



الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل
والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات
الغذائية
بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير
يونيو 2015

جدول المحتويات

تقرير المرحلة الاولى	
الصفحة	العنوان
4	المقدمة
8	1. دراسة السوق العالمية
8	1.1 دراسة صادرات بلدان أغادير
25	2.1 التوقع الاستراتيجي، الميزات التفاضلية وسلسلة القيمة العالمية
45	3.1 القطاعات الفرعية ذات الاولوية
46	2. التحقيق في مقتضيات التصدير وملاءمتها مع متطلبات الاتحاد الاوروبي
46	1.2 الطلب العالمي والاوروبي من المنتجات الغذائية
47	2.2 القواعد التفصيلية لتراكم المنشأ الاورومتوسطية
49	3.2 طبيعة السوق الاوروبية
49	4.2 أنماط الاستهلاك
52	5.2 خصائص اسواق أغادير
52	6.2 متطلبات السوق الاوروبية من الجودة والسلامة
52	1.6.2 السلامة الغذائية
53	2.6.2 القوانين وهيئات المراقبة الاوروبية المتعلقة بالمنتجات الغذائية
55	3.6.2 متطلبات التصدير نحو الاتحاد الاوروبي
56	4.6.2 متطلبات الجودة
60	3. تقارير الدول
60	1.3 تقرير حول مصر
60	1.1.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية
64	2.1.3 بيئة الاعمال
65	3.1.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية
70	4.1.3 خلاصة البحث الميداني
71	5.1.3 تحليل SWOT لقطاع الصناعات الغذائية
73	6.1,3 تحليل SWOT حسب القطاع الفرعي
80	2.3 تقرير حول المغرب
80	1.2.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية

81	2.2.3 بيئة الاعمال
84	3.2.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية
92	4.2.3 خلاصة البحث الميداني
93	5.2.3 تحليل SWOT لقطاع الصناعات الغذائية
94	6.2.3 تحليل SWOT حسب القطاع الفرعي
103	3.3 تقرير حول تونس
103	1.3.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية
107	2.3.3 بيئة الاعمال
107	3.3.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية
112	4.3.3 خلاصة البحث الميداني
113	5.3.3 تحليل SWOT لقطاع الصناعات الغذائية
115	6.3.3 تحليل SWOT حسب القطاع الفرعي
127	4.3 تقرير حول الاردن
127	1.4.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية
129	2.4.3 بيئة الاعمال
131	3.4.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية
134	4.4.3 خلاصة البحث الميداني
135	5.4.3 تحليل SWOT لقطاع الصناعات الغذائية
136	6.4.3 تحليل SWOT حسب القطاع الفرعي
141	5.3 خلاصة تقارير الدول
144	4. تحليل الفجوة
147	5. فرص التبادل التجاري والتكامل الصناعي بين بلدان أغادير
151	6. التوصيات

تقرير المرحلة الثانية	
الصفحة	العنوان
156	(1) التوصيات المفصلة
162	(2) استراتيجية التعاون والشراكة
163	(3) خطة العمل
163	1.3 المحور الاول : تنمية الصادرات
164	1.1.3 اتحادات أغادير التنافسية القطرية Agadir Consortiums
166	1.1.1.3 مختلف أنواع الاتحادات
167	2.1.1.3 كيفية احداث الاتحادات
169	3.11.3 العوامل التي يمكن أن تعيق احداث الاتحادات
169	4.1.1.3 حجم الاتحادات
171	5.1.1.3 مقترحات اتحادات التصدير بدول اتفاقية أغادير
173	6.1.1.3 المساندة المالية والفنية لاتحادات التصدير
175	2.1.3 صندوق أغادير لتشجيع الصادرات
175	1.2.1.3 مساندة اتحادات أغادير
175	2.2.1.3 تقييم جاهزية الشركات فيما يتعلق بالمواصفات الخاصة
176	3.2.1.3 الخطط التسويقية المتكاملة لفائدة الشركات المصنعة
177	3.1.3 الانشطة الترويجية الجماعية
179	4.1.3 مجالات تطوير الاعلام التجاري
179	5.1.3 الفرص الاخرى لترويج منتجات أغادير
181	6.1.3 مسالك التوزيع بالاتحاد الأوروبي
181	1.6.1.3 لمحة عامة
181	2.6.1.3 قطاع تجارة التجزئة للمنتجات الغذائية بالاتحاد الأوروبي
191	3.6.1.3 البيع تحت العلامات الخاصة بالاتحاد الأوروبي
192	4.6.1.3 المنتجات العضوية، منتجات الاقاليم والمنتجات الخالية من القلوتين ومن السكر ومنتجات الحمية
194	2.3 المحور الثاني: تطوير التكامل الصناعي والاستثمار
194	1.2.3 شروط التكامل الصناعي في قطاع الصناعات الغذائية
195	1.1.2.3 حرية حركة السلع
196	2.1.2.3 تطبيق حرية حركة السلع في اطار دول أغادير
198	2.2.3 الفرص المحتملة عند التكامل الصناعي

199	3.2.3 تطوير سلسلة القيمة عبر تطوير الاستثمار والتكامل الصناعي
199	1.3.2.3 تطوير الاستثمارات
207	2.3.2.3 النتائج المحتملة للتكامل الصناعي
212	4.2.3 برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية
217	3.3 المحور الثالث: تطوير الجودة وتهيئة بيئة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة
217	1.3.3 تطوير الجودة
218	2.3.3 وضع برنامج للبحث والتنمية وإحداث منتجات جديدة
221	4.3 المحور الرابع: التعاون مع البرامج الوطنية لتأهيل قطاع صناعات الغذائية
223	5.3 المحور الخامس: تحسين بيئة الأعمال
225	6.3 المحور السادس: تحسين لوجيستية النقل
229	7.3 المحور السابع: تحسين لوجيستية التبريد
230	8.3 المحور الثامن: تيسير التجارة
236	(4) الخطة التنفيذية

الملاحق	
243	ملحق رقم (I) دراسة صادرات بلدان أغادير
308	ملحق رقم (II) مصر
359	ملحق رقم (III) المغرب
371	ملحق رقم (IV) تونس
377	ملحق رقم (V) الأردن
393	ملحق رقم (VI) عناوين مفيدة

أهم الاختصارات الواردة بالدراسة

Most Favored Nation MNF	مبدأ الدولة الأولى بالرعاية
Traceability	نظام التتبع واقتفاء الاثر
Trade Technical Barriers TTB	اتفاقية العوائق الفنية
Sanitary & Phitosanitary Measures SPS	اتفاقية الصحة والصحة النباتية
International Office Of Epzooties OIE	المكتب الدولي للابوئة
International Plant Protection IPPC	أمانة الاتفاقية الدولية لحماية النباتات
Joint Codex Alimentarius Commission	الهيئة المشتركة للدستور الغذائي
Food & Veterany Office FVO	مكتب الاغذية والطب البيطري
European Food & Safety Authority EFSA	الوكالة الاوروبية لسلامة الاغذية
Maximum Residue Limit MLR	الحد الاقصى لبقايا المبيدات الحشرية
Hazard Analysis Critical Control Point HACCP	تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة
Good Manufacturing Practice GMP	نظام أفضل ممارسات التصنيع
Global G.A.P	مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة
SWOT Analysis	التحليل الرباعي
Post Harvest Losses	فاقد ما بعد الحصاد
Doing Business	تقرير ممارسة الاعمال
Private Label	العلامات التجارية الخاصة

تقرير المرحلة الاولى

المقدمة

أعدت هذه الدراسة لفائدة الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير في إطار برامجها التنفيذية والتي تهدف الى بحث الفرص التكاملية والشراكة في قطاع الصناعات الغذائية بين دول اتفاقية أغادير.

وقد تمثلت الأهداف المحورية التي وجهت فريق العمل خلال المرحلة الأولى لهذه الدراسة في:

- دراسة السوق العالمية لقطاع الصناعات الغذائية مع تحديد تموقع القطاعات التصديرية لبلدان اتفاقية أغادير
- تحديد الميزة التنافسية لكل بلد من بلدان اتفاقية أغادير، ومدى اندماج قطاع الصناعات الغذائية في سلسلة القيمة العالمية
- توثيق التوجهات والمتطلبات للسوق الأوروبية في قطاع الصناعات الغذائية
- تحديد القطاعات الفرعية ذات الأولوية مع التشخيص لنقاط القوة ونقاط الضعف لديها
- تشخيص الفرص المتاحة للتكامل الصناعي
- تحديد نظم الجودة التي يستوجب اعتمادها لقطاع الصناعات الغذائية،
- تحديد الفرص المتأتية من تراكم المنشأ

تأخذ التجارة العالمية للمنتجات الزراعية ومنتجات الصناعات الغذائية عند تداولها ثلاث أشكال:

- ❖ سلع سائبة
- ❖ المواد المعالجة الوسيطة
- ❖ المنتجات الاستهلاكية المصنعة

بالنسبة للمنتجات الأولية ركزنا في هذه الدراسة أساسا على المواد التي لديها فائضا مهما ومخزونا للصناعات الغذائية المصدرة. كما تم اختيار القطاعات الفرعية ذات الأولوية على أساس توفر إنتاج المواد الأولية، القيمة المضافة للصناعات الغذائية، والطاقت التصديرية والتي تمثل فرصا تكاملية بين بلدان أغادير لتحقيق تراكم المنشأ والتصدير إلى الاتحاد الأوروبي.

1) دراسة السوق العالمية

1.1 دراسة صادرات بلدان أغادير

لقد تمت دراسة صادرات كل دولة من دول اتفاقية أغادير من المنتجات الزراعية والصناعات الغذائية بالملحق رقم (I)، وقد اعتمدت البيانات المستخدمة على إحصائيات خريطة التجارة TradeMap لمركز التجارة الدولي والمستندة إلى قاعدة بيانات COMTRADE للأمم المتحدة وفي هذا الصدد قمنا بما يلي:

- دراسة نمو الصادرات لكل المنتجات الزراعية والصناعات الغذائية والفائض التجاري وذلك حسب الأسواق الأوروبية والعالمية ودول أغادير
 - وأبرزنا القواعد التفصيلية لكل قطاع فرعي يوفر فرص تراكمية المنشأ والتكامل عند التصدير نحو الاتحاد الأوروبي،
 - النظر في حجم المبادلات التجارية البيئية وهيكله الصادرات باتجاه الاتحاد الأوروبي من أجل تحديد القطاعات الفرعية التي توفر أكبر فرص للتصدير
 - إعداد مصفوفة لكل بلد تحتوي المعطيات الخاصة بالصادرات والمستوردات لكل منتج ولكل بلد، بالإضافة إلى نسب نمو التجارة مع الاتحاد الأوروبي
- وفي ما يلي أهم الاستنتاجات التي برزت من خلال التحاليل المذكورة:

3 أسماك وقشريات ، رخويات وغيرها من اللافقرات المائية

المغرب وتونس فقط تصدران بقيمة كبيرة من الأسماك وغلل البحر مع فائض للميزان التجاري لهذا القطاع. في حين أن العجز في الميزان التجاري لهذا القطاع بالنسبة لمصر والأردن مرتفع جدا.

كما تجدر الإشارة إلى أن صادرات بلدان أغادير (948 مليون دولار أمريكي) أكبر من الواردات (479 مليون دولار أمريكي) مما يمثل فرصا للتجارة البيئية والتي تمكن من تراكمية المنشأ عند تصدير منتجات البحر إلى الاتحاد الأوروبي.

كما يستورد الاتحاد الأوروبي كميات كبيرة من هذه المنتجات من الصين والهند (3250 مليون دولار أمريكي)

المغرب

- أهم الصادرات المغربية من هذا القطاع تمثلت في الرخويات (0307) وتحتل بذلك المرتبة الخامسة عالميا ونسبة نمو تقدر بـ 8 %.
- قرابة نصف الصادرات المغربية (42.1 %) موجهة نحو أسبانيا تليها اليابان (11 %) فايطاليا (10.8 %)
- التجارة المغربية مع بلدان أغادير في هذا القطاع محدودة جدا. فقط 0.1 % من الصادرات موجهة لمصر ونسبة 0.26 % موجهة لتونس

تونس

- تمثل الأسماك الكاملة الطازجة أهم الصادرات التونسية ضمن هذا القطاع
- 38.2 % من الصادرات التونسية موجهة نحو إيطاليا، تليها اليابان بنسبة 25 % واسبانيا بنسبة 20.8 %
- محدودية الصادرات التونسية نحو بلدان أغادير يمكن تفسيره بعدم توفر النقل المنتظم بين بلدان أغادير، إذ أن نسبة 0.3 % فقط من الصادرات موجهة إلى مصر ونسبة 0.1 % موجهة إلى الأردن.

مصر

- تمثل الأسماك الكاملة الطازجة أهم الصادرات المصرية ضمن هذا القطاع
- أهم الصادرات المصرية موجهة نحو لبنان (28.1%) ثم إيطاليا (24.1%) والعربية السعودية (14.5%)
- الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير محدودة، وتمثل فقط 2.4% من صادراتها نحو الأردن ونسبة 0.3% نحو تونس

04 الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي، منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

هنالك نقص في التكامل بين البلدان الأربعة، والتي تقتصر صادراتها على مادة الاجبان يستورد الاتحاد الأوروبي خاصة من الصين (20 % من صادرات الصين موجهة نحو الاتحاد الأوروبي) قيمة مستوردات بلدان أغادير مرتفعة (1400 مليون دولار أمريكي) في حين بلغت قيمة صادراتها 671 مليون دولار أمريكي.

المغرب

- المغرب مصدر كبير للجبن واللبن المخثر، وبمعدل نمو بنسبة 10 %.
- صادرات القطاع موجهة أساسا إلى لبنان (24.9%) يليها اليمن (12.8%) وسوريا (8.6%) ثم السنغال (6.9%)
- نسبة 0.7% من الجبن يتم تصديره إلى مصر و4.2% إلى الأردن. ليست هناك صادرات نحو تونس

تونس

أهم منتج يتم تصديره ضمن هذا القطاع ينحصر في الجبن، وبنسبة نمو 15%. كما يتم تصدير مخيض اللبن (Babeurre Buttermilk) بنسبة نمو عالية (31%) ويلاحظ كذلك أن أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع موجهة بالأساس إلى ليبيا (81.9 %) و 11.3% إلى المغرب. ليست هنالك صادرات إلى مصر أو الأردن.

الأردن

- أهم الصادرات الأردنية ضمن هذا القطاع تتمثل في الجبن
- أهم الوجهات التصديرية للأردن هي العراق (56.4%) والعربية السعودية (11.8%)
- لا توجد صادرات أردنية نحو بلدان أغادير أو الاتحاد الأوروبي

مصر

- أهم الصادرات المصرية ضمن هذا القطاع تتمثل في الجبن واللبن المخثر
- أهم الصادرات موجهة إلى العربية السعودية (22.3%) ثم ليبيا (20.8%)
- وتمثل الصادرات المصرية نحو الأردن نسبة 8.4% ونحو المغرب 1.1%

06 أشجار ونباتات آخر حبة ؛ بصيلات وبصلات وجذور وما شابهها ؛ أزهار مقطوفة وأغصان موزقة للزينة

تصدر مصر بقيمة كبيرة من منتجات هذا الفصل مع فائض في الميزان التجاري. في حين أن تونس والمغرب والأردن لديها عجز كبير في ميزانها التجاري من هذه المنتجات.

أهم الوجهات التصديرية لمصر تحت هذا الصنف هي: ليبيا (33.2%) تليها المملكة المتحدة (25.8%). الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير تقتصر على الأردن وبنسبة 0.5% فقط.

07 خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل

قيمة الصادرات من الخضروات لبلدان أغادير مرتفعة إذ بلغت 2406 مليون دولار أمريكي وبلغت مستورداتها 1040 مليون دولار أمريكي، وقد تصدرت مصر المرتبة الأولى (1040 مليار دولار)، يليها المغرب (828 مليون دولار) ثم الأردن (476 مليون دولار)، في حين أن صادرات تونس من هذه المنتجات محدودة مقارنة ببلدان الاتفاقية. كما أن صادرات الصين وتركيا نحو الاتحاد الأوروبي هامة جدا، ولكنها محدودة باتجاه بلدان أغادير.

مصر

- البصل والثوم والكرات الطازج أو المبرد، والبطاطس هي من أهم الصادرات المصرية مع فائض كبير للميزان التجاري من هذه المنتجات
- تصدر مصر إلى العربية السعودية (12.3%)، إيطاليا (10.8%) والمملكة المتحدة (9.6%)
- صادراتها من هذه المنتجات نحو بلدان أغادير: الأردن 3 % وتونس 0,7% والمغرب 0.1%

المغرب

- تمثلت صادرات المغرب من هذه المنتجات أساسا في : البندورة (الطماطم) والخضر الطازجة والمبردة والبقوليات المفصصة أو الغير مفصصة، مع فائض للميزان التجاري بالنسبة لهذه الفئة من المنتجات
- أهم الوجهات للصادرات المغربية هي فرنسا (50.4%) ثم إسبانيا (8.2%)
- ليست لديها صادرات نحو بلدان أغادير
- 8% من الصادرات وجهتها بلدان الخليج

الأردن

- يصدر الأردن هذا تحت الفصل البندورة (316 مليون دولار أمريكي) مع فائض في الميزان التجاري ونسبة نمو عالية.
- أهم الوجهات التصديرية للأردن هي على التوالي: الإمارات العربية المتحدة (19.4%) ، والعربية السعودية (14.5%) ثم الكويت (13.4%).
- ليست لديها صادرات نحو بلدان أغادير.

ملاحظة : يوجد تكامل بين بلدان الاتفاقية من شأنه أن يسهل الاندماج بين البلدان : إذ أن مصر تصدر البطاطس والبصل، والبقول والخضر المبردة والمجمدة

المغرب يصدر البندورة (الطماطم) الجزر والخضر المحفوظة مؤقتا والخضر المجففة

يصدر الأردن منتجات غير موسمية كالبنندوة والخص والخيار والكرنب

08 فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام

بلغت صادرات بلدان اتفاقية أغادير من الفواكه والأثمار 2208 مليون دولار أمريكي مقابل قيمة المستوردات 819 مليون دولار أمريكي. وقد تصدرت مصر المجموعة (1010 مليون دولار أمريكي) يليها المغرب (700 مليون دولار) ثم تونس (300 مليون دولار) والأردن (200 مليون دولار).

كما يستورد الاتحاد الأوروبي كميات كبيرة من تركيا (70 % من الصادرات التركية)

مصر

- تصدر مصر الحمضيات بقيمة (533 مليون دولار أمريكي)، والعنب (183 مليون دولار)، مع فائض في الميزان التجاري بالنسبة لهذه المنتجات
- الصادرات المصرية موجهة بالأساس إلى العربية السعودية (14.1 %) ثم روسيا (13.9 %) والعراق (10 %)
- أما صادراتها نحو بلدان أغادير فهي كالتالي : الأردن (2.3 %)، المغرب (1.4 %)، تونس (0.1 %)

المغرب

- تتمثل أهم الصادرات المغربية تحت هذا البند في الحمضيات (415 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق التصديرية هي روسيا (27.3 %)، وفرنسا (18.6 %) وهولندا (15.1 %)
- صادرات المغرب نحو بلدان أغادير تكاد لا تذكر (تونس 0.1 %)

تونس

- تمثل التمور أهم الصادرات التونسية تحت هذا الفصل (234 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق هي المغرب (18.5 %)، وفرنسا (13.5 %) وليبيا (12.7 %)
- نسبة 40 % من صادرات الفواكه والأثمار الصالحة للأكل موجهة نحو الاتحاد الأوروبي

الأردن

- أهم الصادرات الأردنية تحت هذا الفصل تتمثل في المشمش بقيمة 96 مليون دولار، و الخوخ الطازج بقيمة 12.428 مليون دولار
- أهم الأسواق التصديرية هي العراق (57.2 %) وفرنسا (13.5 %) والعربية السعودية (18.4 %)
- صادرات الأردن نحو بلدان أغادير محدودة : مصر (0.9 %) والمغرب (0.5 %)

ملاحظة : توجد فرص تكاملية بين الدول الأعضاء لاتفاقية أغادير من شأنها تسهيل الاندماج فيما بينها

11 منتجات مطاحن ؛ شعير ناشط (مالت) ؛ نشاء حبوب أو جذور أو درنات ؛ اينولين ؛ دابوق القمح (جلوتين)

إن المغرب والأردن يقومان بصادرات ذات قيمة هامة من "منتجات مطاحن ؛ شعير ناشط (مالت) ؛ نشاء حبوب أو جذور أو درنات ؛ اينولين ؛ دابوق القمح (جلوتين)" والتي بلغت 156 مليون دولار أمريكي، والمستوردات بقيمة 92 مليون دولار أمريكي وبنسبة نمو عالية. كما توجد في هذا المجال فرص لتنمية الصادرات نحو بلدان الاتفاقية والاتحاد الأوروبي خاصة في مجال المنتجات العضوية ومنتجات الحمية.

المغرب

- أهم الصادرات المغربية تقتصر على " دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم "
- تصدر المغرب إلى غينيا (76.9 %) وأنغولا (17.5 %)
- ليست لديها صادرات نحو بلدان أغادير

مصر

- أهم الصادرات المصرية تقتصر على " دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم "
- تصدر مصر إلى أهم الأسواق التالية: الصومال (21.5 %)، اريتريا (16.9 %)، ليبيا (13.1 %)، وسوريا (10.1 %)
- أما صادراتها نحو بلدان أغادير فهي كالتالي : الأردن 3.9 %، تونس 2.3 %، المغرب 0.1 %.

12 حبوب وبذور وأثمار زيتية ؛ حبوب وبذور وأثمار متنوعة ؛ نباتات للصناعة أو للطب ؛ قش وعلف

بلغت قيمة صادرات بلدان أغادير 390 مليون دولار أمريكي (مقابل قيمة المستوردات 1907 مليون دولار أمريكي) لدى مصر عائدات هامة من صادرات البذور والنباتات الطبية، تليها المغرب، لكن ميزانها التجاري يشهد عجزا كبيرا مقارنة بالميزان التجاري المغربي، ويعزى ذلك إلى أهمية الإنتاج المغربي في هذا المجال الذي سجل نسب عالية من النمو. في حين أن صادرات تونس في المجال تبقى محدودة جدا. كما تستورد بلدات أغادير كميات كبيرة من المنتجات من الصين والهند.

مصر

- أهم المنتجات المصرية المصدرة تحت هذا الصنف هي النباتات الطبية بقيمة تعادل 110 مليون دولار أمريكي
- أهم الوجهات هي إيطاليا (10.3 %)، الولايات المتحدة (10.3 %)، وألمانيا (9.9 %)
- الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير هي كالتالي : المغرب 4 %، الأردن 3.2 %، وتونس 1.3 %
- نسبة 38 % من الصادرات المصرية من هذا المنتج موجهة نحو الاتحاد الأوروبي.

المغرب

- أهم الصادرات المغربية تحت هذا الفصل تتمثل في الخروب والنباتات الطبية، مع نسبة نمو مرتفعة
- أهم الأسواق : إسبانيا (24.4 %)، إيطاليا (14.6 %) وفرنسا (11 %)
- الصادرات المغربية نحو بلدان أغادير هي كالتالي : مصر 0.3 %، الأردن 0.1 %، لا توجد صادرات نحو تونس
- 76.4 % من الصادرات المغربية موجهة إلى الاتحاد الأوروبي

15 شحوم ودهون وزيت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها ؛ دهون غذائية محضرة ؛ شموع من أصل حيوان أو نباتي

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 1047 مليون دولار أمريكي مقابل قيمة المستوردات 2654 مليون دولار أمريكي

تونس

تتمتع تونس بإمكانيات كبيرة للتجارة في مجال "زيوت ودهون نباتية ثابتة آخر وإن كانت مكررة، ولكن غير معدلة كيميائيا". أهم منتج يتم تصديره هو زيت الزيتون والزيوت النباتية والمرجرين، فقد كان معدل النمو السنوي لهذه المنتجات خلال الفترة 2009-2013 على التوالي: 8 %، 7 % و 7 %.

أهم الصادرات التونسية من زيت الزيتون موجهة إلى الاتحاد الأوروبي وتتمتع بطاقة كبيرة لتصدير زيت الذرة والمرجرين باتجاه بلدان أغادير والاتحاد الأوروبي.

