الأرصاد الجوية المتصلة. تهدف هذه المبادرات إلى رقمنة سلاسل القيمة الزراعية وتدريب جيل جديد من الفلاحين على الزراعة الرقمية، مما يساعد على تحديث القطاع الفلاحي ككل وتعزيزه.

#### 3.2.2 تعزيز العروض البنكية والتأمينية للفلاحين

من أجل دعم تنمية القطاع الفلاحي في المغرب، ونظراً للصعوبات التي يواجهها صغار الفلاحين في الحصول على التمويل، يبدو من المهم تعزيز حلول التمويل المتاحة للفلاحين. ويمكن اعتماد عدد من الخطوات في هذا السياق، بما في ذلك:

- تيسير الحصول على القروض: من الضروري وضع آليات لتيسير حصول الفلاحين على القروض الفلاحية. ويمكن أن ينطوي ذلك على وضع برامج قروض محددة مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات الفلاحين في جميع البنوك المحلية، بشروط سداد مرنة وأسعار فائدة تنافسية؛
- تعزيز التأمين الفلاحي: وضع برامج تأمين فلاحية بأسعار معقولة مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات الفلاحين. ويمكن لهذه التأمينات أن تغطي المخاطر المرتبطة بالأخطار المناخية أو أمراض المحاصيل أو التقلبات في أسعار المنتجات الفلاحية، مما يوفر للفلاحين الأمن المالي في حالة وقوع خسائر؛
- تشجيع الفلاحين على استخدام الخدمات البنكية: رفع مستوى الوعي وتشجيع الفلاحين على استخدام الخدمات البنكية لإدارة شؤونهم المالية. ويمكن أن ينطوي ذلك على حملات إعلامية

وحملات توعية بشأن فوائد الولوج إلى القطاع البنكي، فضلاً عن تقديم خدمات بنكية مصممة خصيصاً لتلبية الاحتياجات الخاصة للفلاحين؛

• تعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص: تشجيع الشراكات بين القطاع العام والقطاع الخاص والمؤسسات المالية لدعم التمويل الفلاحي. ويمكن أن تتخذ هذه الشراكات شكل برامج دعم، أو قروض مدعومة أو ضمانات قروض، مما يتيح تعبئة موارد مالية إضافية للقطاع الفلاحي.

### 3.2 التوصيات الخاصة بمرحلة التوزيع

#### 1.3.2 تسريع إصلاح أسواق الجملة

ولتسريع إصلاح أسواق الجملة وتنفيذ الخطة الوطنية الرئيسية المقترحة، يوصى بإجراء عدة تعديلات لتحسين كفاءة وتحديث هذه البنى التحتية. أولاً، من المرجح تقليل عدد أسواق الجملة، مع تحسين التنسيق بين أحواض الإنتاج والاستهلاك، مما سيوفر خدمة أفضل للسكان ووصولاً أسهل للمنتجين. وكجزء من هذا الإصلاح، من الضروري أيضاً تحديث البنى التحتية القائمة وتحسينها وتغيير حجمها بشكل مناسب لتلبية المعايير الدولية. وينطوي ذلك على إنشاء منصات متعددة المنتجات، مثل المناطق المخصصة للفواكه والخضر واللحوم وما إلى ذلك، بالإضافة إلى مرافق متعددة الأنشطة بما في ذلك مخازن التبريد وخدمات جمع النفايات والمرافق الإدارية.

وفيما يتعلق بالحكامة، يُقترح وضع هيكل مؤسسي يشمل السلطات المحلية والمشغلين، لا سيما في إطار الشراكات بين القطاعين العام والخاص. سيتمكن هذا التعاون من إدارة أسواق الجملة بشكل أكثر كفاءة وشفافية.

وبالإضافة إلى ذلك، يُقترح إلغاء رسوم الدخول إلى الأسواق، وإعتماد مصادر أخرى للإيرادات، غير مرتبطة بالضرورة بالمبيعات، مثل حقوق استغلال المحلات التجارية والإيجارات والخدمات ذات الصلة، بما في ذلك مناطق الفرز وغسيل الصناديق وغرف التبريد وإنضاج المنتجات<sup>82</sup>. سيساعد هذا التنوع في مصادر التمويل على ضمان الجدوى المالية لأسواق الجملة وجعلها أكثر جاذبية.

وكجزء من هذا الإصلاح، من المقرر أيضاً إلغاء وظيفة الوكلاء من خلال مراجعة الإطار القانوني الحالي، ولا سيما الظهير الشريف المؤرخ 7 فبراير 1962 المتعلق بمهام وكلاء أسواق الجملة، مع النص على آلية تعويض مالي لفائدة هؤلاء الوكلاء. بالإضافة إلى ذلك، سيتم إدخال تعديلات على القانون المتعلق بضرائب السلطات المحلية لتوفير إطار أفضل لهذه التغييرات.