علما بأن مستوردات الاتحاد الأوروبي متأتية من الهند (30 % من الصادرات الهندية)

مصر

أهم الصادرات المصرية تحت هذا الفصل تتمثل في الزيوت والدهون النباتية، زيت الصويا، وزيت الذرة. وبمعدل نمو سنوي على التوالي 140 %، 13 % و 56 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.

تصدر مصر منتجاتها من الزيوت النباتية إلى العراق (56.9 %) وسوريا (20.9 %)، أما صادراتها من زيت الصويا فموجهة إلى لبنان (33.8 %) والأردن (26.5 %) وسوريا (9.9 %)، وبالنسبة لزيت الذرة فيتم تصديره إلى الأردن (41.6 %) وسوريا (37.5 %) ولبنان (8.4 %).

المغرب

أهم الصادرات المغربية تتمثل في الدهون وزيت الأسماك، الزيوت والدهون النباتية، وزيت الزيتون البكر والتي شهدت معدلات نمو سنوية خلال الفترة 2009-2013 على التوالي : 5%، 16%، و 25%. وتصدر المغرب منتجاتها من دهون وزيت الأسماك إلى فرنسا (59.8%)، وألمانيا (18.1%)، وتصدر زيت الزيتون البكر إلى الولايات المتحدة (57.1%) والصين (12%).

16 محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات أو لافقريات مائية أخرى

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 829 مليون دولار أمريكي مقابل 285 مليون دولار أمريكي من المستوردات. يستورد الاتحاد الأوروبي كميات كبيرة من الصين، في حين أن مستوردات بلدان أغادير من الصين وتركيا محدودة.

تونس

أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع تمثلت في السردين والأنشوجة والتونة المحفوظة، مع إمكانات نمو مرتفعة تؤدي إلى نسب نمو سنوية للصادرات عالية بلغت على التوالي 26 %، 21% و 31% وذلك خلال الفترة 2009-2013. الصادرات التونسية موجهة بالأساس نحو إيطاليا، سوريا، ليبيا وفرنسا. صادراتها نحو بلدان أغادير تكاد لا تذكر.

الأردن

- أهم الصادرات الأردنية تمثلت في لحوم الأبقار وأحشاء اللحوم، النقانق، محضرات وأصناف آخر من لحوم وأطراف.
- أغلبية المنتجات المصدرة لديها نسبة نمو سنوية مرتفعة خلال الفترة 2009-2013 إذ تم تسجيل نسب نمو 150% للمنتجات المذكورة أعلاه
- يعتبر الأردن من بين المصدرين الكبار في العالم (الخمس عشرة الأوائل) لمنتجات لحوم الأبقار وأحشاء اللحوم
- الصادرات الأردنية موجهة بالأساس إلى العراق (32.6 %)، العربية السعودية (20.6%)، الإمارات العربية المتحدة (14.5%)، في حين أن التجارة البينية مع بلدان أغادير ليست بالهامة ماعدا مع مصر والتي بلغت قيمتها 2.6 مليون دولار أمريكي وينسبة 3.6% من الصادرات. ويعتبر هذا القطاع الفرعي فرصة لتنمية التصدير نحو بلدان أغادير والاتحاد الأوروبي من خلال المنتجات الحلال.

المغرب

- أهم الصادرات المغربية تحت هذا العنوان تمثلت في محضرات السردين والأسماك، القشريات والرخويات، مع نمو محتمل للآداء ونسب مرتفعة للنمو السنوي للصادرات تتراوح بين 8% و 3% خلال الفترة 2009-2013.
- يحتل المغرب المرتبة 18 عالميا من حيث صادرات هذه المنتجات
- الصادرات المغربية موجهة بالأساس نحو الاتحاد الأوروبي ، اسبانيا (13.2%)، إيطاليا (12.4%)، فرنسا (2.1%)، والصادرات المغربية نحو بلدان الاتفاقية تكاد لا تذكر
- يحتل المغرب المكانة المثلى في هذا المجال تمكنه من أن يلبي حاجيات البلدان الأخرى من اتفاقية أغادير

مصر

الصادرات المصرية في هذا القطاع محدودة، إذ يتم فقط تصدير لحوم الطيور ومحضرات القشريات والرخويات باتجاه الكويت (53.8%) والولايات المتحدة (23.2%) والإمارات العربية (7.6%). في حين أن الصادرات نحو بلدان أغادير غير هامة. كما أن قيمة صادرات هذه المنتجات قد سجلت نسب عالية للنمو السنوي على التوالي 240% و 29%.

17 سكر ومصنوعات سكرية

تصدر بلدان أغادير من هذه المنتجات ما قيمته 417 مليون دولار أمريكي مقابل 1405 مليون دولار أمريكي من المستوردات.

مصر

- مثلت حصة مصر من الصادرات العالمية لهذا المنتج 0.09 % وتحتل بذلك المرتبة 94 عالميا
- أهم الصادرات المصرية تحت هذا الصنف: السكر المكرر، المصنوعات السكرية، العلك والدبس
- شهدت معظم المنتجات المصدرة ارتفاعا استثنائيا في نسب النمو السنوية من حيث القيمة، إذ ارتفعت صادرات دبس السكر من القصب بنسبة 73 % والدبس المتنوع بنسبة 20 %. وتحتل السودان المرتبة الأولى من حيث الأسواق التصديرية (23.3%)، ثم كينيا (10.5%) وهولندا (8.4%). أما الصادرات المصرية من هذه المنتجات نحو بلدان الاتفاقية فقد كانت بنسبة 2.6 % نحو المغرب، و 1.7 % نحو الأردن. هذا ويمكن أن يتم تصدير هذه المنتجات نحو بلدان أغادير كموايد أولية لإنتاج مادة الخميرة، ألا أن العائق الذي يعترض ذلك هي ارتفاع تكلفة النقل.

المغرب

- تمثل المنتجات السكرية أهم الصادرات المغربية تحت هذا الفصل، مع نسبة نمو سنوية مرتفعة تقدر بـ 28 %. كما شهدت صادرات السكر المكرر إمكانات مرتفعة في النمو بنسبة 74 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- وتصدر المغرب بالأساس نحو السنغال (14.1%) والكاميرون (12%) والأردن (7.3%)

تونس

- تمثلت أهم الصادرات التونسية تحت هذا الفصل في المصنوعات السكرية والعلك، وينسب النمو السنوية التالية 3 % و - 26%.
- التجارة البينية مع بلدان اتفاقية أغادير محدودة جدا، أقل من 0.5 % نحو الأردن.

18 كاكاو ومحضراته

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 140 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 268 مليون دولار أمريكي.

تونس

- تمثلت أهم الصادرات التونسية في "الشوكولاتة ومحضرات غذائية أخرى تحتوي على كاكاو بشكل قطع أو ألواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ"، و "شوكولاتة ومحضرات أخرى تحتوي على الكاكاو" وينسب نمو سنوية على التوالي 4 % و 5% خلال الفترة 2009-2013.
- تصدر تونس نسبة 88.8% من الشوكولاتة ومحضرات الكاكاو و نسبة 83.6% من والمحضرات الأخرى التي تحتوي على الكاكاو باتجاه ليبيا

مصر

- تمثلت أهم الصادرات المصرية في "الشوكولاتة ومحضرات غذائية أخرى تحتوي على كاكاو بشكل قطع أو ألواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ" و "شوكولاتة ومحضرات غير محشوة أخرى تحتوي على الكاكاو" وينسب نمو سنوية على التوالي 23 % و 4% خلال الفترة 2009-2013.
- يتم تصدير " الشوكولاتة ومحضرات غذائية أخرى" في مجملها إلى العربية السعودية.

19 محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب و فطائر

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 367 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 468 مليون دولار أمريكي.

تونس

تمثلت أهم الصادرات التونسية في العجائن الغذائية، البسكويت المحلي، رقائق الختم والكسكسي وينسب نمو سنوية على التوالي 5 %، 16 %، -2 % و 6 % خلال الفترة 2009-2013.

أهم الأسواق التصديرية لهذه المنتجات هي ليبيا (24.9%)، النيجر (8.2%) والجزائر (4.5%).

مصر

أهم الصادرات المصرية متمثلة في العجائن الغذائية، البسكويت المحلي، رقائق الختم وينسب نمو سنوية على التوالي 16 %، 26 % و 6 % خلال الفترة 2009-2013.

أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذه المنتجات هي إريتريا (24.9%)، اليمن (8.2%) ولبنان (4.5%).

الأردن

البسكويت المحلي والتابيوكا هي أهم الصادرات الأردنية وينسب نمو سنوية على التوالي 17 % و 57 % خلال الفترة 2009-2013.

أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذه المنتجات هي العراق (44.4%)، مصر (17.6%) واليمن (9.2%).

المغرب

تمثلت أهم الصادرات المغربية في مادة الكسكسي وينسب نمو سنوية بـ 30 % خلال الفترة 2009-2013.

أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي فرنسا (35.4%)، موريتانيا (14.7%) وإسبانيا (7.9%).

20 محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 622 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 302 مليون دولار أمريكي. تعتبر مصر أهم بلد مصدر ضمن بلدان الاتفاقية بقيمة صادرات جمالية من محضرات الخضر والفواكه تناهز 340 مليون دولار أمريكي، يليها المغرب بقيمة 194 مليون دولار أمريكي ثم تونس بقيمة 44 مليون دولار مع نسبة نمو سنوية مرتفعة. يستورد الاتحاد الأوروبي كميات كبيرة من هذه المنتجات من الصين وتركيا.

مصر

• تقوم مصر بتصدير **عصير الفواكه والخضر**، محضرات الفواكه والخضر (الخيار، البندورة، والفواكه) والمربى وينسب نمو عالية.

• أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي ليبيا (13.2%)، والعربية السعودية (10.4%) ...

• صادراتها نحو بلدان أغادير: 4.9 % نحو المغرب، 3 % نحو الأردن و 0.6 % نحو تونس.

المغرب

• تقوم المغرب بتصدير "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"

• أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي فرنسا (37.2%) والولايات المتحدة الأمريكية (19.3%) ...

• صادراتها نحو بلدان أغادير: 0.9 % نحو تونس و 0.6 % نحو الأردن.

تونس

- أهم الصادرات التونسية تتمثل في بندورة محضرة أو محفوظة (مصبرات الطماطم) بنسبة نمو مرتفعة.
- صادراتها نحو بلدان أغادير: 0.4% نحو المغرب.

الأردن

- أهم صادرات الأردن تتمثل في "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل غير مجمدة" وبنسبة نمو مرتفعة
- أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي العراق (39.5%) والعربية السعودية (12%) ...
- صادراتها نحو بلدان أغادير 2.1% نحو المغرب و0.8% نحو مصر.

2009: عصير فواكه وعصير خضر

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 110 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 92 مليون دولار أمريكي.
- مصر هي أهم دولة من بلدان أغادير مصدرة للعصائر.
- تتكون صادراتها بالأساس من مزيج العصائر غير مختمرة (49 مليون دولار أمريكي)، ومخاليط عصائر (31 مليون دولار أمريكي)
 - أهم الأسواق: ليبيا (12.2%) والولايات المتحدة الأمريكية (10.1%)
 - صادراتها باتجاه بلدان أغادير: 4.6% نحو المغرب، 2.6% الأردن و0.7% نحو تونس.
- ان الأردن والمغرب وتونس ليست لديها صادرات هامة من المنتجات المذكورة، لكن يلاحظ نسب نمو مرتفعة بالنسبة للمغرب وتونس.
- تبين تحاليل المستوردات من المنتجات المذكورة للبلدان العربية وتركيا، وضمن الرسوم الأوروبية تحت إطار الدولة الأولى بالرعاية:

- أن أهم الواردات بالنسبة لبلدان اتفاقية أغادير تتمثل في عصير الفواكه والخضر، مخاليط العصير و عصير البرتقال
- ويلاحظ أن هذه المنتجات سجلت أعلى معدلات النمو للطلب العالمي (5%، 5% و 8%)

2008: فواكه أو أثمار وأجزاء نباتات آخر صالحة للأكل محضرة أو محفوظة بطريقة أخرى

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 58 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 39 مليون دولار أمريكي.
- مصر والمغرب هي أهم البلدان المصدرة من بين بلدان الاتفاقية لمنتجات "الفواكه وأثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة"

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من محضرات الفراولة المتنوعة (14 مليون دولار أمريكي) بنسبة نمو مرتفعة (100%)
- كما تصدر "محضرات فواكه وخضر آخر" نحو المملكة المتحدة (25.1%)، العربية السعودية (25.1%) وفرنسا (16.6%)
- صادراتها نحو بلدان أغادير: 1.1% نحو الأردن و0.2% نحو تونس.

المغرب

- تتكون صادراته أساسا من محضرات المشمش المتنوع محفوظة أو محضرة (13.8 مليون دولار أمريكي)
- ويصدر المغرب هذه المنتجات نحو فرنسا (40.2%) وألمانيا (14.3%)
- الصادرات نحو بلدان أغادير: 4.3% نحو مصر و6.3% نحو تونس
- إن آفاق صادرات بلدان اتفاقية أغادير لافتة للنظر للأسباب التالية:
- الأهمية القصوى للطلب العالمي بقيمة 13,268 مليون دولار مع نسبة نمو سنوية بـ 9%

- مستوردات بلدان أغادير تمثل نسبة 3.3 % من المستوردات العالمية

2005: خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 250 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 40 مليون دولار أمريكي. يعتبر المغرب هو أهم مصدر من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة" كما تجدر الإشارة إلى أن نسب نمو صادرات الأردن ومصر للمنتجات المذكورة كانت مرتفعة خلال الفترة 2009-2013، وهي على التوالي 20% و 18%.

المغرب

- صادراته متكونة أساسا من محضرات الزيتون (137 مليون دولار أمريكي) ويحتل المرتبة الثالثة عالميا.
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب من "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"، هي فرنسا (36.9%) والولايات المتحدة (25.6%) وبلجيكا (11.4%)...
- صادراته نحو بلدان أغادير تقتصر على مصر ونسبة 0.1%.

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من محضرات الزيتون (47 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 15%، ثم محضرات البطاطس (17.4 مليون دولار أمريكي).
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"، هي ليبيا (25.3%) والعراق (16.3%)
- وتصدر مصر المنتجات المذكورة نحو بلدان أغادير وبالنسب التالية: الأردن 2.3% وتونس 0.6%.

الأردن

- صادراته متكونة أساسا من "خضر آخر وخليط خضر" (24.2 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 25%.
- أهم الأسواق التصديرية للأردن من خضر آخر وخليط خضر، هي العراق (45.2%)، والعربية السعودية (13.5%) والولايات المتحدة (11.8%)
- وتصدر الأردن المنتجات المذكورة إلى تونس ونسبة 0.1%

إن آفاق صادرات بلدان اتفاقية أغادير من هذه المنتجات لافئة للنظر للأسباب التالية :

- الأهمية الكبرى للطلب العالمي بقيمة 9700 مليون دولار مع 6 % كنسبة نمو سنوية.
- ارتفاع نمو الصادرات لبلدان اتفاقية أغادير خلال الفترة 2009-2013 بنسبة 26%.
- 3% من المستوردات العالمية هي حصة البلدان العربية وبلدان أغادير.

2004: خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك مجمدة

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 42 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 43 مليون دولار أمريكي.

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من بطاطس محفوظة أو مجمدة (41 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 22%،
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من بطاطس محفوظة أو مجمدة، هي الإمارات العربية المتحدة (30%) والعربية السعودية (24.5%)
- وتصدر مصر النسب التالية من المنتجات المذكورة نحو بلدان أغادير : المغرب 7% وتونس 1.6 % والأردن 0.5 %
- إن أهم المنتجات المستوردة من طرف البلدان العربية وبلدان أغادير هي "البطاطس المحضرة أو المجمدة"

- نسبة النمو للطلب العالمي لهذا المنتج مرتفعة (9%)

2002: بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 53 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 29 مليون دولار أمريكي.
- تونس هي أكبر مصدر للبندورة المحضرة أو المحفوظة
- كما تعتبر مصر مصدر جيد لهذا المنتج

تونس

- تتكون صادراتها أساسا من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك" (31.6 مليون دولار أمريكي) وينسبة نمو مرتفعة 31%.
- الأسواق التصديرية لتونس من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك"، هي ليبيا (78.7%) وفرنسا (15.4%)
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على المغرب وبنسبة 0.1%.

مصر

- تتكون صادراتها أساسا من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك" (12.5 مليون دولار أمريكي) وبنسبة نمو مرتفعة 119%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك"، هي المغرب (65.8%).
- تمثل صادراتها إلى بلدان أغادير الأخرى نسبة 1.6% نحو تونس و1.8% نحو الأردن.
- من أهم المنتجات المستوردة من بلدان أغادير هي "بندورة أخرى مخفوضة" مع العلم أن نسبة النمو العالمي للطلب على هذه المنتجات يشهد نسق بطيء (3%).

2001: الخيار والخيار المحبب والثوم المحفوظة بالخل

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 49 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 5 مليون دولار أمريكي.
- مصر هي أكبر مصدر للخيار والخيار المحبب والثوم المحفوظة بالخل
- المغرب مصدر جيد لهذا المنتج
- تونس والأردن لهما إمكانات تصديرية كبيرة (نسبة نمو مرتفعة)

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من "خضر، فواكه، أثمار وأجزاء آخر من النباتات صالحة للأكل، محضرة أو محفوظة بالخل أو بحامض الخليك" (13.3 مليون دولار أمريكي) وبنسبة نمو مرتفعة 15%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من هذه المنتجات هي ليبيا (28%) الولايات المتحدة (19.7%) والعربية السعودية (15.9%)
- وتصدر مصر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 6.2% نحو الأردن و0.5% نحو تونس.

المغرب

- صادراته متكونة أساسا من "خضر، فواكه، أثمار وأجزاء آخر من النباتات صالحة للأكل، محضرة أو محفوظة بالخل أو بحامض الخليك" (33.4 مليون دولار أمريكي).
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب من هذه المنتجات هي فرنسا (29.4%) المملكة المتحدة (11.8%) وبلجيكا (10.1%)
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 0.2% نحو تونس.

2007: مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملا) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 40.5 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 31.6 مليون دولار أمريكي. أكبر مصدر لهذه المنتجات هي مصر.

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من " مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملا) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار " (24.6 مليون دولار أمريكي) وبنسبة نمو مرتفعة 10% و "مربى الحمضيات والهريس" 12.3 مليون دولار وبنسبة نمو مرتفعة 20%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من " مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملا) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار " هي الجزائر (27.8%) والامارات العربية المتحدة (11.2%).
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 7.6% نحو الأردن و 1.5% نحو المغرب و 0.4% نحو تونس

21 محضرات غذائية متنوعة

كافة بلدان أغادير تصدر قيمة كبيرة من المحضرات الغذائية المتنوعة بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 411 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 564 مليون دولار أمريكي. مصر هي أكبر بلد مصدر لمحضرات غذائية متنوعة بقيمة صادرات بلغت 215 مليون دولار أمريكي، يليها الأردن 101 مليون دولار أمريكي، ثم المغرب 64.5 مليون دولار أمريكي. كما صدرت تونس بما قيمته 29.6 مليون دولار أمريكي وبنسبة نمو مرتفعة 19%.

مصر

- صادرات مصر متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " وبنسبة نمو مرتفعة 10%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر هي العربية السعودية (27.6%) والأردن (10.3%)...
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 10.3% نحو الأردن و 3.3% نحو المغرب و 0.2% نحو تونس

الأردن

- صادرات الأردن متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " (75 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق التصديرية للأردن هي العربية السعودية (38.9%) والمناطق الحرة (12%)...
- ويصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 0.2% نحو مصر و 0.1% نحو المغرب.

المغرب

- صادرات المغرب متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " وبنسبة نمو مرتفعة.
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب هي العربية السعودية (27.6%) والأردن (10.3%)...

تونس

- صادرات تونس متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر » وبنسبة نمو مرتفعة 13%.
- أهم الأسواق التصديرية لتونس هي ليبيا (23.3%) وأثيوبيا (22.6%) وألمانيا (11.5%)...
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 2.8% نحو المغرب و 0.9% نحو مصر.

2106: محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 194.3 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 389.6 مليون دولار أمريكي.

من بين بلدان أغادير، يعتبر الأردن أكبر مصدر من هذه المنتجات (75 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو سنوية 5 % خلال الفترة 2009-2013). وفي سنة 2013 بلغت قيمة صادرات بلدان أغادير ما يناهز 193 مليون دولار أمريكي.

يشمل هذا القطاع الفرعي المنتجات التالية :

المعجنات الغذائية المطهية والجاهزة، شرائح البطاطس المقلية، صلصة زيت السمسم
المحضرات المركبة والغير كحولية (المواد المستخرجة والمركزة)، لإنتاج المشروبات الغير كحولية
منتجات كريم شيني، كريم للحشو (الفانيلية و الشوكولاتة)، أو بالحليب المركب بالكحول
المحضرات الغير مستخرجة من المواد العطرية والمستعملة في إنتاج المشروبات الغير كحولية.

2103: صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 58.5 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 50.2 مليون دولار أمريكي.

- تعتبر مصر من أكبر المصدرين من هذه المنتجات من بين بلدان أغادير (53 مليون دولار ونسبة نمو سنوية 4% خلال الفترة 2009-2013). قيمة الصادرات الجمالية لبلدان أغادير في سنة 2013 بلغت 58 مليون دولار أمريكي.
- بلغت نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية خلال الفترة 2009-2013 : 7 %.
- بلغت قيمة مستوردات بلدان أغادير 50 مليون دولار أمريكي.
- بلغت قيمة المستوردات للبلدان العربية 511 مليون دولار أمريكي.

2101 خلاصات وأرواح ومركزات بن أو شاي أو مته ومحضرات أساسها هذه المنتجات أو أساسها البن أو الشاي أو المته

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 54 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 75 مليون دولار أمريكي.

- يعتبر المغرب من أكبر المصدرين من هذه المنتجات من بين بلدان أغادير (24 مليون دولار ونسبة نمو سنوية 4%- خلال الفترة 2009-2013). وقد بلغت قيمة الصادرات الجمالية لبلدان أغادير في سنة 2013 : 53 مليون دولار أمريكي.
- بلغت نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية 11 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- بلغت قيمة المستوردات لبلدان اتفاقية أغادير 75 مليون دولار أمريكي، كما بلغت قيمة المستوردات التركية 96 مليون دولار أمريكي
- بلغت مستوردات البلدان العربية 331 مليون دولار.

2104: حساء ومرق ومحضرات إعدادها؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 48.4 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 17.7 مليون دولار أمريكي.

تعتبر مصر من أكبر المصدرين من " حساء ومرق ومحضرات إعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة " وتجدر الإشارة أن نسبة النمو السنوية خلال الفترة 2009-2013 لهذه المنتجات مرتفعة بالنسبة لمصر وهي 20 %.

2102: خمائر (حية او ميتة)

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 39 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 18.7 مليون دولار أمريكي.

- تعتبر مصر من أكبر المصدرين من بين بلدان أغادير لهذا المنتج بقيمة 28 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو سنوية مرتفعة 46 % خلال الفترة 2009-2013. كما بلغت قيمة الصادرات لبلدان اتفاقية أغادير 38 مليون دولار أمريكي في سنة 2013

- نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية خلال الفترة 2009-2013 هي 7 %.

- بلغت قيمة مستوردات بلدان أغادير 18 مليون دولار أمريكي في حين بلغت قيمة المستوردات التركية 12 مليون دولار أمريكي.
- بلغ مجموع مستوردات البلدان العربية 218 مليون دولار أمريكي.
- بلغت صادرات بلدان أغادير 39 مليون دولار أمريكي وتركيا 217 مليون دولار أمريكي، مما يبين أن هنالك فجوة كبيرة والتي من الممكن تقليصها بزيادة حجم الاستثمارات في هذا القطاع.

2105: مئجلات (بوضة)

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 16.5 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 12 مليون دولار أمريكي.
- يعتبر الأردن من أكبر المصدرين من بين بلدان أغادير لهذا المنتج (13 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو سنوية مرتفعة 23 % خلال الفترة 2009-2013).
- ليست هناك صادرات مغربية لهذا المنتج
- معدل النمو السنوي للمستوردات العالمية هو 4 % خلال الفترة الممتدة بين 2009 و 2013.
- بلغت مجموع مستوردات بلدان أغادير 12 مليون دولار أمريكي.
- بلغت مستوردات البلدان العربية 168 مليون دولار أمريكي.

22 مشروبات، سوائل كحولية وخل

- بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 155 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 279.7 مليون دولار أمريكي.
- تونس هو البلد الوحيد الذي تفوق صادراته وارداته من "مشروبات، سوائل كحولية وخل"

الأردن

- صادرات الأردن متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية » (32 مليون دولار أمريكي).
- أهم السواق التصديرية للأردن هي العراق (43.1%) ومصر (24%) وفلسطين (16.2%)...
- صادرات الأردن نحو بلدان أغادير تقتصر على مصر.

تونس

- صادرات تونس متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية " (32 مليون دولار أمريكي)، يتم التصدير نحو بوركينا فاسو (43.1%) والسنغال (24%) وليبيا ...
- ليس لديها صادرات باتجاه بلدان أغادير.

مصر

- صادرات مصر متكونة أساسا من " كحول أثيل غير معطل لا يقل معيار الكحول الحجمي فيه عن 80% حجما " و بقيمة (21 مليون دولار أمريكي).
- يتم التصدير نحو إيطاليا (58.2%) وليبيا (4.2%) ...
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على تونس 4.2 %.

المغرب

- صادرات المغرب متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية (16 مليون دولار أمريكي).
- يتم التصدير نحو موريتانيا (31.8%) وفرنسا (21.5%) ...
- صادراته نحو بلدان أغادير تقتصر على تونس 6.5%

- أن مستوردات عصائر الفاكهة يجب أن تكون من بلد المنشأ. وبهذا تمثل فرصة للتراكم اذا تم استيرادها من أي بلد آخر من بلدان أغادير لانتاج صادرات "مشروبات غير كحولية"

23 بقايا ونفايات صناعات الأغذية، أغذية محضرة للحيوانات

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 278.8 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 1818 مليون دولار أمريكي.

أكبر مصدري بلدان أغادير من هذه المنتجات هو المغرب (116 مليون دولار أمريكي) تليه مصر (104 مليون دولار أمريكي) يستورد الاتحاد الأوروبي كميات كبيرة من هذه المنتجات

2301: دقيق وسميد ومكثات من لحوم أو أحشاء وأطراف أو أسماك أو قشريات أو رخويات

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 113.2 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 9.9 مليون دولار أمريكي.

2303: بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، نفل شوندر (بنجر) ونقل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا صناعات السكر

والبيرة والتقطير

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 88 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 313.3 مليون دولار أمريكي.

مصر

- صادرات مصر متكونة أساسا من " بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، نفل شوندر (بنجر) ونقل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا صناعات السكر والبيرة والتقطير " (31 مليون دولار أمريكي) وتحتل المرتبة 11 عالميا.
- يصدر مصر أساسا الى المغرب (31.3%) وكوريا الجنوبية (13.8%)
- نسبة صادراتها الموجهة الى بلدان أغادير هي 35.19 %.

2309: محضرات من الأنواع المستعملة لتغذية الحيوانات

بلغت صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات 40 مليون دولار أمريكي مقابل مستوردات بقيمة 222.5 مليون دولار أمريكي.

الأردن

- صادرات الأردن متكونة أساسا من " محضرات من الأنواع المستعملة لتغذية الحيوانات " (28 مليون دولار أمريكي) وتحتل المرتبة 11 عالميا.
- أهم الأسواق التصديرية للأردن هي العراق (50.5%) والعربية السعودية (19.8%)...

الخلاصة

الرمز	تسمية المنتج	المغرب	مصر	تونس	الأردن
المواد الغذائية الخام					
03	أسماك وقشريات ، رخويات وغيرها من اللافقاريات المائية	*الرخويات *ساردينلا *القشريات	*الأسماك المسطحة	* أسماك التونة ذات الزعانف *الرخويات *القشريات	
04	الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي، منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني	*الجبن واللبن الرائب	* الجبن واللبن الرائب *الحليب والقشدة الغير مركزة *	*الجبن واللبن الرائب *الزبادي (يوغرت) غير مركز	*الجبن واللبن الرائب

06	اشجار ونباتات آخر حية ؛ بصيلات وبصيلات وجذور وما شابهها ؛ ازهار مقطوفة واغصان مورقة للزينة	*بصيلات وبصيلات ودرنات وجذور درنية وبصيلية *زهور مقطوفة ويراعم الزهور للباقات			
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	*البندورة البصل الثوم والكرات *البطاطس *الخضروات المجمدة *الخضروات المقشرة والمجففة	*البندورة (الطماطم) *خضروات متنوعة ، طازجة أو مبردة *الخضروات البقولية (الفاصوليا)	*البندورة (الطماطم) *الخضار المجففة *الخيار والخيار المحلى	
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	*الحمضيات *العنب *الفواكه المتنوعة الطازجا	*الحمضيات *الفراولة الفواكه المتنوعة الطازجة	*تمور طازجة أو مجففة *الحمضيات *تمر المادجول	
11	منتجات مطاحن ؛ شعير ناشط (مالت) ؛ نشاء حبوب أو جذور أو درنات ؛ إينولين ؛ دابوق القمح (جلوتين)	*دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم	*دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم		
12	حبوب وبذور وأثمار زيتية ؛ حبوب وبذور وأثمار متنوعة ؛ نباتات للصناعة أو للطب ؛ قش وعلف	*أعشاب طبية *فول سوداني غير محمص *ملفوف لفتي علفي وشوندر (بنجر) علفي وجذور علفية وكلاء وبرسيم (فصة) ونفل وكرنب علفي وترمس وكرسنة (بيقيه) ومنتجات علفية مماثلة	*قرون خرنوب (خروب) *أعشاب طبية		
الرمز	تسمية المنتج	المغرب	مصر	تونس	الأردن
الصناعات الغذائية					
15	شحوم ودهون وزيوت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها ؛ دهون غذائية محضرة	*دهون وزيوت وجزيئاتها من أسماك أو ثدييات بحرية، وإن كانت مكررة ولكن غير معدلة كيميائيا *زيوت ودهون نباتية ثابتة آخر وجزيئاتها	*دهون وزيوت وجزيئاتها من أسماك أو ثدييات بحرية، وإن كانت مكررة ولكن غير معدلة كيميائيا *زيوت بذور عباد الشمس أو بذور القرطم أو بذور القطن وجزيئاته	*زيت زيتون وجزيئاته * زيوت ودهون نباتية ثابتة آخر وجزيئاتها *مرجرين	

16	محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات أو لافقريات مائية أخرى	*سردين وساردينلا ورنجة صغيرة أو أسبرط محفوظة أو محضرة. *سمك محفظ أو محضر		*سردين وساردينلا ورنجة صغيرة أو أسبرط محفوظة أو محضرة	*محضرات وأصناف محفوظة أخرى من لحوم أو من أحشاء وأطراف أو من دم حيواني
17	سكر ومصنوعات سكرية	*مصنوعات سكرية (بما فيها الشوكولاته البيضاء) ، لا تحتوي على الكاكاو	*أنواع سكر آخر، وفي حالتها الصلبة *مصنوعات سكرية (بما فيها الشوكولاته البيضاء) ، لا تحتوي على الكاكاو *لبان المضغ (علك) وإن كان مكسو بالسكر	*مصنوعات سكرية	*مصنوعات سكرية
18	كاكاو ومحضراته		*شوكولاته ومحضرات غذائية أخرى تحتوي على كاكاو	*شوكولاته ومحضرات غذائية أخرى تحتوي على كاكاو	
19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	*عجائن غذائية	*بسكويت محلى *عجائن غذائية	*عجائن غذائية *بسكويت محلى *رقائق الختم، برشام من النوع المناسب للاستعمال الصيدلي	*بسكويت محلى *رقائق الختم، برشام من النوع المناسب للاستعمال الصيدلي
20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من اجزاء أخرى من النباتات	*زيتون محضر أو محفوظ بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمد	*عصير فواكه (بما فيها سلافة العنب) وعصير خضر ، غير مختمر ولا مضاف إليه كحول *مربى وهلام فواكه، وخببيص (مرملاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار، محصل عليها با الطبخ *الخيار والخيار المحبب والبصل محفوظة بالخل *فواكه أخرى محفوظة	*البندورة (الطماطم) المحفوظة او المحضرة (مصبغات الطماطم)	*خضر أخرى محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة
21	محضرات غذائية متنوعة	*محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر *خلاصات وأرواح ومركبات بن أو شاي	*صلصات ومحضرات للصلصات *سواء ومرق ومحضرات اعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة	*محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	*محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر.
22	مشروبات، سوائل كحولية وخل	*مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية مضاف إليها سكر أو مواد تحلية أخرى أو منكهة ومشروبات أخرى غير كحولية ، عدا عصارات الفواكه أو الخضر الداخلة	*كحول أثيل وغيره من المشروبات الروحية المعطرة المحولة	*مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية مضاف إليها سكر أو مواد تحلية أخرى أو منكهة ومشروبات أخرى غير كحولية ، عدا عصارات الفواكه أو	*مياه، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية، مضافا إليها سكر أو مواد تحلية أخرى أو منكهة

		في البند 20.09	الخضر الداخلة في البند 20.09.	
23	بقايا ونفايات صناعات الأغذية أغذية محضرة للحيوانات	* دقيق وسميد ومكتلات من لحوم أو احشاء واطراف أو اسماك أو قشريات أو رخويات أو غير صالحة للاستهلاك البشري	*بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، تفل شوندر (بنجر) وتفل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا صناعات السكر	*كسب وغيرها من بقايا صلبة وإن كانت مطحونة أو بشكل مكتلات ناتجة عن استخلاص الزيوت والدهون النباتية

2.1 التموقع الاستراتيجي، الميزات التفاضلية وسلسلة القيمة العالمية

اعتمادا على حصص الأسواق العالمية لبلدان اتفاقية أغادير المتعلقة بعدد من المنتجات ومدى اندماجها في سلسلة القيمة العالمية، سنحاول من خلال التحاليل التالية أبرز الميزات التفاضلية للقطاعات الفرعية التي تستجيب إلى متطلبات التكامل وتراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير للاتحاد الأوروبي.

وهنا وجب التذكير إلى أن الميزة التفاضلية للمنتج في السوق العالمية تتمثل في حصة صادراته في الأسواق العالمية ويتم تقييمها بنسبتها في الصادرات العالمية ونسب تطورها.

ولهذا الغرض قمنا بالدراسة التالية لبلدان أغادير مقارنة بالبلدان المنافسة في المنتجات المتطورة كاسبانيا وفرنسا وإيطاليا، والبلدان الصاعدة كتركيا والصين والهند.

اسبانيا

الفصل 19/22/21/20/08/07

الجدول 1 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من اسبانيا نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	5539207	5296571	5474086	5591478	6366701	9.72%	-0.417%
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	6845420	7177328	7677550	8059034	9259817	9.65%	-0.142%
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	2616389	2605825	2981185	2917126	3147739	5.40%	-0.12%

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 2 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من اسبانيا نحو العالم
3147739	2917126	2981185	2605825	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	قيمة الصادرات للفصل 20
%5.40	%5.29	%5.4	%5.59	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%8.97	%8.67	%8.39	%8.86		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%60	%61	%64	%63		مستوى التخصيص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يتبين من خلال الجداول السابقة

- نمو حصة السوق للصادرات الاسبانية من الخضر قد تراجعت (0.417%-) وذلك لفائدة البلدان النامية
- أن حصص اسبانيا في الأسواق العالمية بالنسبة للخضر والفواكه الخام أكبر من حصصها العالمية من محضرات الخضر والفواكه والذي يدل على أن اسبانيا لا زالت تعتمد أكثر على تصدير المنتجات الخام من الخضر والفواكه، رغم أن لديها القدرة على عرض منتجات ذات قيمة مضافة عالية.
- تركيز الصادرات الاسبانية على المواد الخام من الخضر والغلل باعتبار الوفرة الكبيرة لأحجام الإنتاج من هذه المواد، إذ أن مستوى التخصيص في سلسلة القيمة لاسبانيا منخفض في حدود 60%، وهذا لا يقلل من قيمة الصادرات الاسبانية من المنتجات ذات القيمة المضافة العالية (3.14 مليار دولار سنة 2013 وهو يفوق صادرات فرنسا) والذي يظهر أن الصناعات الاسبانية لا زالت قوية رغم بروز البلدان الصاعدة مثل تركيا والصين والبرازيل

الجدول 3 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من اسبانيا نحو العالم
1735035	1594913	1548866	1396953	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات للفصل 21
%2.69	%2.70	%2.68	%2.78	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%8.97	%8.67	%8.39	%8.86		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%30	%31	%32	%31		مستوى التخصيص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق

- أن حصص الصادرات الاسبانية من الأسواق العالمية من الخضر والفواكه الخام أكبر من صادراتها من المحضرات المتطورة، رغم أن قيمة الصادرات من هذه المنتجات قد شهدت نموا مستمرا بين سنة 2010 و 2013.
- مستوى التخصيص في سلسلة القيمة بالنسبة للمنتجات الغذائية المتنوعة أقل من مستوى التخصيص لدى المنتجات الغذائية المحضرة من الفواكه والخضر، وهي نسبة أقل من تلك التي شهدتها بلدان مثل تركيا والصين.

الجدول 4 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من اسبانيا نحو العالم
4697537	4389967	3642264	3750362	مشروبات، سوائل كحولية وخل	قيمة الصادرات 22
%4.41	%4.22	%4.19	%4.6	مشروبات، سوائل كحولية وخل	حصة الصادرات للفصل 22

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص اسبانيا من هذه المنتجات في تطور مستمر

الجدول 5 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من اسبانيا نحو العالم
1358056	1246792	1060696	1052422	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	قيمة الصادرات 19
%2.40	%2.12	%2.28	%2.39	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	حصة الصادرات للفصل 19

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات الاسبانية من هذه المنتجات جيدة لكنها أقل من إيطاليا وفرنسا

فرنسا

19/22/21/20/08/07 الفصل

الجدول 6 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من فرنسا نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	2173785	2384600	2599361	2381042	2759244	%4.21	-%0.064
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	1821808	1931836	2043721	2036143	2067199	%2.15	-%0.141
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	1767708	1859999	2131916	1958614	2103326	%3.61	-%0.069

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 7 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من فرنسا نحو العالم
2103326	1958614	2131916	1859999	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	قيمة الصادرات
%3.61	%3.55	%3.86	%3.99	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%2.77	%2.81	%2.96	%3.07		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%130	%127	%130	%130		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

تبيين الجداول السابقة:

- أن حصة فرنسا في الأسواق العالمية من محضرات الفواكه والخضر أعلى من حصصها من الخضر والفواكه الخام (مجمعة). مما يدل على اندماج ناجح في سلسلة القيمة للصناعات الغذائية وقدرات كبيرة لفرنسا لعرض منتجات ذات قيمة مضافة عالية.
- تراجع حصة الصادرات الفرنسية من الخضر والفواكه (مجمعة) وذلك لفائدة البلدان النامية والبلدان الصاعدة
- تركيز الصادرات الفرنسية على المحضرات من الخضر والغلغل باعتبار أن مستوى التخصص في سلسلة القيمة لفرنسا مرتفع 130%.

الجدول 8 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من فرنسا نحو العالم
3298540	3112390	3207203	2839771	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%5.12	%5.27	%5.55	%5.64	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%2.77	%2.81	%2.96	%3.07		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%185	%188	%187	%184		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- إن حصة صادرات فرنسا من المحضرات الغذائية المتطورة (5.12%) أعلى من حصة صادرات المحضرات الغذائية من الخضر والفواكه (3.61%) وحصة صادرات الفواكه والخضر الخام (2.77%) ويدل ذلك على سيطرة البلدان المتقدمة والعلامات الغذائية الكبرى على سوق المواد الغذائية ذات القيمة المضافة العالية.
- قيمة الصادرات الفرنسية من المحضرات الغذائية المتطورة أكبر من محضرات الفواكه والخضر (3.29 مقابل 2.1 مليار دولار سنة 2013)

- مستوى التخصص في سلسلة القيمة لدى فرنسا بالنسبة للمحضرات الغذائية المتطورة مرتفع جدا وهو أكبر من مستوى التخصص في سلسلة القيمة لمحضرات الخضر والفواكه (185% مقابل 130% سنة 2013)
- حافظت فرنسا على حصص صادراتها من المحضرات الغذائية المتنوعة في الأسواق العالمية خلال السنوات الأخيرة وهو راجع بالأساس إلى المستوى المتقدم لدى فرنسا من هذه المحضرات المتطورة
- تلعب الشركات المتعددة الجنسيات دورا كبيرا في هذا القطاع الفرعي المتطور من حيث تركزها في البلدان الأوروبية الأكثر تقدما نخص بالذكر منها سويسرا، هولندا، فرنسا وألمانيا.

الجدول 9 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من فرنسا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	مشروبات، سائل كحولية وخل	13559836	15049788	17621877	18377378
حصة الصادرات للفصل 22	مشروبات، سائل كحولية وخل	16.64%	17.30%	16.93%	16.32%

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن فرنسا من أكبر المصدرين لهذه المنتجات وحصصها من الصادرات العالمية كبيرة

الجدول 10 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من فرنسا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	3410768	3529396	4222369	4254329
حصة الصادرات للفصل 19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	7.73%	7.57%	7.17%	7.50%

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات الفرنسية من هذه المنتجات مرتفعة جدا

إيطاليا

الفصل 19/22/21/20/08/07

الجدول 11 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من إيطاليا نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	1437555	1755916	1695538	1582605	1789241	2.7%	-0.056%
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو	3348929	3773363	3999971	3841174	4059377	4.23%	-0.192%

شمام							
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	3435704	3435704	3734517	3661203	3875008	%6.64
							-%0.277

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 12 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من إيطاليا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	3372835	3734517	3661203	3875008
حصة الصادرات للفصل 20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	%7.24	%6.77	%6.64	%6.64
حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07		%3.93	%3.63	%3.45	%3.36
مستوى التخصيص في سلسلة القيمة		%184	%186	%193	%198

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصة إيطاليا في الأسواق العالمية من محضرات الفواكه والخضر أعلى من حصصها من الخضر والفواكه الخام (مجمعة). مما يدل على اندماج ناجح في سلسلة القيمة للصناعات الغذائية وقدرات كبيرة لإيطاليا لعرض منتجات ذات قيمة مضافة عالية.
- تراجع حصة الصادرات الإيطالية من الخضر والفواكه (مجمعة) وذلك لفائدة البلدان النامية والبلدان الصاعدة
- تركيز الصادرات الإيطالية على المحضرات من الخضر والفواكه باعتبار أن مستوى التخصيص في سلسلة القيمة لإيطاليا مرتفع جدا 198% ويظهر هذا المؤشر مدى نجاح الصناعة الإيطالية من المحضرات الغذائية.

الجدول 13 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من إيطاليا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات غذائية متنوعة	1726882	1959132	1880422	2036854
حصة الصادرات للفصل 21	محضرات غذائية متنوعة	3.43	%3.39	%3.18	%3.16
حصة الأسواق للفصلين 08/07		%3.93	%3.63	%3.45	%3.36
مستوى التخصيص في سلسلة القيمة		%87	%93	%92	%94

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن قيمة الصادرات الإيطالية من المحضرات الغذائية المتنوعة تطورت خلال الفترة (2010-2013)

- مستوى التخصص في سلسلة القيمة لدى إيطاليا بالنسبة للمحضررات الغذائية المتطورة جيد ولكنه أقل من مستوى التخصص في سلسلة القيمة لمحضررات الخضر والفواكه (94% مقابل 198% سنة 2013)
- هنالك تقلص في نمو حصة الصادرات الإيطالية من المحضررات الغذائية المتطورة (0.27%- من سنة 2010 إلى سنة 2013) وذلك لفائدة البلدان الصاعدة.

الجدول 14 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من إيطاليا نحو العالم
9383076	8495311	7289414	6860406	مشروبات، سوائل كحولية وخل	قيمة الصادرات
%8.33	%8.16	%8.38	%8.2	مشروبات، سوائل كحولية وخل	حصة الصادرات للفصل 22

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص إيطاليا في الصادرات العالمية من هذه المنتجات كبيرة وقيمتها في تطور مستمر

الجدول 15 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من إيطاليا نحو العالم
4807306	4843594	4253434	4379915	محضررات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	قيمة الصادرات
%8.48	%8.22	%9.12	%9.93	محضررات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	حصة الصادرات للفصل 19

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات العالمية الإيطالية من هذه المنتجات مرتفعة جدا، لكنها في تراجع وتبقى أكبر من حصص فرنسا.

تركيا

19/22/21/20/08/07 الفصل

الجدول 16 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من تركيا نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	1020784	1108532	1070709	966600	1039117	%1.59	-%0.128
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	3001830	3494049	3908978	3807748	3969136	%4.14	-%0.086
20	محضررات خضر،							

1276344	1491632	1653775	1722464	1800601	%3.09	%0.052
---------	---------	---------	---------	---------	-------	--------

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 17 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من تركيا نحو العالم
1800601	1722464	1653775	1491632	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	قيمة الصادرات
%3.09	%3.13	%3.00	%3.20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%2.87	%3.03	%3.18	%3.27		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%107	%103	%94	%98		مستوى التخصيص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصة تركيا في الأسواق العالمية من محضرات الفواكه والخضر أعلى من حصصها من الخضر والفواكه الخام. مما يدل على اندماج ناجح في سلسلة القيمة للصناعات الغذائية وقدرات كبيرة لتركيا لعرض منتجات ذات قيمة مضافة عالية.
- تراجع حصة الصادرات (مجمعة) من الخضر والفواكه الخام (من 3.27% إلى 2.87%) وفي المقابل تطورت قيمة الصادرات التركية من المحضرات بين سنتي 2010 و 2013، وهو يدل على التغيير في التخصيص في الإنتاج
- تركيز الصادرات التركية على المحضرات من الخضر والفواكه باعتبار أن مستوى التخصيص في سلسلة القيمة لتركيا مرتفع 107% ، وقد تطور هذا المؤشر من 98% سنة 2010 إلى 107% سنة 2013.

الجدول 18 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من تركيا نحو العالم
764247	717898	715741	554816	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%1.19	%1.22	%1.24	%1.1	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%2.87	%3.03	%3.18	%3.27		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%41	%40	%39	%34		مستوى التخصيص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- تطور حصة الصادرات التركية من المحضرات الغذائية المتطورة خلال الفترة 2010-2013

- تطور نسبة مستوى التخصص من 34% سنة 2010 الى 41% سنة 2013 مما يدل على التوجه نحو مزيد التخصص بالنسبة للصناعات الغذائية التركية نحو منتجات متطورة وأكثر تصنيعا.

الجدول 19 - ألف دولار أمريكي

من تركيا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	مشروبات، سوازل كحولية وخل	180728	229567	258721	295391
حصة الصادرات للفصل 22	مشروبات، سوازل كحولية وخل	%0.22	%0.26	%0.25	%0.26

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصة الصادرات التركية في الأسواق العالمية من هذه المنتجات ضعيفة مقارنة بفرنسا وإيطاليا

الجدول 20 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من تركيا نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	678027	804965	1037183	1235517
حصة الصادرات للفصل 19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	%1.54	%1.73	%1.76	%2.18

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصة الصادرات التركية في الأسواق العالمية في تطور مستمر والتي استغلت تراجع حصة كل من

فرنسا وإيطاليا.

الصين

الفصل 19/22/20/08/07

الجدول 21 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الصين نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	4853057	7477261	8722974	6905649	7871395	%12.1	%0.510
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	2378787	2679443	3188464	3771731	4171873	%4.35	%0.199
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	4750099	5544635	6980105	7562049	7852143	%13.46	%0.686

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 22 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الصين نحو العالم
7852143	7562049	6980105	5544635	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	قيمة الصادرات
%13.46	%13.72	%12.65	%11.89	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%6.91	%6.78	%7.60	%7.22		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%195	%202	%167	%165		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصة الصين في الأسواق العالمية من محضرات الفواكه والخضر أكبر من حصصها من الخضر والفواكه الخام.
- حصة السوق للصادرات الصينية من الخضر والفواكه تطورت خلال السنوات الأخيرة (0.510% و 0.199%) وذلك على حساب تقلص صادرات البلدان المتقدمة.
- تطورت حصة الصادرات الصينية من محضرات الفواكه والخضر خلال السنوات الأخيرة (من 11.89% سنة 2010 إلى 13.46% سنة 2013) مما يبين قوة العرض الصيني من حيث المنتجات الخام والمنتج المحول.
- تركيز الصادرات الصينية على المحضرات من الخضر والفلال باعتبار أن مستوى التخصص في سلسلة القيمة للصين مرتفع جدا 195% سنة 2013 مقابل 165% سنة 2010، إذ استطاعت أن تستفيد من تراجع مستويات حصة بعض البلدان الأوروبية.