أخيراً، لتعزيز مرونة أسواق الجملة وقابليتها للتكيف، يُقترح جعل الالتزام باستخدام هذه الأسواق أكثر مرونة. في بعض الحالات، يمكن إنشاء منصات توزيع مباشرة ومنصات على الإنترنت بمبادرة من مشغلين من القطاع الخاص، بشرط دفع رسوم لتجنب خلق عدم المساواة مع أسواق الجملة، وبالتالي تقديم بديل للمنتجين.

#### 2.3.2 العمل على تعزيز الصناعات التحويلية وتثمين الخضار والفواكه

ينبغي تطوير الصناعات التحويلية للمنتجات الفلاحية، ولا سيما الخضار والفواكه، من خلال توجيه جزء من الإنتاج نحو هذه الأنشطة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء آلية متكاملة وتشاركية ومنسقة، تشمل الجوانب التقنية والمالية والتنظيمية.

<sup>82</sup> تُستخدم غرف الإنضاج لتنظيم درجة الحرارة والرطوبة والعوامل الأخرى من أجل تحقيق نتائج نضج موحدة بهدف تحسين تجانس المنتج.

ومن الضروري أيضاً تحسين قنوات التصدير وتسهيل وصول المنتجين إلى مختلف الأسواق الدولية. ويتطلب ذلك إعادة تقييم وإعادة تحديد العلاقة بين الفلاحين ومجموعات المصدرين من أجل تعزيز التنسيق والشفافية والتشاور فيما بينهم مع اعتماد خارطة طريق جديدة لتحسين القدرة التنافسية للفواكه والخضار في السوق الدولية.

وأخيراً، من الضروري تثمين العملية اللوجستية للفواكه والخضار الموجهة للتصدير. وينطوي ذلك على التركيز على جوانب مثل وضع العلامات والتعبئة والتغليف وما إلى ذلك.

#### 4.2 التوصيات الخاصة بمرحلة التسويق

##### 1.4.2 إصلاح أماكن التسويق

ولتشجيع تحديث أماكن التسويق في المغرب، ينبغي بذل الجهود لإعادة تشكيل مختلف أنواع منافذ البيع، مثل أسواق الأحياء والأسواق الأسبوعية وقنوات التوزيع القصيرة والباعة المتجولين. ويجب أن يأخذ هذا الإصلاح في الحسبان نهجاً إقليمياً، مع مراعاة الروابط بين هذه الفضاءات وأسواق الجملة. يجب إيلاء اهتمام خاص لإعادة تنظيم وتحديث الأسواق الأسبوعية. من الضروري تزويد هذه المساحات بإدارة متجددة وتجهيزات تتكيف مع التغييرات في تطوير ورقمنة الخدمات العامة.

ومن الضروري أيضاً إصلاح مناطق التسويق في أسواق الجملة وكذا استبدال النظام الحالي للبلاط، الذي يقوم على نظام الإيجار، بنظام مفتوح للمنافسة وخاضع للامتثال لمجموعة من المواصفات من قبل القائمين على هذه المساحات. ويجب تنفيذ هذا الإصلاح في إطار مقارنة شاملة تشمل تعاون مختلف الأطراف المعنية، ولا سيما الدولة والمنظمات المشتركة البيهنية والجهات والجماعات والقطاع الخاص.

##### 2.4.2 تعزيز القنوات القصيرة

من الضروري تعزيز القنوات القصيرة من خلال إنشاء مبادرات مختلفة مثل أسواق المزارعين والتعاونيات الزراعية والمتاجر الزراعية والمنصات الإلكترونية التي تسهل البيع المباشر للمنتجات للمستهلكين المحليين. وتؤدي هذه المبادرات دوراً حاسماً في تعزيز الزراعة الأكثر استدامة، ودعم المنتجين المحليين وتعزيز الاقتصادات الريفية.

وتتيح أيضاً قنوات التوزيع القصيرة للمزارعين الفرصة لتحديد أسعارهم الخاصة والبيع المباشر للمستهلكين المطلعين الذين يعيرون اهتماماً بمصدر منتجاتهم وجودتها. ومن خلال تقليل وإلغاء الوسطاء، تضمن هذه القنوات للمستهلكين الحصول على منتجات طازجة عالية الجودة بأسعار تنافسية، مع ضمان حصول المنتجين على إيرادات عادلة. كما أنها تشجع مشاركة أكبر للمزارعين في سلسلة التوريد وتوفر بديلاً لتقلب أسعار السوق.