الجدول 23 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الصين نحو العالم
2464515	2223215	2006015	1559219	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%3.82	%3.67	%3.47	%3.10	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%6.91	%7.78	%7.60	%7.22		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%55	%55	%46	%43		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن قيمة الصادرات الصينية من المحضرات الغذائية المتطورة في ازدياد مستمر
- حصة الصادرات الصينية من المحضرات الغذائية المتطورة ارتفعت من 3.10% سنة 2010 إلى 3.82% سنة 2013

- مستوى التخصص في سلسلة القيمة من المحضرات الغذائية المتنوعة ضعيف لكنه في تطور مستمر ولم يصل بعد إلى مستوى البلدان المتقدمة (فرنسا 185% وإيطاليا 94%)

الجدول 24 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الصين نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	مشروبات، سوائيل كحولية وخل	832085	994848	1183170	1341095
حصة الصادرات للفصل 22	مشروبات، سوائيل كحولية وخل	1.02%	1.14%	1.30%	1.19%

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص صادرات الصين من المنتجات المذكورة ضعيفة مقارنة بفرنسا وإيطاليا، لكن قيمة الصادرات في تطور مستمر

الجدول 25 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الصين نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	984740	1160063	1502169	1499717
حصة الصادرات للفصل 19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	2.23%	2.49%	2.55%	2.65%

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات الصينية في السوق العالمية من هذه المنتجات جيدة وفي تطور مستمر، إذ استطاعت الصين الاستفادة من تراجع حصص فرنسا وإيطاليا.

الهند

الفصل 08/07 /22/21/20

الجدول 26 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الهند نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	797735	962303	1009014	857951	1404373	2.14%	0.126%
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	1035359	1088701	1448995	1389591	1676457	1.75%	0.050%
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء	265394	274524	355672	384792	461858	0.79%	0.048%

							أخرى من النباتات
--	--	--	--	--	--	--	------------------

الجدول 27 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الهند نحو العالم
461858	384792	355672	274524	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	قيمة الصادرات
%0.79	%0.70	%0.64	%0.59	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%1.77	%1.43	%1.57	%1.46		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%45	%49	%41	%40		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصة الهند في الأسواق العالمية من الخضر والفواكه الخام أكبر من حصتها من محضرات الخضر والفواكه،
- تطور حصة الصادرات الهندية من الخضر والفواكه الخام ومن محضرات الخضر والفواكه وذلك على اثر تقلص حصة صادرات البلدان المتقدمة.
- مستوى التخصص في سلسلة القيمة ضعيف لكنه شهد تطوراً بين سنة 2010 و 2013.
- تمثل الهند البلد المنافس الجدي المحتمل لبلدان اتفاقية أغادير في قطاع الصناعات الغذائية باعتبار وفرة الإنتاج الخام لديه وتطور الصناعات التحويلية.

الجدول 28 - ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الهند نحو العالم
567525	504168	430453	315481	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%0.88	%0.85	%0.74	%0.63	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%1.77	%1.43	%1.57	%1.46		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%50	%60	%47	%43		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

- أن قيمة الصادرات الهندية من المحضرات الغذائية المتطورة في ازدياد مستمر
- حصة الصادرات الهندية من المحضرات الغذائية المتطورة ارتفعت من %0.63 سنة 2010 إلى %0.88 سنة 2013
- مستوى التخصص في سلسلة القيمة من المحضرات الغذائية المتنوعة ضعيف لكنه في تطور مستمر ولم يصل بعد إلى مستوى البلدان المتقدمة (فرنسا 185% وإيطاليا 94%)

الجدول 29 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الهند نحو العالم
438238	274683	167089	122196	مشروبات، سوائل كحولية وخل	قيمة الصادرات
%0.39	%0.26	%0.19	%0.15	مشروبات، سوائل كحولية وخل	حصة الصادرات للفصل 22

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص صادرات الهند من المنتجات المذكورة في الاسواق العالمية ضعيفة لكنها في تطور مستمر

الجدول 30 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من الهند نحو العالم
397121	368419	247797	207225	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	قيمة الصادرات
%0.70	%0.63	%0.53	%0.47	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	حصة الصادرات للفصل 19

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات الهندية في السوق العالمية من هذه المنتجات في تطور مستمر.

مصر

الفصل 19/22/21/20/08/07

الجدول 31 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

نمو حصة السوق	حصة السوق في 2013	2013	2012	2011	2010	2009	التسمية	من مصر نحو العالم
-%0.017	%1.59	1040216	804306	986031	834298	805910	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	07
-%0.112	%1.05	1010035	990338	1020609	955071	1005769	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	08
%0.041	%0.58	340273	314294	271403	236348	185058	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	20

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 32 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من مصر نحو العالم
				محضرات خضر، فواكه وأثمار أو	قيمة الصادرات

340273	314294	271403	236348	محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	
%0.58	%0.57	%0.49	%0.51	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	حصة الصادرات للفصل 20
%1.18	%1.14	%1.28	%1.27		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%50	%50	%38	%40		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- تطور مستوى التخصص في سلسلة القيمة العالمية لدى مصر (من 40% إلى 50%) في قطاع محضرات الخضر والفواكه، لكن نسبته ضعيفة مقارنة ببلدان المنافسة (تركيا 107% والصين 195%)
- تقلص في حصة الأسواق العالمية من الصادرات المصرية من الفواكه والخضر الخام وذلك رغم التطور في قيمة الصادرات
- إذا ما توفرت الشروط اللازمة لمصر لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقت التحويلية فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المصرية تقدر بخمس مرات الصادرات الحالية، وقد تكون عشرة مرات إذا ما قورنت بايطاليا.

الجدول 33 - ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من مصر نحو العالم
215170	144308	136520	164129	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%0.33	%0.24	%0.24	%0.33	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%1.28	%1.24	%1.28	%1.27		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%28	%21	%28	%26		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

- مستوى التخصص في سلسلة القيمة من المحضرات الغذائية المتطورة في ازدياد لكنه لا زال ضعيفا، إذ يتطلب المرور إلى هذه المرحلة من إنتاج المحضرات الغذائية المتطورة مزيدا من التخصص في إنتاج المحضرات الغذائية من خضر وفواكه.

الجدول 34 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من مصر نحو العالم
46536	56574	69585	32932	مشروبات، سواحل كحولية وخل	قيمة الصادرات
%0.03	%0.05	%0.08	%0.04	مشروبات، سواحل كحولية وخل	حصة الصادرات للفصل 22

يبين الجدول السابق أن حصة صادرات مصر من المنتجات المذكورة في الاسواق العالمية ضعيف والميزة لتفاضلية في تراجع

الجدول 35 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من مصر نحو العالم
128348	142298	88120	89937	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو	قيمة الصادرات

				التشا أو الحليب ؛ فطائر	
%0.23	%0.24	%0.19	%0.20	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو التشا أو الحليب ؛ فطائر	حصة الصادرات للفصل 19

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات المصرية في السوق العالمية من هذه المنتجات في تطور مستمر.

تونس

الفصل 19/22/21/20/08/07

الجدول 36 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من تونس نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	38121	54151	73575	58392	61631	%0.09	%0.004
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	225047	253022	262472	259807	299563	%0.31	-%0.006
20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	23434	23450	56056	53223	44334	%0.08	%0.006

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 37 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من تونس نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	23450	56056	53223	44334
حصة الصادرات للفصل 20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	%0.05	%0.10	%0.10	%0.08
حصص الأسواق مجمعة للفصلين 08/07		%0.22	%0.21	%0.20	%0.21
مستوى التخصيص في سلسلة القيمة		%23	%47	%48	%37

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصص تونس في الأسواق العالمية من الخضر والفواكه الخام أكبر من حصصها من محضرات الخضر والفواكه.

- أن مستوى التخصص في سلسلة القيمة العالمية منخفض لدى تونس في قطاع محضرات الخضر والفواكه (37%)، مقارنة ببلدان المنافسة (تركيا 107% والصين 195%)
- مستوى التخصص في سلسلة القيمة للمحضرّات الغذائية في تطور مستمر

الجدول 38 - ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من تونس نحو العالم
29613	40404	14676	16237	محضرات غذائية متنوعة	قيمة الصادرات
%0.05	%0.07	%0.03	%0.03	محضرات غذائية متنوعة	حصة الصادرات للفصل 21
%0.21	%0.20	%0.21	%0.22		حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07
%22	%34	%12	%15		مستوى التخصص في سلسلة القيمة

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

- تطور حصة الصادرات من المحضرّات الغذائية المتطورة
- مستوى التخصص في سلسلة القيمة من المحضرّات الغذائية المتنوعة (المنتجات المتطورة) ضعيف لكنه في تطور إذ يتطلب المرور إلى هذه المرحلة من إنتاج المحضرّات الغذائية المتنوعة (المواد المتطورة) مزيدا من التخصص في إنتاج المحضرّات الغذائية من خضر وفواكه.

الجدول 39 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من تونس نحو العالم
40503	42725	36994	39528	مشروبات، سواحل كحولية وخل	قيمة الصادرات
%0.04	%0.04	%0.04	%0.05	مشروبات، سواحل كحولية وخل	حصة الصادرات للفصل 22

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص صادرات تونس من المنتجات المذكورة في الأسواق العالمية ضعيف وفي تراجع على مستوى الميزة التنافسية.

الجدول 40 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

2013	2012	2011	2010	التسمية	من تونس نحو العالم
126626	143354	108690	99776	محضرّات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ قطائر	قيمة الصادرات
%0.20	%0.24	%0.23	%0.23	محضرّات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ قطائر	حصة الصادرات للفصل 19

المراجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات التونسية في السوق العالمية حافظت على نفس النسب باستثناء سنة 2013

المغرب

19/22/21/20/08/07 الفصل

الجدول 41 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من المغرب نحو العالم	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة السوق في 2013	نمو حصة السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية، صالحة للأكل	593314	601252	741087	672198	828095	%1.26	%0.011
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	516331	575178	743440	601504	699905	%0.73	-%0.010
20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	194394	199169	203388	188972	194439	%0.33	-%0.026

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 42 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من المغرب نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	199169	203388	188972	194439
حصة الصادرات للفصل 20	محضرات خضر، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	%0.43	%0.37	%0.34	%0.33
حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07		%0.84	%0.95	%0.81	%0.88
مستوى التخصيص في سلسلة القيمة		%51	%39	%42	%38

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصة المغرب في الأسواق العالمية من الخضر والفواكه الخام أكبر من حصصها من محضرات الخضر والفواكه.
- نمو حصة السوق بالنسبة للخضر وتراجع طفيف في حصة صادرات الفواكه والمحضرات الغذائية مع تطور في قيمة الصادرات.
- أن مستوى التخصيص في سلسلة القيمة للمحضرات الغذائية ضعيف مقارنة ببلدان المنافسة،

- إذا ما توفرت الشروط اللازمة للمغرب لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقت التحويلية فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المغربية تقدر بتسع مرات للصادرات الحالية.

الجدول 43 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من المغرب نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات غذائية متنوعة	61592	60672	60612	64524
حصة الصادرات للفصل 21	محضرات غذائية متنوعة	%0.12	%0.10	%0.10	%0.10
حصة الأسواق مجمعة للفصلين 08/07		%0.84	%0.95	%0.81	%0.88
مستوى التخصص في سلسلة القيمة		%15	%11	%13	%11

المرجع: خارطة التجارة

- مستوى التخصص في سلسلة القيمة من المحضرات الغذائية المتطورة ضعيف اذ يتطلب المرور الى هذه المرحلة من انتاج المحضرات الغذائية المتطورة مزيدا من التخصص في إنتاج المحضرات الغذائية من خضر وفواكه.

الجدول 44 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من المغرب نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	مشروبات، سوائل كحولية وخل	22854	19680	24945	21399
حصة الصادرات للفصل 22	مشروبات، سوائل كحولية وخل	%0.03	%0.02	%0.02	%0.02

المرجع: خارطة التجارة

يبين الجدول السابق أن حصص صادرات المغرب من المنتجات المذكورة في الأسواق العالمية ضعيفة مع تراجع في الميزة التنافسية

الجدول 45 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من المغرب نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	14417	16252	20940	24281
حصة الصادرات للفصل 19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	%0.03	%0.04	%0.04	%0.04

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات المغربية في السوق العالمية لا زالت ضعيفة لكن مع تطور في الميزة التنافسية

الأردن

الفصل 19/22/21/20/08/07

الجدول 46 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من	التسمية	2009	2010	2011	2012	2013	حصة	نمو حصة
----	---------	------	------	------	------	------	-----	---------

الأردن نحو العالم							السوق في 2013	السوق
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل	377196	439580	479250	471102	476054	%1.26	-%0.012
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل ؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام	72726	91731	126613	185178	198537	%0.21	-%0.025
20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	34630	33538	46487	42773	43113	%0.07	-%0.001

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

الجدول 47 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الأردن نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	33538	46487	42773	43113
حصة الصادرات للفصل 20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	%0.07	%0.08	%0.08	%0.07
حصص الأسواق مجمعة للفصلين 08/07		%0.38	%0.39	%0.42	%0.39
مستوى التخصيص في سلسلة القيمة		%19	%22	%19	%19

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق:

- أن حصص الأردن في الأسواق العالمية من الخضر والفواكه الخام أكبر من حصصها من محضرات الخضر والفواكه.
- تراجعت حصة السوق للصادرات الأردنية من الخضر والفواكه الخام ومن المحضرات الغذائية، لكنها تطورت من حيث القيمة.
- أن مستوى التخصيص في سلسلة القيمة للمحضرّات الغذائية ضعيف مقارنة ببلدان المنافسة

الجدول 48 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الأردن نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات غذائية متنوعة	101305	92621	85301	101761
حصة الصادرات للفصل 21	محضرات غذائية متنوعة	%0.20	%0.26	%0.24	%0.26
حصص الأسواق مجمعة		%0.38	%0.39	%0.42	%0.41

للفصلين 08/07				
مستوى التخصص في سلسلة القيمة	%53	%41	%35	%41

المرجع: خارطة التجارة

يبين الجدول السابق:

- تطور حصة السوق للصادرات الأردنية من المحضرات الغذائية المتنوعة (المنتجات المتطورة)
- انخفاض مستوى التخصص في سلسلة القيمة للمحضرات الغذائية المتنوعة لكنه على نفس مستوى تركيا وأعلى من مصر والمغرب وتونس، ويرجع ذلك إلى أن الأردن منفتح على استيراد المواد الخام اللازمة للصناعات التحويلية الغذائية خصوصاً من مصر وسوريا ولبنان في إطار اتفاقية أغادير ومنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.

الجدول 49 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الاردن نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	مشروبات، سواحل كحولية وخل	53204	53204	40481	47469
حصة الصادرات للفصل 22	مشروبات، سواحل كحولية وخل	%0.07	%0.05	%0.04	%0.04

المرجع: خارطة التجارة

يبين الجدول السابق أن حصص صادرات المغرب من المنتجات المذكورة في الأسواق العالمية ضعيف مع تراجع في الميزة التفاضلية

الجدول 50 - الوحدة: ألف دولار أمريكي

من الاردن نحو العالم	التسمية	2010	2011	2012	2013
قيمة الصادرات	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	44444	43176	42827	51596
حصة الصادرات للفصل 19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	%0.10	%0.09	%0.07	%0.09

المرجع: خارطة التجارة INTRACEM

يبين الجدول السابق أن حصص الصادرات الأردنية في السوق العالمية لا زالت ضعيفة مع استقرار نسبي في الميزة التفاضلية.

3.1 القطاعات الفرعية ذات الأولوية

لتحديد القطاعات الفرعية ذات الأولوية فقد اعتمدنا المنهجية الآتية:

- حجم الصادرات وقيمة الفائض التجاري ودرجة نمو الصادرات، كما تم الأخذ بعين الاعتبار كذلك المنتجات التي لا تمثل قيمة كبيرة في الصادرات لكن لديها ارتفاعا كبيرا في نسق الصادرات ويمكن أن تمثل في المستقبل قدرات في توسيع سلسلة القيمة وتحقيق التراكم.
- توفير إمكانية تراكم المنشأ والتكامل بين بلدان أغادير عند التصدير إلى الاتحاد الأوروبي
- مستوى التخصص في سلسلة القيمة

وفقا لدراسة السوق العالمية وما أفرزته دراسة الميزات التفاضلية ومستوى التخصص في سلسلة القيمة، فإن القطاعات الفرعية التي تمثل فرصا تكاملية تتمثل في:

تجاريا وصناعيا على المدى المتوسط والقريب

القطاعات الفرعية ذات الصلة بالفواكه والخضر

- الخضر والفواكه المجمدة والمكسرات المجففة
- المحضرات الغذائية من الفواكه والخضر
- زيتون محضر أو محفوظ
- عصير فواكه وعصير خضر،
- مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملاد) وهريس أو عجينة فواكه
- الخيار والخيار المحبب والبصل محفوظة بالخل
- البندورة (الطماطم) المحفوظة أو المحضرة

المحضرات الغذائية المتنوعة (المتطورة)

- شرائح البطاطس المقلية، صلصة زيت السمسم - المحضرات المركبة والغير كحولية (المواد المستخرجة والمركزة)،
- صلصات ومحضرات للصلصات
- حساء ومرق ومحضرات
- خلاصات وأرواح ومركزات

القطاعات الفرعية الأخرى

تجاريا وعلى المدى المتوسط والبعيد

- محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر
- زيت الزيتون المعلب، الزيوت النباتية والمرجرين
- تمثل هذه القطاعات قدرات مستقبلية هامة على المستوى التجاري، إلا أن الأسواق العالمية محتكرة من قبل الماركات العالمية التي تتحكم في مسالك التوزيع،
- المحضرات من الأصل الحيواني وخصوصا اللحوم البيضاء
- التوجه نحو المنتجات ذات العلامة حلال، وجود شركات كبيرة ومتطورة في تونس والمغرب، يبقى الإشكال القائم هو البنية التحتية للجودة التي تتطلب اعتماد بلدان أغادير كبلدان مصدرة للحوم البيضاء والحمراء.

2. التحقيق في مقتضيات التصدير وملاءمتها مع متطلبات الاتحاد الأوروبي

1.2 الطلب العالمي والأوروبي من المنتجات الغذائية

يبين الجدول التالي أن نسق نمو المستوردات العالمية مرتفع خلال الفترة 2009-2013

الجدول 51

المؤشرات التجارية				المستوردات العالمية
الحصص العالمية (%)	نسبة النمو السنوية 2013-2009 (%)	الميزان التجاري في 2013 (1000 دولار أمريكي)	قيمة المستوردات في 2013 (1000 دولار أمريكي)	
100	9	-9392752	105354332	الفصل 07
100	7	-3374294	68900600	الفصل 08
100	12	-2454759	101077694	الفصل 15
100	7	2200657	58315798	الفصل 20
100	8	-2182883	64484447	الفصل 21
100	10	416868	63690805	الفصل 19

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
مستوردات الاتحاد الأوروبي من المواد الغذائية

الجدول 52

المؤشرات التجارية				مستوردات الاتحاد الأوروبي (27 دولة)
الحصص العالمية (%)	نسبة النمو السنوية 2013-2009 (%)	الميزان التجاري في 2013 (1000 دولار أمريكي)	قيمة المستوردات في 2013 (1000 دولار أمريكي)	
42,6	3,8	-2360680	29681925	الفصل 07
44	4	-15034431	46608036	الفصل 08
32,1	8,7	-4738630	32631301	الفصل 15

الفصل 20	27713065	422945	4,1	47,2
الفصل 21	24861832	6072283	3,5	38,3
الفصل 19	27316937	10324576	5,6	42,5

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول أن مستوردات الاتحاد الأوروبي تغطي الثلث إلى النصف من السوق العالمية لهذه المنتجات نسب النمو السنوية للاتحاد الأوروبي مرتفعة خلال الفترة 2009-2013 لكنها أقل من نسق نمو المستوردات العالمية، ويرجع ذلك بالأساس إلى الزيادة في تحويل الموارد المحلية والنمو المتزايد لمستوردات البلدان الصاعدة خاصة روسيا، جنوب آسيا وبلدان الخليج والمتصل بتطور مستوى المعيشة في هذه البلدان.

2.2 القواعد التفصيلية لتراكم المنشأ الاورومتوسطية

لقد تم اختيار المنتجات النهائية المصدرة إلى الاتحاد الأوروبي والخاضعة للرسوم الجمركية المرتفعة (بين 10 و 15%) وفقاً لمبدأ الدولة الأكثر رعاية MFN وتوفر ميزة تفاضلية للمصدر بما قدره قيمة الإعفاء الجمركي عند التصدير إلى الاتحاد الأوروبي شريطة تحقيق الشروط المبينة في الملحق رقم 2 من الاتفاقية الاورومتوسطية،

إذا كانت الرسوم الجمركية حسب مبدأ الدولة الأكثر رعاية MFN هي صفر أو قريبة من الصفر ، فليس هناك اهتمام خاص باستيراد هذه المنتجات من دول أغادير إذ أن الاستيراد من أي مكان، سواء من الصين أو من أي دولة عضو في أغادير، سيكون بتعريفات جمركية قريبة من الصفر.

تتطبق نفس الحالة على المنتجات التي يتم إدخالها إلى الاتحاد الأوروبي باعتبارها مصنعة بحيث تستوفي الشروط المبينة في الملحق 2 دون الحاجة لتراكم المنشأ مع أي دولة من دول أغادير الأخرى.

ان نظام تراكم المنشأ الاورومتوسطي يتطلب مواعمة قواعد المنشأ وفقا للقواعد الأوروبية المتوسطة ، ولكي تعتبر السلع ذات منشأ في منطقة أغادير يجب أن تكون متحصل عليها بالكامل في إحدى دول أغادير أو عبر تطبيق عمليات تصنيعية كافية على المواد غير ذات المنشأ. أما بخصوص المنتجات الأولية من الفصول 07 و 08 و 12 فيجب أن تكون متحصل عليها بالكامل من بلد المنشأ. وبخصوص المنتجات الغذائية، بناء على التحاليل التي قمنا بها بالملحق رقم (I) فإن العمليات اللازمة تنفيذها للتمكن من الاستفادة من تراكم المنشأ يمكن تلخيصه في الجدول التالي:

نظام البند المنسق	الملاحظات
الفصل 17	فيما يتعلق بالمصنوعات السكرية فيجب أن تكون قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم أرض المصنع، إذا تعدت هذه النسبة فإن السكريات يجب أن تكون من بلد المنشأ(مصر أو الاتحاد الاوروبي) أو تخضع للرسوم الجمركية
الفصل 18	الكاكاو يجب أن يكون متحصل عليه من بلد المنشأ وهو غير ممكن بالنسبة لبلدان أغادير

<p>الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ الدولة الأكثر رعاية مرتفعة لهذه المنتجات تتراوح من 5.8% إلى 10.1%.</p> <p>وفقاً لقواعد المنشأ في الاتحاد الأوروبي، فإن الدقيق والشعير والإينيولين وغلوتين القمح والنشا والفواكه والخضروات المستخدمة ببلد المنشأ. وبالتالي يوجد فرصة لتراكم المنشأ من خلال استيراد هذه المواد من منطقة أغادير يجب أن تكون منتجة بالكامل والتصدير إلى الاتحاد الأوروبي.</p> <p>وبخصوص الرقائق المحتوية على السكريات، فيجب أن تكون قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم أرض المصنع، إذا تعدت هذه النسبة فإن السكريات يجب أن تكون من بلد المنشأ (مصر أو الاتحاد الأوروبي) أو تخضع للرسوم الجمركية</p>	<p>من الفصل 19</p>
<p>العصائر: الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ "الدولة الأكثر رعاية MFN" لهذه المنتجات مرتفعة (من 10% إلى 20%)، مما يتيح فرص تراكم المنشأ بين دول أغادير عند التصدير إلى أوروبا. إلا أن استخدام المواد ذات المنشأ مطلوب فقط للمنتجات من البند 2009 مثل العصير المركز لإنتاج العصير لمبيعات التجزئة</p> <p>الشمار والبنور الزيتية ذات المنشأ في البنود 0801، 0802، و 1202 إلى 1207 المستخدمة لإنتاج هذا المنتج يجب أن تتجاوز 60% من ثمن المنتج تسليم أرض المصنع ، وبالتالي فإن استيراد الشمار والبنور الزيتية من منطقة أغادير سيتيح تراكم المنشأ</p> <p>الخضر المحضرة أو المحفوظة غير مذكورة في مكان آخر : الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ الدولة الأكثر رعاية MFN لهذه المنتجات مرتفعة (من 5.10% إلى 19.20%)، مما يتيح فرص تراكم المنشأ بين دول أغادير عند التصدير إلى أوروبا. إلا أن استخدام المواد ذات المنشأ مطلوب فقط للمنتجات من البندين 2004 و 2005</p> <p>الخضر المحضرة : الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ "الدولة الأكثر رعاية MFN" لهذه المنتجات مرتفعة من 7.60% إلى 19.20%، مما يتيح فرص تراكم المنشأ بين دول أغادير عند التصدير إلى أوروبا. إلا أن استخدام المواد ذات المنشأ مطلوب فقط للمنتجات من البندين 2004 و 2005. بناء عليه، فإن تراكم المنشأ سيضمن في هذه الحالة تنويع المنتجات المصدرة إلى الاتحاد الأوروبي في استخدام مواد إضافية من دول أغادير المختلفة</p> <p>الطماطم المحضرة : الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ "الدولة الأكثر رعاية MFN" لهذه المنتجات مرتفعة (14.40%)، مما يتيح فرص تراكم المنشأ بين دول أغادير عند التصدير إلى الاتحاد الأوروبي وفي الواقع، يجب أن تكون جميع الطماطم والخضروات المستخدمة لإنتاج الطماطم المحضرة والمحفظة منتجة بالكامل ببلد المنشأ</p> <p>وبخصوص المربى والعصائر والمنتجات المحتوية على السكريات ، فيجب أن تكون قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم أرض المصنع، إذا تعدت هذه النسبة فإن السكريات يجب أن تكون من بلد المنشأ (مصر أو الاتحاد الأوروبي) أو تخضع للرسوم الجمركية</p>	<p>من الفصل 20</p>
<p>حساء ومرق ومحضرات إعدادها: الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ "الدولة الأكثر رعاية MFN" لهذه المنتجات مرتفعة (11.5% و 20%)، مما يتيح فرص تراكم المنشأ بين دول أغادير عند التصدير إلى الاتحاد الأوروبي الإنتاج من مواد من أي بند باستثناء الخضروات المحضرة أو المحفوظة من البنود 2002 إلى 2005</p> <p>صلصات، بهارات مخلوطة، توابل مخلوطة : هناك فرصة محدودة لتراكم المنشأ بين دول أغادير لمنتج الصلصات والبهارات والتوابل المخلوطة ذات المنشأ، حيث أنه وفقاً لقواعد المنشأ في الاتحاد الأوروبي، يمكن استيراد مكونات المنتج من دولة من غير المنشأ، باستثناء المنتج من البند 2103</p>	<p>من الفصل 21</p>

بناء على الجدول السابق فإن المنتجات التي تمكن من الاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير هي :
المصنوعات السكرية إذا تجاوزت 30% من قيمة المنتج، العصير المركز، المحضرات الغذائية من أصل نباتي (الخضر المجمدة، أو خضر أخرى محفوظة بغير الخل)، الطماطم ومنتجات الطماطم، والمحضرات الغذائية من الفصل 20 ورقائق البطاطس و المحضرات أساسها الحبوب والدقيق من الفصل 19. كما أن هذه المنتجات تمكن من تراكم المنشأ عند تصدير الحساء والمرق من الفصل 21، خصوصا وإن الرسوم الجمركية الموظفة على هذه المنتجات من طرف الاتحاد الأوروبي مرتفعة حيث تتراوح بين 10 و 20% في أغلب الحالات، وهو ما يمثل عنصرا تنافسيا مهما لشركات بلدان أغادير المصدرة للاتحاد الأوروبي،

3.2 طبيعة السوق الأوروبية

تتميز الأسواق الأوروبية بالنسبة لتوزيع المنتجات الغذائية بما يلي:

- سيطرة عامل السعر على قطاع المنتجات الطازجة والمجمدة والمنتجات الوسيطة التي تباع في أسواق الجملة الأوروبية أو عن طريق المستوردين أو الوكلاء أو الشركات المصنعة مباشرة.
 - أما فيما يتعلق بالمنتجات المصنعة فتسيطر عليها الشركات المتعددة الجنسيات والمساحات الكبرى للتوزيع (تجارة التجزئة)، وذلك باعتماد العلامات التجارية الخاصة
- وبالنسبة للمشتريين الأوروبيين فهناك تنامي من حيث الالتجاء إلى العرض المتوفر في البلدان النامية، مما مكن من تطوير الشراكة والاندماج في جميع سلسلة القيمة.

تكونت علاقات وطيدة بين سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة والمنتجين المحليين، مكنت من تحديث طرق الإنتاج وموائمتها مع المقاييس الأوروبية. وفي هذا الإطار اعتمدت مؤسسة كارفور هذا التمشي من خلال وضع إستراتيجية تدريجية لتوريد منتجات من تونس والمغرب نحو السوق الأوروبية. وفي بداية انتصابها بالأسواق النامية، اعتمدت مؤسسة كارفور على استيراد المواد الأوروبية، وبدأت الشركات المحلية بتحديث طرق إنتاجها وموائمتها مع حاجيات الطلب وعند وصولها إلى مستوى مقبول من حيث الجودة والطاقة الإنتاجية تمكنت من إدخال منتجاتها صلب فضاءات التوزيع الكبرى محليا وبالاتحاد الأوروبي.

ويخلص الجدول التالي مسالك التوزيع حسب المنتجات:

الفصول 07-08	أسواق الجملة الأوروبية
الفصل 20	المستوردون تجار الجملة المساحات التجارية الكبرى مركزيات الشراء الشركات المتعددة الجنسيات
الفصول 19 - 21	المساحات التجارية الكبرى الشركات المتعددة الجنسيات

4.2 أنماط الاستهلاك

- تطورت أنماط الاستهلاك في البلدان المتقدمة خلال العشرين سنة الماضية وأفرزت التوجهات التالية :
- موازنة الخصوصيات القومية على المستوى الأوروبي: يظهر جليا في تقليص استهلاك المنتجات التقليدية كالخبز وتطور المنتجات ذات التحويل الكبير مثل الحلويات المصنعة ومنتجات التحلية من الحليب والحساء والإطباق الجاهزة.
 - ملازمة السلوك الاستهلاكي والجانب الصحي وتنامي الحاجيات المتعلقة بتوفير حلول الصحة والعافية: نسبة الحريريات في الأكل، المنتجات المتعلقة بالحمية، المنتجات الموجهة لمرضى السكري، المنتجات العضوية ...
 - يريد المستهلك الأوروبي أن يعرف أصل المواد الغذائية التي يستهلكها خاصة مع تشابك سلسلة القيمة العالمية للمنتجات الغذائية مما يؤكد بروز نظام التتبع واقتفاء الأثر (traceability).

تمثل الديناميكية التي تتميز بها التجارة العالمية في مجال الصناعات الغذائية فرصا لبلدان أغادير للاستفادة من الطلب المتزايد على هذه المنتجات رغم الضغوط التنافسية المتمثلة في بروز أقطاب منافسة من البلدان الصاعدة، وذلك ما أظهرته دراسة السوق الأوروبية للمنتجات الغذائية باعتبارها السوق المستهدفة لتنمية التجارة البينية لدول اتفاقية أغادير عن طريق الاستغلال الأمثل للإمكانيات المتاحة لتراكم المنشأ للمنتجات الغذائية المصدرة من قبل هذه البلدان.

كما أن سلسلة القيمة العالمية لإنتاج وتجارة المواد الغذائية أصبحت أكثر إحكاما من ذي قبل وأصبح الدخول إلى هذه السلسلة مصدرا أساسيا لديناميكية الميزة التفاضلية بالنسبة للصناعات الغذائية لدول أغادير وذلك عبر تعزيز القدرات التنافسية للشركات المحلية وجذب الشركات العالمية.

وباعتبار المزايا الحقيقية والمحتملة لبلدان أغادير مثل وفرة العرض الزراعي والمناخ الجيد للإنتاج الزراعي، وانخفاض تكلفة اليد العاملة وزيادة توافر العمالة الماهرة والقرب من الفضاء الأوروبي ، وتحسين بيئة الأعمال المضمنة في التقارير الدولية والتي كانت في مجملها مشجعة، يمكن لهذه العوامل أن تؤدي إلى تطوير قطاع الصناعات الغذائية وجعله مصدرا للقيمة المضافة.

وقد تطرق فريق العمل في تقرير المرحلة الأولى للدراسة إلى حجم السوق الأوروبية من المنتجات الغذائية وخصوصيات وتطور الطلب فيها، ومتطلبات هذه السوق من حيث الجودة والسلامة، والطرق الكفيلة لإقحام المنتجات الغذائية المصنعة صلب هذا الفضاء الذي تمثل مستورداته الثلث إلى النصف من السوق العالمية لهذه المنتجات، إذ برز من خلال التحاليل المذكورة تطور أنماط الاستهلاك في الاتحاد الأوروبي والتوجه نحو المنتجات الخصوصية والعضوية، والمنتجات المتطورة (المحضرات الغذائية المتنوعة)، مع الحساسية المتنامية للمستهلك الأوروبي تجاه احترام الجودة والسلامة الغذائية والتتبع.

وباعتبار المقاربات الحديثة للتسويق الدولي التي تعتمد مبدأ الإنتاج على أساس طلب الأسواق العالمية مقابل المقاربة التقليدية التي تعتمد تصدير فائض الإنتاج، فإن أساليب الترويج بالأسواق العالمية وخاصة الأوروبية منها بالنسبة للمنتجات ذات القيمة المضافة العالية، تمر حتما عبر الشركات المتعددة الجنسيات والمساحات الكبرى لتجارة التجزئة، علاوة على القنوات التقليدية وهي أسواق الجملة بالاتحاد الأوروبي واعتماد الوكلاء والمستوردين التجاريين، كما أن جلب الاستثمار المباشر للشركات المتعددة الجنسيات أو الإنتاج لفائدتها عبر التعاقد بالباطن يمثل محورا هاما للعمل من أجل تطوير قطاع الصناعات الغذائية ببلدان أغادير والذي سيمكن على المدى المتوسط من نقل التكنولوجيا والتنوع العمودي لمنتجات القطاع. ويعتمد المحور الثاني للنفاذ إلى الأسواق الأوروبية على المساحات التجارية الكبرى التي تشهد تناميا كبيرا لحصصها في توزيع المنتجات الاستهلاكية خاصة بعد تطور هذا النوع من قنوات التوزيع ببلدان اتفاقية أغادير والذي كان له الأثر الإيجابي على مستوى إنتاج المواد الموجهة للسوق المحلي عبر المساحات التجارية الكبرى.

ولا يفوتنا أن نذكر أن شروط تحقيق ذلك يستوجب احترام القواعد المتعلقة بالصحة والسلامة الغذائية مثل نظام الجودة للتتبع واقتفاء الأثر GLOBAL GAP وأفضل الممارسات التصنيعية GMP والذي تم تفصيله بالقسم المتعلق بمقتضيات التصدير إلى الاتحاد الأوروبي.

إن النظرة الإستراتيجية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية يستوجب منا الأخذ بعين الاعتبار بنقاط الضعف التي تطغى على العرض من المواد الخام الزراعية خاص منها المتعلقة بنسب الفاقد ما بعد الحصاد الذي يختلف من قطاع فرعي إلى آخر ومن بلد إلى آخر. من هنا تأتي مسألة الاستغلال الأمثل للطاقت الإنتاجية وذلك عبر التقليل من نسبة الفاقد من خلال تطوير السلسلة اللوجستية وإمكانات استيراد المواد الأولية الخام أو الوسيطة من بلدان الاتفاقية الأخرى.

5.2 خصائص أسواق أغادير

تتميز أسواق أغادير بان الاستهلاك تقوده أساسا السعار وأن مسألة الجودة تأتي بالدرجة الثانية، ونسبة من المنتجات الاستهلاكية منتجة بالطريقة التقليدية (المنزلية)، غير أنه لاحظنا أن هنالك تطور التوجهات الحالية نحو أنماط جديدة من استهلاك المحضرات الغذائية المتنوعة (صلصات وغيرها) ومنتجات خصوصية جديدة (العضوية...)، لكن هذا الطلب لا يزال ضعيفا لإرساء صناعة موجهة للاستهلاك المحلي. لذلك يستوجب تطوير هذه المنتجات أساسا لتصديرها للاتحاد الأوروبي وذلك باعتبار متطلبات السوق الأوروبية ولتحقيق التكامل بين بلدان أغادير.

6.2 متطلبات السوق الأوروبية من الجودة وسلامة الأغذية

1.6.2 السلامة الغذائية

القوانين وهيئات المراقبة الدولية المتعلقة بالمنتجات الغذائية

اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة TTB (المنظمة العالمية للتجارة)

من بين ما تشمله هذه الاتفاقية جملة من المتطلبات التقنية التي تؤثر في تدابير سلامة الغذاء والحيوان والنبات، بما فيها حدود مخلفات المبيدات الحشرية، متطلبات التفتيش و العلامات. لكن مخافة أن تتحول هذه التدابير إلى عوائق تقييدية للتجارة، فقد اعتمدت جولة أوروغواي لسنة 1994 فصل هذه التدابير من اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة، وتم وضعها ضمن **اتفاقية الصحة والصحة النباتية SPS**.

مكن الفصل بين الاتفاقيتين منظمة التجارة العالمية من جعل المبادئ التوجيهية أكثر وضوحا، وقد اقتضت أهداف اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة على تدابير خصوصية للاستهلاك والتدابير التجارية.

ان اتفاقية الصحة والصحة النباتية هي عبارة عن قوانين محددة بعنوان العدوى الجرثومية للغذاء، أو تحدد المستوى المسموح للمبيدات الحشرية والأدوية البيطرية، أو تحدد الإضافات الغذائية المسموح بها. بعض متطلبات التعبئة والتغليف والعلامات إذا تعلقت مباشرة بسلامة المنتج.

في حين أن اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة تغطي التدابير المتعلقة بالمستهلك والتجارة والتي امتدت إلى القوانين المؤثرة في العلامات والتغليف، القواعد الخاصة ببقايا المبيدات الحشرية، المحتوى الغذائي والعدوى وكذلك معايير هوية المنتج والمعايير القياسية.

هيئات التنسيق الدولية للمعايير الدولية

تخضع تجارة الصناعات الغذائية إلى كلا الاتفاقيتين "العوائق الفنية أمام التجارة" و"الصحة والصحة النباتية". فاتفاقية الصحة والصحة النباتية لا تطلب من البلدان بل تشجعها على مواءمة قوانينها إلى أقصى حد ممكن، من خلال استناد التدابير الصحية على المعايير الدولية ذات الصلة.

المقصود من المواءمة هو تقليص الفروق الغير مجدية بين المعايير التقنية للبلدان والتي من شأنها أن تؤدي إلى الخلافات التجارية. وتتعترف اتفاقية الصحة والصحة النباتية بثلاث هيئات دولية للمعايير ككيانات رسمية والتي تعنى بتطوير الصحة المتعلقة بالمعايير، المبادئ التوجيهية والتوصيات :

المكتب الدولي للأوبئة الحيوانية OIE

أمانة الاتفاقية الدولية لوقاية النباتات IPPC

الهيئة المشتركة للدستور الغذائي FAO/WHO Joint Codex Alimentarius Commission

المكتب الدولي للأوبئة الحيوانية OIE

هذه الهيئة والمعروفة أيضا باسم المنظمة العالمية للصحة الحيوانية هي منظمة للتعاون بين الحكومات تهتم بالتقارير الدولية المتعلقة بالأوبئة الحيوانية وتوصي باللوائح الصحية، وإجراءات منح الشهادات الصحية والاختبارات والحجر الصحي لتشجيع التجارة العالمية والتقليص من مخاطر انتشار أمراض المواشي والدواجن بين البلدان.

أمانة الاتفاقية الدولية لوقاية النباتات IPPC

هي الهيئة المسؤولة عن تأمين العمل المشترك والفعلي لتجنب انتشار أو دخول الآفات والأمراض في النباتات ومنتجات النباتات، وتعزيز التدابير لمكافحةها.

الهيئة المشتركة للدستور الغذائي FAO/WHO Joint Codex Alimentarius Commission

أهم آلية دولية لتشجيع المعارض الغذائية وفي الوقت نفسه تعزز المصالح الصحية والاقتصادية للمستهلك عبر تطوير المعايير الغذائية، مدونات الممارسات والمبادئ التوجيهية الأخرى.

بعيدا عن متطلبات اتفاقية الصحة والصحة النباتية، فإن تطور التجارة العالمية والمحلية للصناعات الغذائية وطلب المستهلكين لتحسين نوعية الغذاء، وجه القطاع العام والخاص للتطوير والتنفيذ الإلزامي والطوعي لمراقبة الجودة، التصرف ومخططات الضمان. مخططات ضمان الجودة تطور المعايير المتعلقة بالإنتاج والمعالجة والنقل للمنتجات الغذائية والتي يمكن أن تشمل المعايير التي تخص ممارسات التصرف البيئية.

تستعمل بلدان أوروبا الغربية نظام إصدار الشهادات التي تضمن التتبع واقتفاء الأثر للمنتجات الغذائية الطازجة والمعالجة بالعودة إلى منشأها الحيواني والضيعة. وقد استجابت شركات في أنحاء العالم بتنفيذ نظم التصرف في السلامة لضمان إنتاج الغذاء الآمن وتقليل المخاطر لخسارة الشركاء التجاريين.

2.6.2 القوانين وهيئات المراقبة الأوروبية المتعلقة بالمنتجات الغذائية

❖ هيئات المراقبة

يمثل مكتب الأغذية والطب البيطري (Food and Veterinary Office FVO) جزء من الإدارة العامة للصحة وحماية المستهلك وتساند أهداف حماية الصحة العامة صلب الاتحاد الأوروبي، من مهامه اعتماد نقاط التفتيش على الحدود التي تسهر على مطابقة المنتجات ذات الأصل الحيواني والنباتي المتأثية من البلدان الأخرى مع معايير الاتحاد الأوروبي.

للإتحاد الأوروبي علاقات وطيدة مع الثلاث الهيئات الدولية التي تعنى بالقضايا المتعلقة بالغذاء: الهيئة المشتركة للدستور الغذائي Codex Alimentarius، والمكتب الدولي للبيئة الحيوانية OIE أمانة الاتفاقية الدولية لوقاية النباتات IPPC

ومنذ سنة 2004 تم اعتماد نظام TRACES (التحكم التجاري و نظام التصدير - نظام بيطري محوسب متكامل) لتتبع الحيوانات المنتشرة على أراضي الاتحاد الأوروبي والحيوانات من البلدان الأخرى. إذ أن جميع المواد الغذائية وجميع الأعلاف و مكوناتها تخضع للتتبع الكامل في كل مستوى من مستويات السلسلة (من المزرعة إلى المائدة) .

كما توفر الوكالة الأوروبية لسلامة الأغذية (EFSA)، التي أنشئت في سنة 2002، المعلومات العلمية حول مخاطر المواد الغذائية، وتعالج مجموعة واسعة من القضايا، بما فيها الإضافات الغذائية، والمواد المسببة للحساسية والصحة النباتية ورعاية الحيوان، الحيوانات والكائنات المعدلة وراثيا، والحد الأقصى من مستوى المبيدات الحشرية (MRL).

❖ قانون الغذاء بالاتحاد الأوروبي :

إن تشريعات الاتحاد الأوروبي المتعلقة بالأغذية مفصلة بالموقع الإلكتروني EUR-lex والمقسمة إلى بنديين، الأول يخص الزراعة والثاني يتعلق بالمستهلك.

❖ التشريعات المتعلقة بالزراعة والتي تشمل المحاور التالية:

- جودة الأغذية (التخصصات التقليدية المضمونة، التسميات المثبتة للأصل وبيان المصدر)
- الزراعة العضوية (الإنتاج ووضع العلامات)
- الكائنات المعدلة وراثيا

❖ التشريعات المتعلقة بالمستهلك والتي تشمل المحاور التالية:

- المستهلك (الإطار العام والأولويات)
- إعلام المستهلكين

- سلامة المستهلك (من بينها سلامة المواد الغذائية وأغذية الحيوانات)
- حماية المصالح الاقتصادية والقانونية للمستهلكين
- التعبئة والتغليف والعلامات (من بينها علامات المواد الغذائية، والتعبئة والتغليف والحاويات المعدة للمواد الغذائية)
- ❖ فيما يخص علامات المواد الغذائية توجد تشريعات خاصة للقطاعات التالية:
- إنتاج ووضع العلامات بالنسبة للمواد العضوية (اللائحة رقم 834/2007 CE)
- المواد المعدلة وراثيا (3 لوائح)
- الأطعمة الجديدة والمكونات الغذائية (اللائحة رقم 258/97 CE)
- التغذية والمواد المسببة للحساسية (7 لوائح)
- الأطعمة للأطفال الرضع والأطفال الصغار (اللوائح 2006/141/CE و 2006/125/CE)
- الحمية الخاصة (4 لوائح)
- الدهون واللحوم (اللائحة رقم 1760/2000 CE وتعليمات الاتحاد الأوروبي رقم 76/621/CEE التي تخص نسبة حمض الإيروسيك)
- مشتقات الألبان (تعليمات الاتحاد الأوروبي رقم 2001/114/CE و 83/417/CEE المتعلقة بالكازين وأملحه)
- المشروبات (6 لوائح)
- السكريات، العسل (4 لوائح)
- المنتجات المضافة لتحسين الصفات الحسية للغذاء (5 لوائح)
- ❖ فيما يخص التعبئة والتغليف والحاويات الموجهة للمواد الغذائية، تتمثل التشريعات في:

مادة البلاستيك :

- إن لائحة الاتحاد الأوروبي رقم 10/2011 تنص على ما يلي " المواد البلاستيكية المعدة لتتلامس مع الغذاء يجب أن تحترم:
 - متطلبات الاستخدام، ووضع العلامات والتتبع المنصوص عليها في اللائحة رقم 2004/1935
 - أفضل ممارسات الإنتاج المحددة في اللائحة رقم 2006/2023
 - المواد البلاستيكية المعاد تدويرها والذي يجب أن تكون موجهة للمنتجات الغذائية (اللائحة رقم 2008/282)
 - المواد والمنتجات المحتوية على مونومر كلوريد الفينيل (اللائحة رقم 78/142/CEE)
 - الحد من المشتقات الهابيكسيدية في تغليف المواد الغذائية (اللائحة رقم 2005/1895)
 - التحقق من هجرة مواد بلاستيكية في اتصال مع الغذاء (اللائحة رقم 82/711/CEE)
- مادة السيراميك: توجيه الاتحاد الأوروبي رقم 500/84 / EEC وصيغته المعدلة من قبل التوجيه 31/2005 / EC. منتجات السيراميك يمكن أن تسفر مواد سامة (الرصاص و الكاديوم) على الأطعمة التي على اتصال بها. مواد السيراميك التي تتلامس مع الغذاء يجب أن تكون مصحوبة ببيان مكتوب من الشركة المصنعة أو البائع الذي يضمن توافقها مع الحدود القصوى لنقل الرصاص و الكاديوم.

السليولوز: التوجيه 42/2007 / EC ، يحدد هذا التوجيه المواد من السليولوز المسموح بها والتي تتلامس مع المواد الغذائية. المواد " النشطة " و " الذكية " : اللائحة رقم 450/2009 ، ويوفر هذا النظام أحكام محددة للمواد و الكائنات النشطة و الذكية، بالإضافة إلى تلك التي وضعتها الأنظمة العامة على المواد التي تتلامس مع المواد الغذائية

3.6.2 متطلبات التصدير نحو الاتحاد الأوروبي:

- يجب أن تتوافق المنتجات الغذائية المستوردة من الاتحاد الأوروبي والموضوعة داخل السوق مع:
- المتطلبات ذات الصلة بقانون الغذاء للاتحاد الأوروبي، أو
- الشروط المعترف بها من الاتحاد الأوروبي وتكون على الأقل ما يعادلها أو EN 11 EN
- وجود اتفاقية محددة بين الاتحاد الأوروبي وبلد المصدر تتضمن كل المتطلبات ذات العلاقة.