ومع ذلك، من الضروري الحفاظ على التوازن بين المخططات البديلة وأسواق الجملة من أجل الحفاظ على جاذبية هذه الأخيرة. وبغض النظر عن حقيقة أن الدوائر القصيرة توفر مسارا أكثر مباشرة بين المنتجين والمستهلكين، فإن أسواق الجملة تلعب دوراً حاسماً في توفير فرص المعاملات التجارية واسعة النطاق. وبالتالي، فإن الحفاظ على التوازن بين قنوات التوزيع القصيرة وأسواق الجملة أمر ضروري لضمان استقرار سلسلة التوريد واستدامتها. وعلاوة على ذلك، فإن المنافسة التي يمكن أن تخلقها قنوات التوزيع القصيرة قد تحفز أيضاً أسواق الجملة على تحسين كفاءتها التشغيلية وتقديم خدمات تتكيف بشكل أفضل مع احتياجات العملاء. وبالتالي، فإن التعايش المتناغم بين

النهجين يمكن أن يفيد القطاع بأكمله من خلال تعزيز تنوع أكبر في الخيارات المتاحة للمستهلكين، وتشجيع الابتكار والتحسين المستمر في الممارسات التجارية.

#### 3.4.2 تشجيع رقمنة قنوات التسويق

تلعب الرقمنة دوراً حاسماً في تحديث القطاع الزراعي، مما يتيح للمزارعين الوصول بسهولة وفي الوقت الانى إلى البيانات المتعلقة بأسعار منتجاتهم في مختلف المناطق. وهذا يمكنهم من التفاوض بشكل أكثر فعالية مع الجهات الفاعلة في سلسلة التسويق. ومع ذلك، ولكي يكون هذا الانتقال إلى التكنولوجيا الرقمية فعالاً بشكل كامل، من الضروري اعتماد استراتيجية ابتكارية طموحة لتسويق المنتجات الزراعية، مدعومة بإطار تنظيمي مناسب.

ويجب أن تركز استراتيجية الابتكار هذه على التطوير المحلي للتقنيات التي تتيح فوائد اجتماعية واقتصادية وبيئية للمزارعين. ويشمل ذلك تنظيم الموارد، والتدريب، واستخدام المنصات الرقمية، وإدخال نظم التتبع واللوجستيات الفعالة، وضمان أمن المعاملات.

سيكون من المناسب أيضاً تطوير منصات تجارة رقمية مخصصة لمنتجات الخضار والفواكه، على غرار تلك الموجودة بالفعل للمنتجات المحلية. وينبغي أن تضمن هذه المنصات للمستهلكين الحصول على منتجات صحية وعالية الجودة، مع تزويد المزارعين بقناة بيع مباشرة فعالة لمنتجاتهم.

ملاحق



الملحق I: الهيئة المشرفة على إعداد رأي مجلس المنافسة

المقرر العام بالنيابة
محمد هشام بوعبياد
المقرران المكلفان بملف مبادرة الإدلاء بالرأي
جنات بن حيدة
سفيان الريفي

## الملحق 2: لائحة أعضاء الاجتماع التاسع والأربعين لهيئة المجلس

الرئيس	الأمين العام
أحمد رحو	محمد أبو العزيز
الأعضاء الدائمون	
شيماء عبو	
عادل بوكبير	
عبد العزيز الطالببي	
حسن أبو عبد المجيد	
الأعضاء المستشارون	
عبد الخالق التهامي	
عادل هدان	
عبد السلام بنعبو	
منير مهدي	
رشيد بن علي	
العبد محسوسي	
عثمان الفردوس	
بوعزة خراطي	
مندوب الحكومة	
نوفل رياش	

الملحق 3: لائحة الأعضاء الذين تداولوا في موضوع الرأي

الرئيس
أحمد رحو
الأعضاء الدائمون
شيماء عبو
عادل بوكبير
عبد العزيز الطالبي
حسن أبو عبد المجيد
الأعضاء المستشارون
عبد الخالق التهامي
عادل هدان
عبد السلام بنعبو
منير مهدي
رشيد بن علي
العيد محسوسي
عثمان الفردوس
بوعزة خراطي

مجلس المنافسة  
شارع التين، محج الرياض سانتر  
عمارة 7 و8، الطابق الرابع، حي الرياض - الرباط  
الهاتف : 05 37 75 62 16 - 05 37 75 28 10  
[www.conseil-concurrence.ma](http://www.conseil-concurrence.ma)

---