تختلف ضمن قانون الاتحاد الأوروبي، المتطلبات والإجراءات المتعلقة بإدخال واستيراد الغذاء غير الحيواني الأصل، الغذاء من أصل حيواني والمنتجات المركبة.

المنتجات من أصل حيواني المتأتية من البلدان الأخرى يجب أن تمتثل للمتطلبات التي تمنع إدخال أمراض الحيوان صلب الاتحاد الأوروبي. تتبثق المتطلبات من توجيه المجلس 2002/99/EC الذي يضع القواعد الصحية التي تنظم الإنتاج، التحويل، التوزيع وإدخال المنتجات ذات الأصل الحيواني صالحة للأكل:

http://ec.europa.eu/food/animal/animalproducts/index_en.htm

- وبصفة عامة فإن متطلبات التصدير إلى الاتحاد الأوروبي للمنتجات ذات الأصل الحيواني تستوجب:
- أن يكون البلد المصدر من ضمن البلدان المرخص لها بتصدير منتجاتها من الأصل الحيواني إلى الاتحاد الأوروبي
- السلطات المتخصصة في مراقبة الجودة والشركات يجب أن تكون معتمدة من الاتحاد الأوروبي
- وجود سلطات مختصة في مجال الطب البيطري ومعتمدة من طرف الاتحاد الأوروبي.
- التأكد من نظام الاسترسال لكل المنتجات من الأصل الحيواني على جميع مستويات الحلقة (مواد العلف، الإنتاج، المسالخ، التحويل، النقل) وذلك عند الاستيراد والترويج طبقاً لنظام GLOBAL GAP.
- وتبعاً لذلك فإن القانون الأوروبي في مجال المنتجات من الأصل الحيواني يفرض على البلدان المصدرة أن تكون الكشوفات والتحليلات صادرة عن مخابر معتمدة

الغذاء من أصل نباتي :

- طالما أن الموضوع يتعلق بمتطلبات الصحة النباتية، فإن الحاجة إلى سلطات مختصة منصوص عليها في التشريعات ذات الصلة.
- قبل أن يتم إدخالها إلى الاتحاد الأوروبي، يجب أن تمتثل المنتجات من أصل نباتي أو غيرها إلى مقتضيات الصحة النباتية.
- الامتثال إلى مقتضيات الاتحاد الأوروبي في مجال غير الصحة النباتية، يتم عادة من طرف هيئات غير حكومية والتي يسمح لها أن تبدي موافقتها لإدخال الغذاء إلى الاتحاد الأوروبي وذلك بناء على الضمانات التي يقدمها المستورد.
- تقتضي لائحة الاتحاد الأوروبي رقم 882/2004 (EC) مشاركة المخابر في التحقق في الامتثال مع المعايير الغذائية لاعتمادها.
- يمكن أن تكون هذه المخابر خاصة والتي تم تعيينها من طرف الهيئات الرسمية للمراقبة لغرض التحقق من مدى الامتثال لمعايير الاتحاد الأوروبي الغذائية.
- يهدف تسهيل ذلك على المخابر، اعتمدت اللجنة لائحة تمنح فترة انتقالية لكي تتمكن المخابر في البلدان الأخرى من التأقلم مع الوضعية.

المنتجات المركبة :

ينطبق على هذه المنتجات القوانين واللوائح التي تخص المكونات من أصل حيواني هذا ويجب على المستوردين الأخذ بعين الاعتبار متطلبات أخرى للامتثال وتتعلق :

- الملوثات
- الحد الأقصى من مستوى المبيدات الحشرية
- استعمال الإضافات الغذائية والأنزيمات والمنكهات
- المواد والبضائع على اتصال مع المواد الغذائية
- تشجيع الأغذية
- الأطعمة الجديدة
- النشاط الإشعاعي
- متطلبات الخصوصية لمنتجات محددة تتعلق :
- المواد الغذائية المجمدة سريعاً
- المواد الغذائية لأغراض غذائية معينة
- المواد المعدلة وراثياً
- خطط السيطرة على البقايا الموافق عليها

4.6.2 متطلبات الجودة

تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة HACCP

أغلب حوادث السلامة للأغذية التي حدثت في السنوات الأخيرة مثل مرض الحمى القلاعية، جنون البقر والديوكسين في المشروبات (بلجيكا) أدت إلى تغيرات في إدراك المستهلك لسلامة المواد الغذائية وازدادت الحاجة إلى المراقبة الصارمة للجودة من طرف الحكومات والوكالات والمصنعين. مما عزز متطلبات تطبيق نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة في أغلب الشركات الأوروبية للصناعات الغذائية مع استعمال إلى أقصى حد ممكن للتتبع واقتفاء الأثر للمنتجات. إن مخاطر سلامة الأغذية، والتي تم تحديدها على أساس صحة الإنسان، والمغذية للأثار الراسخة والمدركة من المصادر بما في ذلك (1) مسببات الأمراض الميكروبية، (2) بقايا المبيدات الحشرية، الإضافات الغذائية، الأدوية البيطرية وهرمونات النمو، (3) السموم البيئية مثل المعادن الثقيلة، (4) الملوثات العضوية الثابتة، (5) المواد الغير تقليدية والمرتبطة بجنون البقر، (6) الأمراض الحيوانية التي يمكن أن تنتقل من الحيوان إلى البشر، و(7) الأغذية المنتجة أو المصنعة التي ينظر لها على أنها يمكن أن تمثل مخاطر مثل حاجيات التشجيع التي يجب أن يأخذ كل الاهتمام ويستوجب اختبارها قبل عرضها في الأسواق. أجبرت الشركات المتعددة الجنسيات على اعتماد نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة، ليس فقط على مستوى التصنيع بل وعلى مستوى التوريد، النقل والتخزين ومراكز التوزيع. ويعنى ذلك أن أغلب الصناعات الغذائية المتدخلة في سلسلة القيمة لتحويل وتسويق المنتجات، تحتاج إلى اعتماد هذا النظام أن أرادت أن تبقى في النظام التجاري العالمي للمنتجات الغذائية.

ايزو ISO 22000

إلى جانب تطبيق تدابير تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة فان معايير ايزو 22000 هي نظام التصرف في الضمان والتي تضمن ديمومة أداء الهاسب HACCP.

نظام أفضل ممارسات التصنيع GMP

إن الهدف العام لشركات الأغذية المصنعة هو بناء قدرات الإنتاج ونظام الجودة للالتقاء مع مقتضيات نظام أفضل ممارسات التصنيع والتي تضمن للمستهلك مواد غذائية ممتثلة للسلامة الغذائية ومعايير الجودة.

خطة شهادة Eurep-GAP

وبمبادرة من تجار التجزئة بالاتحاد الأوروبي تم بحث منذ سنة 1995 خطة شهادة Eurep-GAP. وتبعها فرق أخرى ذات توجه محلي والتي طورت معايير خاصة بها نذكر منها الفضاءات التجارية الكبرى بالمملكة المتحدة BRC Standard، وألمانيا QS-standard (Qualität und Sicherheit)، وأستراليا طورت نظام SQF standard (Safe Quality Food).

مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة GLOBAL GAP

وهو كيان من القطاع الخاص والذي وضع معايير طوعية لشهادات الإنتاج حول الصناعات الغذائية حول العالم. وقد تم بحث هذا النظام في البداية لطمأنة المستهلكين حول كيفية إنتاج الغذاء في المزرعة عبر تقليص الآثار البيئية الضارة في العمليات الزراعية، وتقليص استعمال المدخلات الكيميائية وانتهاج مقاربة لتنمية المسؤولية لدى العمال حول الصحة والسلامة. إن الطلب المتزايد من طرف سلسلة الفضاءات التجارية الكبرى بأوروبا لمورديها أن يكونوا متحصلين على شهادات تتعلق بالمعايير الخاصة للغذاء مثل GLOBALGAP و BRC و IFS. ويفوق عدد هذه المساحات التجارية نسبة 60% في العديد من البلدان الأوروبية. بالإضافة إلى ذلك فإن كل شركات التجزئة يمكنها أن تفرض على مزوديها متطلبات أقوى من حيث الجودة بهدف أن تتميز منتجاتها مقارنة بالمنافسة.

ترتكز مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة على سلامة الغذاء والتتبع واقتفاء الأثر، كما تشمل بعض المتطلبات حول سلامة العمال، الصحة والرفاهة والمحافظة على البيئة.

وهو عبارة عن معايير ما قبل المزرعة ويعني إن الشهادات تغطي المنتج المعتمد قبل أن تزرع البذرة إلى غاية مغادرة المزرعة. تمكن الممارسات الزراعية الجيدة من التتبع واقتفاء الأثر للمنتج من المزرعة إلى غاية مستودع المستورد.

إدارة الغذاء والدواء FDA

التسجيل لدى هذه الإدارة ضروري لجميع المرافق التي تنتج، تحول، تعبئ أو تخزين الغذاء، المشروبات والمكملات الغذائية والتي يتم استهلاكها داخل الولايات المتحدة الأمريكية من طرف الإنسان أو الحيوان. الشركات المتواجدة خارج الولايات المتحدة مضطرة إلى تعيين وكلاء أمريكيين للتواصل مع إدارة الغذاء والدواء.

العلامة التجارية و شهادات علامات الجودة

الشركات المتعددة الجنسيات وتجار التجزئة العالمية يستعينون بالمصادر الخارجية للتزود بالباطن من المنتجات الغذائية من الشركات المتحصلة على الشهادات التالية :

- شهادات المنتجات العضوية
- شهادات المنتجات الخالية من القلوتين
- شهادات الحلال
- شهادات المنشأ للمنتجات المحلية

تلخيص لمقتضيات الاتحاد الأوروبي من حيث الجودة والسلامة

الفصل	القوانين الفنية	معايير الجودة والسلامة على مستوى الشركات	متطلبات السلطات المختصة
الفصول 07 و 08	القوانين واللوائح المطبقة على المنتجات من الأصل النباتي	اعتماد الشركات تحليل المخاطر ونقاط التحكم الدرجة HACCP ISO 2200	التعاون بين السلطات المختصة خاصة على مستوى المعلومات

	مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة Global GAP المنتجات العضوية		
الفصول 03 - 04 - 16 والمنتجات المركبة	القوانين واللوائح المطبقة على المنتجات من الأصل الحيواني	اعتماد الشركات تحليل المخاطر ونقاط التحكم الدرجة HACCP ISO 2200 مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة Global GAP المنتجات حلال	- إدراج البلد على قائمة المصدرين - اعتماد السلطات المختصة بمراقبة الجودة
الفصول 15 - 20	القوانين واللوائح المطبقة على المنتجات من الأصل النباتي	اعتماد الشركات تحليل المخاطر ونقاط التحكم الدرجة HACCP ISO 2200 مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة Global GAP	التعاون بين السلطات المختصة
الفصول 19 - 21	القوانين واللوائح المطبقة على المنتجات من الأصل النباتي	اعتماد الشركات تحليل المخاطر ونقاط التحكم الدرجة HACCP ISO 2200 مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة Global GAP	التعاون بين السلطات المختصة
المنتجات الخصوصية المتطورة	القوانين واللوائح المطبقة على المنتجات من الأصل النباتي	شهادات المنتجات الخالية من القلوتين Fat Free GMP	التعاون بين السلطات المعنية

التوصيات

وبناء على ما سبق، فإن تطوير التجارة البينية والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي هو رهين مواعمة صادرات بلدان أغادير مع متطلبات السوق الأوروبية، ومشاركة شركات الصناعات الغذائية في تحقيق أنظمة تعزيز الجودة المطلوبة، خاصة الحاجة إلى ما يلي :

- التوجه نحو الاستثمار الأجنبي لجلب الشركات المتعددة الجنسيات لنقل التكنولوجيا والرفع من جودة منتجات بلدان أغادير
- استغلال الأساليب الحديث للترويج عبر العلامات الخاصة التي تستهدف سلاسل التجزئة الكبيرة.
- محاذاة الإطار القانوني الحالي، القوانين التقنية وممارسات المؤسسات في مجال البنية التحتية للجودة ومقتضيات الاتحاد الأوروبي من حيث السلامة والبيئة والصحة
- تحسين البنية التحتية للجودة يمكن من الاعتراف المتبادل لشهادات الجودة والمراقبة

- توفر المعايير الطوعية وتقييم المطابقة وفقا لممارسات الاتحاد الأوروبي و أحكام اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة، لجعل التغيير مفتوح، طوعي، شفاف، مترابط وعلى أسس المعايير الدولية.
- كذلك تشمل المحاذاة مع قواعد الاتحاد الأوروبي وأفضل الممارسات التي تتعلق بالمعايير، القياس والاعتماد:
- مدونة منظمة التجارة العالمية المتعلقة بقواعد الممارسة الجيدة لهيئات المقاييس
- أفضل الممارسات الدولية المتعلقة بالتقييس والتحقق الدوري على الخط مع المعايير الملائمة ايزو ISO/IEC17000
- نظام التصرف في الجودة وممارسات العمل في الاعتماد : تطوير نظام التصرف في الجودة وممارسات العمل على الخط ايزو ISO17011
- تأهيل المسالخ والمصانع والمزارع ومسالك التوزيع والاستيراد وذلك لتمكين اعتماد دول أغادير كمصدرين مع إعطاء الأولوية للبحر الأبيض في مرحلة أولى.

3. تقارير الدول

يتطرق هذا القسم الى:

التقارير المتعلقة بالمؤشرات الاقتصادية وبيئة الأعمال،
خلاصة البحث الميداني الذي تم انجازه لدى الشركات العاملة في قطاع الصناعات الغذائية،
التحليل الرباعي SWOT لقطاع الصناعات الغذائية بصفة عامة
التحليل الرباعي SWOT لكل قطاع فرعي على حدة

1.3 تقرير حول مصر

1.1.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية

يعتبر قطاع الزراعة مكون أساسي للاقتصاد المصري إذ يمثل نسبة 14.5% من الناتج المحلي الإجمالي ويشغل 29% من القوى العاملة، وهو قطاع مندمج في الأسواق العالمية إذ يتم تصدير 13% من الإنتاج الزراعي، كما يعتبر القطاع الزراعي من أقدم القطاعات الاقتصادية في مصر مع هيمنة إلى حد كبير للملكية الخاصة، وحسب الهيئة العامة للاستثمار فقد ساهم القطاع الزراعي بنسبة 14.7% والصناعات الغذائية بنسبة 16.8% من الناتج المحلي الإجمالي وذلك في سنة 2014. وحجم عمالة تقدر بحوالي 5 مليون منها 4 مليون عمالة غير مباشرة و 1 مليون عمالة مباشرة (مركز تحديث الصناعة)

أهم الميزات التنافسية لقطاع الصناعات الغذائية تتمثل في المناخ الجيد، وفرة الأراضي الزراعية، كلفة العمالة المنخفضة وتوفر العمالة الماهرة، القرب من الأسواق الأوروبية وبلدان الخليج. القطاعات الفرعية التي تحتاج إلى مدخلات إنتاج من الخارج تقتصر على الألبان والحلويات واللحوم، كما أن الاندماج مع القطاع الزراعي قد تطور في السنوات الأخيرة وبالتوازي مع تطور بيئة الأعمال. إلا أن القطاع يبقى يواجه عدة تحديات منها تكلفة الاستصلاح الزراعي، القوانين المنظمة للقطاع والتي تؤدي في بعض الأحيان إلى ارتفاع في تكاليف المعاملات بالنسبة للشركات خاصة الصغيرة منها، بالإضافة إلى الحجم الكبير للقطاع الموازي.

المدخلات الزراعية

تتمتع مصر بوفرة وجود العرض الزراعي من الخضار والفواكه، والقدرة على توفير أنواع مختلفة من هذه المنتجات حتى خارج المواسم، كما تتميز مصر بقاعدة زراعية ذات إنتاجية عالية وقدرة تنافسية كبيرة ويظهر ذلك جليا في مادتي البندورة (الطماطم) والبطاطس. كما تتميز مصر بقدرات إنتاجية كبيرة من الزيتون، مقارنة ببلدان بحر المتوسط (إيطاليا وتركيا).

أما بالنسبة لقطاع الألبان فإن لمصر قدرة تنافسية على مستوى تنمية الثروة الحيوانية، إلا أن مستوى الجدوى والإنتاجية في هذا القطاع الفرعي ضعيفة جدا، وهناك مجال واسع للحد من تكاليف الإنتاج و زيادة القدرة التنافسية في هذا القطاع الفرعي.

ويعتبر قطاع الفواكه والخضروات و قطاع الألبان من المنتجات القابلة للتلف، تحت تأثير نظام النقل و التخزين التي تضر جدا بجودة المنتج. وتشير التقديرات إلى أن نسبة الفاقد ما بعد الحصاد (الفاقد الزراعي) تصل إلى 30% من إجمالي إنتاج الخضار ونسبة 20% بالنسبة للفواكه (مركز البحوث الزراعية المصري في 2014) ، نتيجة لسوء التعبئة والتغليف، وعدم كفاية سلسلة مرافق التبريد والنقل.

ويتمثل العرض المصري للمنتجات الزراعية الطازجة في : الجبنة والمخثرات، الخضروات (البصل، الثوم، البطاطس، الفول والعدس، الأرضي الشوكي)، الخضروات المجمدة والمجففة والبندورة، الفواكه (الحمضيات، العنب، الجوافة، الفواكه المجمدة والبطيخ)، البذور والأعشاب الطبية (الأعشاب الطبية والنباتات العطرية).

الصناعات الغذائية

ويتفرع قطاع الصناعات الغذائية إلى عشر قطاعات فرعية هي: الحليب ومنتجات الألبان. الزيوت والدهون، المشروبات، الفواكه والخضروات، الحلويات والشوكولاتة، اللحوم والدواجن والأسماك. المضافات الغذائية الخصوصية والغذاء؛ الطحن والدقيق. الأرز والعجين الغذائي.

المساهمة في التصدير

إن تجارة المواد الزراعية والصناعات الغذائية هي من القطاعات القيادية في مصر، ففي سنة 2013 بلغت الصادرات 4.6 مليار دولار منقسمة إلى 3.0 مليار دولار من المواد الزراعية و1.5 مليار دولار من الصناعات الغذائية والتي تطورت بنسبة أكبر من نسب تطور المنتجات الأخرى والغير بترولية، وقد ساهم قطاع الزراعة والصناعات الغذائية بنسبة 16% من الصادرات المصرية لسنة 2013. (توجد بملاحق هذه الدراسة الإحصائيات المفصلة للصادرات المصرية خلال الفتر 2007-2013).

توزيع الشركات حسب القطاعات الفرعية

النسبة المئوية	عدد الشركات	القطاع
34.8	1930	شركات المحاصيل الزراعية
18.4	1020	العجين الغذائي والحلويات
8.6	476	المطاحن
6.8	377	منتجات الألبان
6.2	343	مخازن التبريد والتجميد
5.8	321	الأغذية المحضرة
5.4	300	اللحوم والأسماك المصنعة
5.0	275	الدهون والزيوت
3.7	205	مياه معدنية
3.5	193	صناعات أخرى
1.8	99	النكهات
100.0	5539	المجموع

الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الصناعية

وتجدر الإشارة إلى أن 70% من الشركات هي مؤسسات صغيرة، وعدد قليل من الشركات الكبيرة التي تحتكر السوق وتستعمل التكنولوجيا الحديثة.

جدول توزيع الصناعات بين الشركات المصنعة فقط والشركات المصنعة للتصدير من المنتجات الغذائية والمشروبات

الصناعة	الشركات الصغيرة		الشركات المتوسطة		الشركات الكبرى	
	المصنعة (%)	المصنعة للتصدير (%)	المصنعة (%)	المصنعة للتصدير (%)	المصنعة (%)	المصنعة للتصدير (%)
المنتجات الغذائية والمشروبات	8.4	2.9	41.6	47.4	50	49.7

الدراسة الإقليمية للوحدة الفنية لاتفاقية أغادير

2.1.3 بيئة الأعمال

استفاد الاقتصاد المصري من الإصلاحات السياسية الهيكلية بما في ذلك الإصلاحات المتعلقة بالرسوم الجمركية والإجراءات والتدابير اللازمة لتعزيز سوق العمل والدخل والضريبة على الشركات، وقوانين موحدة على الشركات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بالتوازي مع الانصهار في الاقتصاد الإقليمي والعالمي عبر الانضمام إلى اتفاقيات منظمة التجارة العالمية وزيادة الانفتاح التجاري من خلال اتفاقات التجارة الإقليمية والثنائية مثل السوق المشتركة لشرق وجنوب أفريقيا - الكوميسا، ومنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى واتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، ومنطقة التبادل الحر الأوروبية ومتوسطة.

وحسب تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي الذي يقوم بمقارنة مناخ الأعمال والاستثمار بين 189 بلداً، فقد احتلت مصر المرتبة 112 في سنة 2015 (113 سنة 2014) خلف الإمارات العربية المتحدة (المرتبة 22) والعربية السعودية (المرتبة 49) وتركيا (المرتبة 55) وقريبة من المعدل الإقليمي لبلدان شمال إفريقيا والشرق الأوسط (المرتبة 106)

وفيما يلي تفاصيل المؤشرات الواردة في تقرير 2015 وبالمقارنة مع أفضل الأداء في العالم

ممارسة الأعمال

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالمياً
بدء النشاط التجاري (المرتبة)	73	28	74	زيلندا الجديدة (1)
الإجراءات (العدد)	7.0	5.0	6.0	زيلندا الجديدة (1.0)
الوقت (الأيام)	8.0	4.5	13	زيلندا الجديد (0.5)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	9.2	0.9	4.6	سلوفينيا (0.5)
الأدنى المدفوع من رأس المال (%) من متوسط الدخل الفردي	0.0	0.0	13.8	اقتصاديات 12 بلداً (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

يبين الجدول السابق أن ترتيب مصر في مجال بدء النشاط التجاري مريح خاصة فيما يتعلق بعدد الإجراءات وعدد الأيام لبدء النشاط التجاري.

الحصول على الكهرباء

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الكهرباء (المرتبة)	106	60	74	كوريا الجنوبية (1)
الإجراءات (العدد)	7.0	5.0	5.0	اقتصاديات 12 بلدا (3.0)
الوقت (الأيام)	54.0	79.0	85.0	كوريا الجنوبية (18.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	304.0	42.9	242.0	اليابان (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

يبين الجدول السابق أن على مصر مزيد العمل في مجال الحصول على الكهرباء فهو مؤشر هام بالنسبة للإعمال وذلك مقارنة بأفضل الممارسات في العالم مثل كوريا الجنوبية، إذ اعتمد هذا البلد خدمة المحطة الواحدة للخدمات في الكهرباء لفائدة الشركات صلب المناطق الصناعية وتغطي هذه المحطة الواحدة جميع المراحل اللازمة من الدراسة التقنية إلى الانجاز عن طريق شركات معتمدة من السلطات الكورية.

استخراج تراخيص البناء

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التعامل مع استخراج تراخيص البناء التجاري (المرتبة)	142	86	105	هونغ كونغ (1)
الإجراءات (العدد)	20	8.0	7.0	هونغ كونغ (5.0)
الوقت (بالأيام)	179.0	183.0	229.0	سنغفورة (26.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	1.9	4.7	5.2	قطر (5.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

على مصر المزيد من العمل للاقترب من أفضل الممارسات من بلدان العالم الذين يعتمدون نظام المحطة الواحدة.

الحصول على الائتمان

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الائتمان (المرتبة)	71	71	52	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر قوة الحقوق القانونية (0-)	2	4	5	23 من الاقتصاديات (12)
مؤشر عمق المعلومات الائتمانية (0-6)	8	6	7	23 من اقتصاديات (8)
تغطية السجلات الائتمانية (%) من عدد السكان الراشدين	5.8	44.5	50.0	البرتغال (100.0)
تغطية المراكز الخاصة للمعلومات (%) من عدد السكان الراشدين	21.8	0.0	15.0	23 من الاقتصاديات (100.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

يبين الجدول السابق أن ترتيب مصر فيما يخص الحصول على الائتمان جيد فهو معادل للممارسات في فرنسا وأفضل من بعض بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

التجارة عبر الحدود

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التجارة عبر الحدود (المرتبة)	99	10	30	سنغافورة (1)
عدد المستندات اللازمة لإتمام التصدير	8	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام التصدير	12.0	10.0	10.0	5 اقتصاديات (6.0)
تكلفة التصدير (بالدولار الأمريكي لكل حاوية)	625.0	1,335.0	1,310.0	تيمور الشرقية (410.0)
تكلفة التصدير (دولار أمريكي منكمش لكل حاوية)	625.0	1,335.0	1,310.0	
عدد المستندات اللازمة لإتمام الاستيراد	10	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام الاستيراد (بالأيام)	15.0	11.0	9.0	سنغافورة (4.0)
تكلفة الاستيراد (بالدولار الأمريكي)	790.0	1,445.0	1,400.0	سنغافورة (440.0)
تكلفة الاستيراد (دولار أمريكي منكمش لكل حاوية)	790.0	1,445.0	1,400.0	

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

ويبرز الجدول السابق أن ترتيب مصر من حيث التجارة عبر الحدود غير مريح، وإن تحسين هذا المؤشر من شأنه أن يخول للشركات المصرية مزيد من الانتفاع من سلسلة القيمة العالمية خاصة في مجال تصدير المنتجات الغذائية الطازجة منها والمحضرة.

حماية المستثمرين الأقلية

المؤشر	مصر	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
حماية المستثمرين الأقلية (المرتبة)	135	17	30	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر أنظمة تضارب المصالح (0-10)	4.7	5.7	5.3	سنغافورة (9.3)
مؤشر نطاق الحوكمة وحقوق المساهمين (0-10)	4.2	7.8	7.5	فرنسا (7.8)
مؤشر نطاق قوة حماية المستثمرين (0-10)	4.4	6.8	6.4	زيلندا الجديدة (8.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

مرتبة مصر من حيث مؤشر حماية المستثمرين الأقلية غير مريحة مقارنة بأفضل الممارسات.

3.1.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية

البرامج الإستراتيجية

تطوير المؤسسات الصغرى والمتوسطة

من السمات الرئيسية للصناعات الغذائية المصرية هي الازدواجية في هيكلية السوق، إذ يتميز القطاع بعدد قليل من الشركات الكبرى والتي تعمل في عديد من المنتجات الموجهة للسوق المحلي والتصدير (مثل عصائر الفاكهة والخضروات المجمدة ، و الحليب المبستر)، وإلى جانب هذه المؤسسات الصناعية الكبيرة نجد عدد كبير من الشركات الصغرى والمتوسطة التي ينبغي عليها أن تركز أنشطتها على المنتجات المتخصصة الموجهة للأسواق الإقليمية والمحلية. ولدعم تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وضعت الحكومة إطارا منظما لهذه الشركات من خلال تقديم القانون 2004/141. وفقا لهذا القانون، أصبح الصندوق الاجتماعي للتنمية (SFD) الجهة الحكومية الرئيسية والمنسق لسياسة القطاعات الصغيرة ومتناهية الصغر. وفي الآونة الأخيرة، وضع الصندوق الاجتماعي للتنمية إستراتيجية وطنية لتنمية المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة بالنسبة للفترة 2008-2012 .

الإطار المؤسسي لسياسة الشركات الصغيرة والمتوسطة

الوزارة	المؤسسة/الوكالة	سياسة الشركات الصغيرة والمتوسطة	الإستراتيجية	أهم الأنشطة
بين الوزارات	الصندوق الاجتماعي للتنمية حاضنات الصندوق الاجتماعي للتنمية منظمة تنمية المشاريع الصغيرة	المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة تحت قانون 2004/141	الإستراتيجية الوطنية لتطوير المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة 2008-2012 الإستراتيجية الوطنية لتمويل المشاريع الصغيرة	- الحد من الفقر من خلال توفير خدمات الدعم المالية والتجارية - تسهيل الإجراءات الإدارية - تسجيل الشركات
وزارة الصناعة والتجارة	مركز التحديث الصناعي مراكز مصر لنقل التكنولوجيا والابتكار هيئة التنمية الصناعية	الصناعة المتعلقة بالشركات الصغرى والمتوسطة	إستراتيجية تطوير الصناعة (2005-2025) برنامج تحديث الصناعة	- الزيادة في التصدير ورفع مستوى الجودة في سبعة قطاعات - الاستثمار في التكنولوجيا وتطوير المهارات في ستة مجالات متخصصة - تخصيص المعدات من مساحات للأنشطة الصناعية
وزارة الاستثمار	الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة	الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة الحجم	إستراتيجية الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة الحجم 2009	تسهيل تسجيل الشركات و تقديم الخدمات، ومساعدة المستثمرين و تعزيز فرص الاستثمار في مصر
وزارة المالية	وحدة تطوير المؤسسات	المؤسسات الصغرى	إستراتيجية الشركات	البحث والتنسيق المشترك

الصغرى والمتوسطة	المتوسطة	الصغرى والصغيرة والمتوسطة الحجم 2004	
------------------	----------	--------------------------------------	--

الأقطاب التكنولوجية

من أهم المبادرات التي تمت برمجتها في مجال الصناعات الغذائية مشروع Mega Farm Project مركب يغطي 200 هكتار في شمال سيناء مخصص للبطاطس والزيتون، ومشروع توشكة المخصص للبندورة والخضر، ويشمل تصميم المشروع مرافق مخصصة للتجهيز، و البنية التحتية للري والمختبرات و معاهد التدريب و غيرها من الخدمات، وتهدف إلى جذب استثمارات بقيمة 5 مليارات دولار أمريكي تقريبا، و خلق 45.000 فرصة عمل.

وقد اعتمدت مصر في ذلك أولا تطوير المناطق الصناعية (بعضها يتعلق بالنكهات الصناعية) مخصصة لبلدان محددة (الصين والأردن وقطر والسعودية و تركيا) وتبحث عن منصة تصدير إلى أوروبا وأفريقيا والشرق الأوسط. ثانيا إعداد من طرف وزارة الصناعة والتجارة 25 مركز ابتكار والتجديد سميت " مراكز مصر لنقل التكنولوجيا والابتكار" والتي توفر مجموعة من الخدمات لنقل التكنولوجيا من خلال براءات الاختراع والتراخيص ، والمساعدة التقنية في المنتجات و تطوير الإنتاج ، ومراجعة الحسابات والجودة والإدارة وتنمية الموارد البشرية المتقدمة ...

الاستثمار المحلي والأجنبي

يخضع الاستثمار الداخلي لقانون حوافز وضمانات الاستثمار رقم 8 لعام 1997 وقانون الشركات رقم 159 لعام 1981 وتعديلاتهما. وتعمل الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة كمرافق ومنظم رسمي لكافة عمليات إنشاء الشركات والتراخيص الخاضعة لكلا القانونين.

كان القانون رقم 8 لعام 1997، والذي وضع خصيصا لتخفيف الأعباء البيروقراطية عن كاهل المستثمرين، بمثابة نجاح باهر. وقد أنشأ هذا القانون الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ويسمح بأن تصل نسبة الملكية الأجنبية إلى 100% من المشروعات ويضمن عدداً من الحقوق ويدعو إلى إنشاء مجمعات خدمات الاستثمار ويدمج عدداً من الإعفاءات والحوافز في قانون واحد.

أحكام قانون الاستثمار :

- الحق في تحويل الدخل المكتسب في مصر .
- السماح بتملك الأجانب للمشروعات بنسبة تصل إلى 100%.
- ضمانات ضد المصادرة والحجز والتأميم.
- الحق في امتلاك الأرض.
- الحق في امتلاك حسابات مصرفية بالعملة الأجنبية.
- التحرر من الحجز الإداري.
- الحق في إعادة رأس المال والأرباح.
- حرية تعيين الموظفين المصريين.
- غياب الرقابة أو القيود على الأسعار.
- المساواة في المعاملة بغض النظر عن الجنسية.

كما تتضمن الحوافز الأخرى ضريبة موحدة على الدخل تصل إلى 20% (تصل إلى 40.55% للشركات في قطاع البترول والغاز)، وإعفاء ضريبي لمدة 10 سنوات بالنسبة لأنشطة استصلاح الأراضي والتربية المرتبطة بالماشية والدواجن والأسماك.

كما أنشأ القانون رقم 19 لسنة 2007 نظاما جديدا للاستثمار لم يتناوله قانون ضمانات وحوافز الاستثمار من قبل وهو **نظام المناطق الاستثمارية**، حيث أجاز إنشاء المناطق الاستثمارية والتي تهدف إلى دعم النمو الاقتصادي في مصر من خلال تقديم نظام استثماري فعال يتسم بالسهولة والبسر في التعامل مع المستثمرين حيث توفر المزايا التالية:

- إقامة تجمعات عنقودية متكاملة في مختلف المجالات. Integrated Clusters
- قيام المستثمر الرئيسي (المطور) بتحمل عبء إنشاء وتنفيذ البنية الأساسية ورفعها عن كاهل الدولة سواء كان المستثمر الرئيسي شركة خاصة أو هيئة حكومية - والقيام بتوفير كافة الخدمات داخل المنطقة وهو العامل الأساسي لإنشاء المنطقة الاستثمارية.
- نشر التنمية الاقتصادية والاجتماعية بكافة محافظات الجمهورية واستغلال المزايا التنافسية لها.
- تنمية الاستثمار في مجال الصناعات الصغيرة والمتوسطة.
- تجانس الأنشطة الاستثمارية في المنطقة الواحدة مما يتيح للمستثمر تكاليف تنافسية لاقتصاديات التشغيل والتسويق نتيجة التكامل الصناعي.
- الإعفاء من ضريبة الدمغة ورسوم التوثيق والشهر لمدة 5 سنوات من تاريخ قيد المشروعات في السجل التجاري ، كما تعفي من الضريبة والرسوم المشار إليها عقود تسجيل الأراضي اللازمة لإقامة الشركات والمنشآت.
- لا يجوز تأميم الشركات والمنشآت أو مصادرتها.
- لا يجوز بالطريق الإداري فرض الحراسة على الشركات والمنشآت أو الحجز على أموالها أو الاستيلاء أو التحفظ عليها أو تجميدها أو مصادرتها.
- لا يجوز لأية جهة إدارية التدخل في تسعير منتجات الشركات والمنشآت أو تحديد ربحها.
- لا يجوز لأية جهة إدارية إلغاء أو إيقاف الترخيص بالانتفاع بالعقارات التي رخص بالانتفاع بها للشركة أو المنشأة كلها أو بعضها إلا في حالة مخالفة شروط الترخيص.
- يختص مجلس إدارة المنطقة الاستثمارية بالموافقة على المشروعات داخلها وإصدار كافة التراخيص اللازمة لها وفقا لإجراءات ميسرة ورسوم رمزية.

تطوير الاستثمارات الخارجية في مجال الصناعات الغذائية

بلغت الاستثمارات في الصناعات الزراعية 24.8 مليار جنيه مصري في الفترة 2001-2012 ، مقارنة بـ 10.5 مليار جنيه في الفترة من 1970-2000 وقد جلب هذا القطاع الكثير من الاستثمارات الأجنبية من قبل الشركات متعددة الجنسيات من خلال عمليات الدمج والاستحواذ. في السنوات الخمس الماضية، اجتذبت أيضا عددا من الاستثمارات العربية. 70 ٪ من جميع الاستثمارات السنوية الجديدة متأتية من البلدان العربية، وقد تركزت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر على القطاعات الفرعية التالية: المشروبات والبسكويت و منتجات الألبان.

كما أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي تم تسجيلها ترجع بالأساس إلى الميزات التفاضلية التي يتمتع بها العرض الزراعي المصري ونذكر من أهم هذه الاستثمارات: منتجات البطاطس، منتجات الآيس كريم، و قطاع الألبان الطازجة، أغذية الحيوانات الأليفة و أغذية الأطفال، رقائق البطاطس، الكتشب، محضرات الخضر، محضرات اللحوم، محضرات اللحوم البيضاء، البسكويت.

المؤسسات الفاعلة في مجال الصناعات الغذائية:

الهيئات العامة

• مركز تنمية الصادرات المصرية EEPC

تم أحداثه سنة 1992 وهو السلطة التنفيذية التي شكلتها وزارة التجارة والصناعة لدعم تنمية وترويج الصادرات المصرية. ويعد مركز تنمية الصادرات المصرية بمثابة منتدى لخدمات التصدير، حيث يوفر لمجتمع التصدير الخدمات، والمعلومات، والدعم الفني اللازم لتعزيز الأداء في عملية التصدير

• نقطة مصر للتجارة العالمية EITP

توفر هذه البوابة الالكترونية عدد من الخدمات لفائدة المصدرين مثل التعريف بالمنتجات، الإحصائيات المتعلقة بالتجارة، المعلومات التجارية حول الأسواق...

• البنك المصري لتنمية الصادرات EDBE

يلعب دورا محوريا في دعم المصدرين المصريين وتسهيل وصول المنتجات المصرية إلى الأسواق العالمية من خلال تمويل العمليات التصديرية والمشاريع البديلة للاستيراد، ومن أهم المؤسسات التابعة لهذا البنك الشركة المصرفية لضمان الصادرات .ECGE

الهيئات الخاصة

• اتحاد الصناعات المصرية

يتكون من ستة عشر غرفة صناعية (من ضمنها غرفة الصناعات الغذائية) تمثل أنشطة القطاعات الصناعية في مجتمع الأعمال المصري.

تعمل الغرف ككيان استراتيجي من أجل تحسين الأداء و زيادة الإنتاجية في القطاعات التي يضمها إتحاد الصناعات، هذا بالإضافة إلى توفير الأدوات التي من شأنها تسهيل الاستثمار الصناعي.

• غرفة الصناعات الغذائية

ومن مهامها حماية ورعاية مصالح اعضاء الغرفة لدى الجهات الحكومية، عمل الدراسات اللازمة وتقديم الحلول والمقترحات لكافة الجهات الحكومية والوزارات لتذليل العقبات امام تطوير صناعة الاغذية والمشروبات في مصر، فتح قنوات الاتصال لكافة الاعضاء للدخول في تحالفات استراتيجية، و توعية الاعضاء بكل ما هو جديد حول تحديث الصناعة وفقاً للمواصفات الدولية.

• جمعية المصدرين المصريين Expolink

هي جمعية غير ربحية تم بعثها من طرف القطاع الخاص وتهدف إلى تنمية الصادرات المصرية وفتح أسواق جديدة للشركات المصرية. وأهم أنشطتها تتمثل في المشاركة في المعارض الدولية ولها علاقات وطيدة مع وزارة الصناعة والتجارة، جامعة المصنعين المصريين والمستثمرين وجمعيات رجال الأعمال.

• المجلس التصديري للصناعات الغذائية FEC

يتم تعيين أعضاء هذا المجلس بمرسوم وزاري، وتقتصر عضوية المجلس للشركات التي تعمل في مجال تصدير السلع الغذائية. ولتحقيق أهدافه يعمل هذا المجلس مع مختلف الهيئات الرسمية التي لها علاقة بتنمية وتطوير قطاع الصناعات الغذائية. ومن مجالات تدخل هذا المجلس: برامج الدعم الحكومي، نظام يقظة ومتابعة لقطاع الصناعات الغذائية (دراسات، إحصائيات، بنوك معطيات)، إعداد استراتيجيات وطنية لتطوير القطاع، المساهمة في إحداث القوانين ذات العلاقة، توفير الدعم والمساندة للمصدرين المصريين في قطاع الصناعات الغذائية.

البنية التحتية للجودة

المعايير والجودة و شهادات الجودة والاعتماد والمختبرات

- ❖ **المعايير:** وفقا للمرسوم الرئاسي 2005/83 ، الهيئة العامة المصرية للمواصفات والجودة (EOS) هي الهيئة المختصة و الرسمية المسؤولة عن أنشطة التقييس والجودة و المقاييس الصناعية التي تهدف إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المصرية في الأسواق الدولية والإقليمية إلى جانب حماية البيئة و المستهلك. الإدارة المركزية للتقييس والتي يتمحور نشاطها حول تطوير وإصدار المعايير المصرية. معظم المعايير المصرية على الأطعمة هي معايير إلزامية خاصة التي تتعلق بالصحة والسلامة. في إطار خطة مراقبة الجودة (المرسوم الرئاسي 2003/42) فان المعايير المصرية تتجه نحو المواءمة مع المعايير الدولية (للأغذية : CODEX).
- ❖ **الجودة:** تعتبر الهيئة العامة المصرية للمواصفات والجودة، الجهة المختصة في مصر والمسؤولة عن منح شهادات الجودة وشهادات المطابقة للسلع والمنتجات الصناعية وفقا للمعايير المصرية والأجنبية . تعتبر الإدارة العامة للجودة قسم الاستشارات للمؤسسات والشركات الصناعية والهيئات في مجالات مراقبة الجودة الصناعية و ضمان الجودة والإدارة البيئية .
- ❖ **المخابر:** تعد مصر 18 مختبرا فنيا و مركزا للبحوث تقدم الدعم الفني لمصنعي الأغذية في شكل الاختبارات الكيميائية و علم الأحياء المجهرية.
- ❖ **الاعتماد:** تم وضع خطة لتعزيز القدرات المؤسسية للمجلس المصري للاعتماد EGAC
- ❖ **الترميز والتتبع:** فرض الاتحاد الأوروبي ضوابط أكثر صرامة على التتبع للمنتجات الغذائية (الطازجة والمصنعة) المستوردة. وبشراكة بين الترقيم المصري للمنتجات و الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات تم وضع برنامج لفائدة الشركات التي ترغب في التصدير نحو الاتحاد الأوروبي وأمريكا الشمالية، لحثها على اعتماد نظام الترقيم.
- ❖ **المراقبة:** الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات هي الجهة المسؤولة عن تفتيش البضائع المستوردة والمصدرة ومن الرقابة الغذائية على المنتجات الزراعية المستوردة والمصدرة والمصنعة . ومن مهامها إصدار شهادات المنشأ للسلع من أصل مصري، ضمان التتبع، نشاط فرز المحاصيل الزراعية وتصنيفها، مشاركة الهيئة العامة المصرية للمواصفات والجودة في تعديل المواصفات المتعلقة المواد الغذائية المستوردة
- ❖ **الاعتراف المتبادل:** وفقا لسياسة الجوار الأوروبية هنالك إمكانية شراكة بين مصر والاتحاد الأوروبي في مجال المعايير وتقييم المطابقة.

تقييم اللوجيستية في مصر

النقل البحري

بالرجوع إلى الدراسة الإقليمية حول تخفيض تكاليف النقل للشركات التي تطبق تراكم المنشأ بين دول اتفاقية أغادير (الوحدة الفنية ابريل 2012)، فان لمصر عدد من الميزات التفاضلية في مجال نقل البضائع باعتبار الموقع الجغرافي المتميز، ووجود موانئ محورية وعدد هام من المطارات، ووفرة اليد العاملة بكلفة منخفضة، رغم ذلك فعدم وجود خطوط بحرية منتظمة ومباشرة بين بلدان اتفاقية أغادير يمكن أن يكون من العوائق التي تحول دون تطور التجارة البينية.

ويلعب عامل القرب الجغرافي دورا أساسيا في التجارة بين البلدان ويظهر ذلك جليا من خلال الصادرات المصرية التي تتركز جغرافيا حول بلدان الشرق الأوسط وخاصة بلدان الخليج.

عدد من المشاريع في طور الانجاز لتحديث البنية التحتية للموانئ، وتبقى كلفة النقل مرتفعة بالنسبة للشركة العاملة في قطاع التجارة الخارجية. فالتصدير نحو أوروبا يعتمد إلى حد كبير على عدد قليل من خطوط منتظمة تعمل لتصدير المنتجات الزراعية الطازجة.

مؤشر الترابط التجاري العالمي: حلت مصر في المرتبة 43 (+13 خلال سنتين) في قياس اتساع هذا الترابط بالمقارنة مع 140 دولة في العالم.

مسالك التوزيع

يمثل قطاع التجزئة للمواد الغذائية ثاني قطاع في مصر بعد صناعة النسيج من حيث رقم المعاملات، كما أن تطور قطاع التجزئة يلعب دورا رئيسيا في نمو الصناعات الغذائية. ومن حيث عدد الفضاءات التجارية الكبرى يبقى غير متطور مقارنة ببلدان المنافسة، مما يجعل شركات الصناعات الغذائية في مجملها تتعامل مع شبكات توزيع تقليدية غير فعالة، والذي لا يمثل حافزا لتطوير القطاع على مستوى الضغط على الأسعار واعتماد الجودة والسلامة في المنتجات الغذائية والمطلوبة من طرف شبكات التوزيع العصرية المحلية منها والعالمية.

4.1.3 خلاصة البحث الميداني

تم انجاز عدد من الزيارات واستقصاء 14 شركة تصديرية عاملة في قطاع الصناعات الغذائية، كعينة ممثلة للقطاع وذلك باعتماد عدد من المؤشرات بهدف تقييم طاقاتها الإنتاجية، وموقعها من الصادرات في التجارة البينية وبتجاه الاتحاد الأوروبي، وتحديد المحاور التي يستوجب التركيز عليها لتطوير قطاع الصناعات لغذائية.

المعيار	محلي	بلدان أغادير	الاتحاد الأوروبي	أمريكا الشمالية (الكندا والولايات المتحدة الأمريكية)	أمريكا اللاتينية	أفريقيا	البلدان العربية
منشأ المدخلات	14		5	1	1		3
وجهات الصادرات		13	7	6		7	13

المعيار	نعم	لا
المساعدة للتدريب المهني	10	4
شهادات الجودة	14	
الخدمات اللوجستية الكافية	11	3
دعم الصادرات	14	
الحصول على الائتمان	7	7
معرفة تراكم المنشأ	6	8
العوائق الغير جمركية	14	

المرجع: عينة مكونة 12 شركة

✓ يلاحظ أن كل الشركات لها مدخلات إنتاج محلية، وبصفة ثانوية من الاتحاد الأوروبي أو البلدان العربية

- ✓ عمليات التصدير للشركات المعنية موجهة بالأساس الى البلدان العربية والأردن (في الجدول المخصص لأغادير)، تليها ليبيا (البلدان الإفريقية) والاتحاد الأوروبي.
- ✓ 36% من الشركات أبدت ضرورة المساندة للتدريب المهني، ويتصل هذا العامل بحجم الشركات التي غالبا ما تكون لها برامج تدريب خاصة بها.
- ✓ كل الشركات لديها شهادات الجودة المطلوبة.
- ✓ النقص في اللوجيستية ذكر في 27% من الحالات. ويعزى ذلك إلى أن جل صادرات هذه الشركات تتم على أساس التسليم من أرض المصنع أو التسليم على ظهر الباخرة، عن طريق وكلاء وليست لديها تقييم واضح حول إشكاليات الشحن البحري.
- ✓ كل الشركات تتحصل على الدعم للتصدير وبأشكال مختلفة
- ✓ النقص في النفاذ الى مصادر التمويل (تمويل الصادرات، تأمين المدفوعات، تأمين المخاطر المناخية، تمويل المواسم الزراعية) تم ذكره في 55% من الحالات والذي خص أكثر الشركات الصغيرة والمتوسطة مقابل الشركات الفرعية للمجمعات الكبرى.
- ✓ نفس الاستنتاج السابق ينطبق على المعرفة بتراكم المنشأ في إطار أغادير: فقط الشركات الكبرى على علم بذلك (وفي الواقع يتعلق الأمر بالوثائق اللازمة للتصدير أكثر منه آلية تراكم المنشأ، لان العمليات التصديرية تتم خارج منطق التكامل)
- ✓ تم ذكر العوائق الغير جمركية في 100% من الحالات،

5.1.3 تحليل SWOT لقطاعات الصناعات الغذائية

مواطن القوة

- قدرة الزراعة المصرية على انتاج أنواع مختلفة من الفواكه و الخضار في مواسم مختلفة على مدار السنة.
- تطور أداء الصناعات المصرية خلال السنوات الأخيرة خاصة في مجال الصناعات الغذائية
- الموقع الجغرافي المتميز والقرب من دول الخليج العربي وأوروبا؛ يومين أو ثلاثة أيام للوصول إلى بلدان الخليج واقل من أسبوع للوصول إلى الموانئ الأوروبية
- تكلفة العمالة منخفضة مقارنة مع دول المنطقة، وفترة العمالة الماهرة.
- خطوط شحن بحري مباشرة نحو الاتحاد الأوروبي
- تحسين الجودة واعتماد نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة HACCP في الصناعات الغذائية في السنوات الماضية.
- تحسين بيئة الأعمال مثل الحوافز الضريبية واللوائح الجمركية لفائدة المصدرين والمستثمرين
- إصدار قانون الغذاء الموحد الجديد الذي ساهم في توضيح العلاقة بين التجار والمصنعين وإنشاء الهيئة الوطنية العامة للغذاء

مواطن الضعف

- نظرا لعدم قدرة غالبية الشركات للاستثمار في البحث هناك ضعف مستوى الابتكار في القطاع، وبالتالي عدم وجود منتجات جديدة
- نظام الزراعة في مصر غير متطور ومجزأ، واستغلال المواد الأولية على النطاق التجاري غير متناسق مع متطلبات الصناعات الغذائية ويرجع ذلك بالأساس إلى عدم وجود عقود إنتاج بين المزارعين والمصنعين.

- ضعف الخدمات اللوجستية مثل سلسلة النقل البارد ، بالإضافة إلى عدم معرفة التعامل مع مرحلة ما بعد الحصاد للمنتجات القابلة للتلف من المزرعة إلى المصنع للموانئ ، و ترتفع خسائر ما بعد الحصاد لتصل إلى 30% بالنسبة للخضروات و 20% بالنسبة للفواكه
- تصنف غالبية الشركات العاملة في القطاع كشركات صغيرة وصغيرة ومتوسطة الحجم، غير منظمة وبالتالي لا يمكن الاستفادة من وفورات الحجم و التصدير والتسويق
- ضعف وعدم تطور قنوات التوزيع على السوق المحلي
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطوراً في المجال
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- العوائق الإدارية وإجراءات التخليص الجمركي

الفرص

- إمكانية عالية لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الصناعات الغذائية وبإمكان مصر أن تصبح مركزاً إقليمياً للشركات متعددة الجنسيات في الشرق الأوسط.
- وجود إمكانيات في مجال التعاونيات و الزراعة التعاقدية ، والتي يمكن أن تسمح لصغار المزارعين من خدمة الأسواق الأوروبية (وخصوصاً بالنسبة للفاكهة و الخضار) .
- زيادة فرص التسويق من خلال اتفاقيات تفضيلية جديدة (الاتحاد الأوروبي، منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى ومنطقة التبادل الحر الأورومتوسطية).
- هناك إمكانيات لتطوير منتجات جديدة
- طلب مهم على المنتجات المجمدة والمعلبة والمهروسة من الخضار والفواكه
- هناك سوق ضخمة في أوروبا للمنتجات العضوية التي تخلق فرص المنتجين المصريين.
- نمو هائل لدى شبكات التوزيع الكبرى في أوروبا والمتعلقة بالمنتجات الخاصة والتي يتم تسويقها تحت علامات سلاسل التجزئة الكبيرة، وتمثل نسبة 20 ٪ من رقم معاملاتها.
- هناك توجه نحو توسيع تجارة المنتجات "حلال" لتلبية الطلب المتزايد للمجتمعات الإسلامية في أوروبا
- هناك توجه نحو المنتجات الاستوائية وذات الخلفية العرقية في أوروبا.

التحديات

- المنافسة الشديدة من البلدان مثل الصين والهند التي عملت على هيكلة صناعاتها تحسين منتجاتها
- عدم الاستقرار السياسي في المنطقة يشكل تهديداً خطيراً، وخاصة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر والاستفادة في سلاسل القيمة العالمية

6.1.3 تحليل SWOT حسب القطاعات الفرعية

وفقاً لاتجاهات الصادرات وفرص تراكم المنشأ، سيتم تحليل القطاعات الفرعية التالية:

- رقم البند 0710 الخضروات المجمدة
- رقم البند 2002 البندورة المحضرة أو المحفوظة

- رقم البند 2009 عصائر الفواكه
- رقم البند 1509 زيت الزيتون
- رقم البند 0406 منتجات الاجبان
- رقم البند 0909 الخضروات المجففة والأعشاب والتوابل

الرمز	تسمية المنتج
0710	الخضروات المجمدة

لم تصل بعد مصر وبشكل كامل إلى مرحلة التخصص والتصنيع للمنتجات البستانية، وفي عديد من البلدان تم تنظيم وتطوير هذه الصناعات حول نواة من المزارع المتخصصة وهذه التجربة بدأت في مصر وهي في مرحلة التطوير. في الحالة الراهنة فالعرض المصري من هذه المنتجات المتنوعة غير مهيكّل بطريقة تجعله يتوافق ومتطلبات الأسواق الخارجية، رغم ذلك فقد نجحت مصر في تطوير بعض المنتجات الخصوصية ذات الطابع الشرقي.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- مناخ جيد للإنتاج الزراعي من المنتجات البستانية
- إمكانيات الإنتاج خارج المواسم لبعض المنتجات
- المناطق الجغرافية والمناخية متنوعة لإنتاج أصناف متأخرة ومبكرة النضج، وعرضها على مدار السنة (البندورة)
- ميزات تفاضلية بالنسبة لبعض المنتجات الخصوصية (الملوخية)
- تواجد جالية مصرية في بلدان الخليج تسهل من إدخال المنتجات في هذه الأسواق
- وفرة العمالة الماهرة الأساسية وانخفاض كلفتها
- قاعدة قوية للمساائل التقنية
- بنية تحتية أساسية جيدة
- قطاع جالب للاستثمار الأجنبي لتصدير الفواكه والخضروات
- تحسين جودة الأغذية وسلامتها
- القرب الثقافي من أسواق بلدان الخليج

مواطن الضعف

- العرض من المنتجات الخام غير متناسق نظرا لصغر وتجزئة المزارع
- انخفاض في مستوى مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة والتتبع Global Gap
- خسائر عالية للفاقد الزراعي
- انخفاض استغلال القدرات الإنتاجية
- انخفاض مستوى مراقبة الجودة ونظام سلامة الأغذية في العديد من المصانع (موجهة للسوق المحلي)
- ارتفاع تكلفة معدات التجميد (نقص التمويل)
- نقص في سلسلة التبريد والشاحنات المبردة
- نقص في الشحن الجوي والشحن البحري المنتظم
- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق أغادير

- نظام سوق التجزئة غير متطور
- ارتفاع تكلفة التسليم إلى السوق المحلية
- ضعف البحث في تطوير أصناف جديدة ونقص في أنشطة الابتكار
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- إنتاجية العمل منخفضة، بسبب الآلات القديمة
- نقص في التعاون وتبادل المعلومات بين مصدري بلدان أغادير

الفرص

- إمكانية الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه نحو التصدير في مجال تحويل الخضروات مثل البطاطس والطماطم والفاصوليا والخرشوف
- إمكانية الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه للسوق المحلي
- فرصة عالية لتحسين الإنتاجية
- ارتفاع عدد المصريين المغتربين لتعزيز تموقع المنتج المصري في الشرق الأوسط
- تزايد عدد السكان في المناطق الحضرية (الوعي حول الصحة، وارتفاع الدخل)
- القرب من الأسواق في منطقة الشرق الأوسط وأوروبا
- سهولة الوصول إلى الأسواق العربية
- ميزات تفاضلية في الصناعات المكثفة للعمالة

التحديات

- عدم الاستقرار السياسي في المنطقة
- تزايد المنافسة من بلدان أخرى ذات الأجور منخفضة (مثل الصين والهند التي تنافس مصر في بلدان الخليج)
- عدم وجود استراتيجيه متماسكة

الرمز	تسمية المنتج
2002	البندورة المحضرة أو المحفوظة

تنتج مصر حوالي 18 ألف طن من منتجات الطماطم (معجون) سنويا. هذا الرقم محدود مقارنة بإجمالي إنتاج منطقة البحر الأبيض المتوسط 1 مليون طن. بالإضافة إلى أن الإنتاج المصري يواجه منافسة شديدة من المنتج الصيني على مستوى الأسعار المنخفضة، وهو من الأسباب التي أدت إلى معدلات استغلال الطاقة الإنتاجية المنخفضة في مصر. يتم الإنتاج عبر الكسر بالبارد أو الساخن (إلى غاية 36 بريكس) رغم ذلك يبقى إنتاج الشركات المصرية محدودا بالمقارنة بالمنتجات المتواجدة بأهم الأسواق الخارجية.

التحليل الرباعي SWOT

ينطبق نفس التحليل السابق والمتعلق بالخضروات المجمدة، مع التأكيد بالنسبة لهذا القطاع الفرعي على أنه يتميز بنقطة قوة والمتمثلة في وفرة الإنتاج الطازج من البندورة، ومن جهة أخرى له نقطة ضعف كبيرة والمتمثلة في عدم التطوير في المنتجات ذات القيمة المضافة العالية من مشتقات البندورة من المنتجات الغذائية المتطورة (صلصات، كتشاب...)

الرمز	تسمية المنتج
2009	عصائر الفواكه

الطلب على العصائر في السوق تتركز بالأساس على العبوات الصغيرة، في حين الصادرات تتركز على العبوات الكرتونية تتراياك UHT، والمنتجات الخصوصية الاستوائية تكون في قوارير زجاجية. كما أن معرفة متطلبات الأسواق وخصائص العصائر من المانجو والجوافة من طرف المصدر والمستورد، شجع عديد من المنتجين على التوجه نحو إنتاج وتصدير مراكز العصائر. بالإضافة إلى أن انخفاض سعر الجنيه المصري مكن من فتح أسواق جديدة للمنتجات بأسعار منخفضة.

مواطن القوة

- إمكانات زراعية عالية لتنمية الفواكه الاستوائية
- المنتجات المصرية متواجدة بأسواق أمريكا الشمالية
- قيمة الوحدة للعصائر الاستوائية المصرية مرتفعة

مواطن الضعف

- انخفاض في حجم المواد الأولية، ونظام التوريد غير فعال
- عدد قليل من الشركات الصناعية وانخفاض طاقة الاستغلال فيها
- انخفاض في مستوى مواصفات الممارسات الزراعية الجيدة والتتبع Global Gap
- الكلفة العالية لمعدات التتريك (ونقص في العبوات الزجاجية)
- نقص في تطوير المنتجات
- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق أغادير.
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- ضعف مسالك التوزيع المتطورة التي تساهم في تصدير المنتج المصري تحت علامات خاصة (Private Label)
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.

الفرص

- الطلب المتزايد حول المنتجات الاستوائية ذات العلامة الخاصة
- فرص واسعة لتطوير منتجات جديدة (مزيج الفواكه والفواكه الاستوائية الجديدة)
- ارتفاع عدد المصريين المغتربين لتعزيز المنتجات في الشرق الأوسط

التحديات

- تزايد المنافسة العالمية حول المنتجات الاستوائية

الرمز	تسمية المنتج
2005	زيتون محضر أو محفوظ بغير الخل أو حمض الخليك غير محمض

مواطن القوة

- الزيادة في إنتاج الزيتون
- زيادة نوعيات الزيتون وفي المزارع المخصصة لإنتاج الزيتون

مواطن الضعف

- نقص في قيمة الصادرات والنوعية المصدرة
- انخفاض في مستوى التكنولوجيا المستعملة لإنتاج الزيتون
- نسبة كبيرة من إنتاج زيتون الطاولة يتم توفيره من القطاع التقليدي وهو موجه الى الاستهلاك الداخلي
- عدم انتظام العرض من الزيتون الخام وبالنوعية الجيدة
- مستوى منخفض من حيث نظام الجودة والتتبع Global Gap
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- نقص في النوعية الجيدة من القوارير الزجاجية في السوق المحلي بالنوعية الحيدة المطلوبة بالأسواق الخارجية
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- عدم التنوع في مجال تحويل زيتون الطاولة استجابة لتغيرات الأسواق مثل الزيتون المحشو، الزيتون من غير نواة والمرغوب من طرف شبكات المطاعم السريعة، والزيتون المخلل مع زيت الزيتون والأعشاب والبهارات.

الفرص

- زيادة الطلب العالمي وبلدان الخليج على زيتون الطاولة
- القرب من أسواق الخليج، مقارنة ببلدان المنافسة
- يمثل هذا القطاع فرصة لتحسين النوعية والزيادة في القيمة

التهديدات

- تزايد سيطرة بلدان المنافسة مثل تركيا واليونان

الرمز	تسمية المنتج
0406	الجبن واللبن الرائب

صناعة الألبان هي واحدة من أهم مكونات النظام الغذائي في العالم، وتشهد تغييرا جذريا في الوقت الحالي عبر التحولات في البيئة التنظيمية لإنتاج وتجارة الألبان، والتغيرات التكنولوجية في إنتاج الحليب ومنتجات الحليب ، وسرعة تحول اتجاهات الاستهلاك ، وإعادة هيكلة الشركات المتعددة الجنسيات باعتماد استراتيجيات جديدة فيما يتعلق بهذا القطاع. وقد ساهمت عدة عوامل مترابطة في تشجيع هذه التغيرات في مستوى توزيع المنتجات في إطار سلسلة القيمة لمنتجات الألبان. التركيز على مستوى شبكة التجزئة كان له الأثر الكبير في أنماط شراء منتجات الألبان. على المستوى العالمي 95% من منتجات الألبان يتم بيعها على المستوى المحلي في بلد المنشأ، فقط 5% موجهة نحو التصدير.

وتعتبر الاجبان بضاعة رئيسية في هذه التطورات باعتبارها مكون أساسي في الوجبات السريعة مثل البيتزا والعجين الغذائي.

مواطن القوة

- زيادة الطلب على الاجبان في مصر وبلدان الخليج
- قدرات كبيرة في إنتاج مواد جديدة أساسها الاجبان التقليدية
- بروز استثمارات جديدة في القطاع (مثال أمريكانا)

مواطن الضعف

- ارتفاع العجز التجاري في هذا القطاع
- نقص في الجودة الحليب الذي توفره المزارع
- الكلفة العالية لاستيراد الحليب المجفف
- الكلفة العالية لمعدات التعبئة (التترابك)
- ارتفاع في الضرائب على المعدات المخصصة للتعبئة والتغليف
- نقص في التسويق خارج بلدان الخليج
- نقص في تطوير المنتجات
- نقص في تسويق العلامة المصرية
- قطاع مجزأ ونقص في التخصص

الفرص

- تزايد شبكة الوجبات السريعة المستعملة لمادة الجبنة
- تزايد الطلب على جبن الماعز من طرف المستهلكين في أوروبا
- تطور قطاع التجزئة للاستهلاك المحلي
- إمكانية تحويل قطاع الاجبان من طوره التقليدي إلى قطاع حديث
- معرفة أذواق المستهلك بالبلدان العربية

التهديدات

- تزايد الاستثمارات في قطاع الألبان في البلدان العربية (العربية السعودية)

الرمز	تسمية المنتج
0909	الخضروات المجففة، الأعشاب والتوابل

تعد مصر ثمانية وحدات إنتاجية للتجفيف تتميز بقريةها من مزارع الإنتاج. الخضروات المجففة الرئيسية المنتجة في مصر هي البصل والكرات و الثوم، و الملوخية . الأعشاب والتوابل المجففة الرئيسية هي الريحان ، وبذور الكمون و الزعتر والشمر و الكراوية، والبابونج وأوراق النعناع.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- تنامي الإنتاج من الأعشاب الطبية
- كلفة اليد العاملة منخفضة
- توفر الضيعات

مواطن الضعف

- العرض من المواد الأولية غير كاف (من حيث الكمية والجودة)
- نقص في الشهادات المتعلقة بالمنتج العضوي
- انخفاض مستوى التدريب
- انخفاض نسبة الاستغلال للقدرات

- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق أغادير
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- يقتصر الإنتاج في مستوى التجفيف، ونقص في الأبحاث لتطوير أصناف جديدة
- نقص في التنسيق بين المصدرين وتبادل المعلومات بين مصدري بلدان أغادير
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- الطلب المتزايد على المستوى العالمي
- فرص لتنويع المنتجات (مزيج البندورة المجففة وزيت الزيتون والأعشاب وعرضها في الأسواق في عبوات بلورية)
- قدرات تصديرية وجالبة للاستثمار الأجنبي في مجال الأعشاب الطبية
- فرص عالية لتحسين الإنتاجية في إطار التكامل مع بلدان أغادير

التحديات

- تزايد المنافسة على مستوى تصدير المواد الأولية

الرمز	تسمية المنتج
2106	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر
2103	صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة
2104	حساء ومرق ومحضرات اعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- توفر المواد الأولية ونصف المحولة في مصر وبلدان أغادير
- تكلفة العمالة منخفضة ووفرة المهارات الأساسية
- وجود قدرات تقنية ناشئة
- البنية التحتية الأساسية جيدة
- تحسين جودة الأغذية وسلامتها
- وجود إقليمي في بلدان الخليج

مواطن الضعف

- العرض من المواد الأولية المصنعة غير كاف (من حيث الكمية والجودة)
- طاقة استغلال المعدات منخفضة
- نقص في سلسلة التبريد والنقل مما يسبب في زيادة نسبة فاقد ما بعد الحصاد
- مستوى منخفض من حيث نظام الجودة والتتبع Global Gap
- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق بلدان أغادير
- سوق التجزئة غير متطور

- ضعف في التكنولوجيا المستعملة مقارنة بالمنافسة التي تستعمل خطوط إنتاج أوتوماتيكية تغطي كل مراحل الإنتاج ومتخصصة حسب المنتج
- قلة تنوع الإنتاج وخلق منتجات جديدة خصوصا من المنتجات العضوية (البيولوجية)
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- نقص في التنسيق وتبادل المعلومات بين مصدري بلدان أغادير
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- قدرة عالية على استخدام المواد الخام منخفضة التكلفة (الخضروات / الفواكه) للحد من ارتفاع تكاليف التحويل
- إمكانية الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه نحو التصدير في المحضرات الغذائية
- تطور السوق خصوصا مع بلدان أغادير لتحسين الإنتاجية وتحقيق تراكم المنشأ للتصدير للاتحاد الأوروبي

التحديات

- قوة المنافسة من تركيا والصين

2.3 تقرير حول المغرب

يعتبر قطاع الزراعة والصناعات الغذائية قطاعا حيويا في المغرب نظرا لقيمته الاقتصادية ودوره في التوازنات الاجتماعية، فهو ثاني قطاع صناعي (اثر قطاع الكيمياء) حيث يساهم بنسبة 30 % من إجمالي الإنتاج الصناعي، ويساهم في الناتج المحلي الإجمالي من جانبه الزراعي بمعدل 16 % وبنسبة 4 % من جانبه الصناعي، ويشغل قرابة 104000 عامل والذي يمثل 25 % من العمالة (مديرية الدراسات والتوقعات المالية).

ولقد حضى هذا القطاع بحيز كبير صلب السياسات الاقتصادية المغربية خلال العقد الماضي باعتباره مصدرا رئيسيا للدخل والعمالة والأمن الغذائي ومن البرامج الريادية مخطط المغرب الأخضر، وإدراج القطاع ضمن السياسة الصناعية للمغرب والتي تهدف إلى مواجهة المعوقات التي تحد من تطوره محليا وعلى المستوى الخارجي، ووضع حزمة من الإجراءات لفائدة القطاع ضمن الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي.

وقد أدت تلك السياسات إلى ارتفاع الإنتاج الزراعي بنسبة 40% وإلى التوصل إلى ديناميكية في قطاع الصناعات الغذائية خلال هذه الفترة الانتقالية عبر التدرج نحو تثمين العرض الزراعي والتنويع العمودي في التصنيع.

إلا أنه وشأنها في ذلك شأن بلدان جنوب بحر المتوسط، لم تتوصل هذه الصناعات إلى المستوى الذي يمكنها من استغلال الطلب المتزايد على هذه المنتجات في الاتحاد الأوروبي والاستفادة من تنامي سلسلة القيمة العالمية.

ويرجع ذلك بالأساس إلى عدة عوامل منها أداء ووتيرة الصادرات المغربية، وإلى عدم استقرار الميزات التفضيلية للقطاع تحت تأثير المنافسة المتوسطة والمتغيرات الهيكلية للأسواق العالمية، هذا بالإضافة إلى عدم انتظام وتوفر المنتجات الزراعية في غياب سياسة تكاملية مع البلدان العربية خاصة بلدان أغادير في المجال الزراعي مع اعتماد إجراءات حمائية لفائدة القطاع.

1.2.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية

يحتل قطاع الصناعات الغذائية مكانة إستراتيجية في الاقتصاد المغربي من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي ونسبة تشغيل العمالة والتصدير، ومن حيث السياسات الاقتصادية المغربية المنجزة لفائدة هذا القطاع.

البيانات الرئيسية لقطاع الزراعة والصناعات الغذائية (2011)

الوزن في الاقتصاد	
الإسهام في الناتج المحلي الإجمالي	19%
- الصناعات الغذائية	4%
- الزراعة	15%
الإسهام في الصادرات	15.8%
الإسهام في الصناعة	
الإنتاج	29%
شركات الصناعات الغذائية	

العدد	2048
النسبة من عدد الشركات الصناعية	25%
نسبة الشركات الصغيرة جدا	95%

المرجع: الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات

أهم القطاعات التصديرية سنة 2013 (مليون دولار أمريكي)	
خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية، صالحة للأكل البندورة	829 434
فواكه وأثمار صالحة للأكل؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام الحمضيات	699 414
أسماك وقشريات ، رخويات وغيرها من اللافقاريات المائية	987
محضرات أسماك أو قشريات أو رخويات أو لافقاريات مائية أخر	712
محضرات الفواكه والخضر	194
شحوم ودهون وزيوت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها؛ دهون غذائية محضرة	116
بقايا ونفايات صناعات الأغذية أغذية محضرة للحيوانات	115

المرجع: خارطة التجارة TradeMap

2.2.3 بيئة الأعمال

يعزى التطور الاقتصادي بالمغرب خلال العشرية الأخيرة إلى الإرادة السياسية وتطبيق حزمة من الإصلاحات لتحسين بيئة الأعمال، هذا وتبقى التحديات قائمة أمام المغرب من أجل إضفاء ديناميكية على التنمية الاقتصادية والتنافسية والتشغيل. كما أبرزت تحاليل بيئة الأعمال بالمغرب على قربه تدريجيا في بعض المجالات من أفضل الممارسات لبلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD).

وحسب تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي الذي يقوم بمقارنة مناخ الأعمال والاستثمار بين 189 بلدا، فقد تراجع المغرب بثلاث مراتب في سنة 2015 مقارنة بسنة 2014، إذ مر من المرتبة 68 من الترتيب العالمي إلى المرتبة 71، وتجدر الإشارة إلى أن منهجية التقييم قد تغيرت بإدراج "مقياس الاقترب الحد الأعلى للأداء" والذي جعل عدد من البلدان (مثل المغرب) يتراجع في مرتبة سهولة ممارسة أنشطة الأعمال، علما أنه في تقرير سنة 2014 قفز المغرب 16 مرتبة في سلم الترتيب العالمي.

وبصفة عامة فقد حقق المغرب أداء جيد في مجال تسجيل الملكية (+11)، التجارة عبر الحدود (+9) واستخراج تراخيص البناء (+1)، وتراجع في مجال دفع الضرائب (-9)، بدء النشاط التجاري (-7) تسوية حالات الإعسار (-5).

كما أن مقياس الاقترب من الحد الأعلى للأداء والمعدل بالنسبة لسنة 2015 مقارنة بسنة 2014 قد تطور من 64.43 إلى 65.06.

وفيما يلي تفاصيل المؤشرات الواردة في التقرير وبالمقارنة مع أفضل الأداء في العالم

ممارسة الأعمال

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
بدء النشاط التجاري (المرتبة)	54	28	74	زيلندا الجديدة (1)
الإجراءات (العدد)	5.0	5.0	6.0	زيلندا الجديدة (1.0)
الوقت (الأيام)	11	4.5	13	زيلندا الجديد (0.5)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	9.2	0.9	4.6	سلوفينيا (0.5)
الأدنى المدفوع من رأس المال (%) من متوسط الدخل الفردي	0.0	0.0	13.8	اقتصاديات 12 بلدا (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB2015

يبين الجدول السابق أن ترتيب المغرب في مجال بدء النشاط التجاري جيد خاصة فيما يتعلق بعدد الإجراءات فترتيبه يعادل فرنسا وأفضل من اسبانيا لكنه بعيد عن زيلندا الجديدة.

الحصول على الكهرباء

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الكهرباء (المرتبة)	91	60	74	كوريا الجنوبية (1)
الإجراءات (العدد)	5.0	5.0	5.0	اقتصاديات 12 بلدا (3.0)
الوقت (الأيام)	62.0	79.0	85.0	كوريا الجنوبية (18.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	1,974.5	42.9	242.0	اليابان (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB 2015

يبين الجدول السابق أن على المغرب مزيد العمل في مجال الحصول على الكهرباء فهو مؤشر هام بالنسبة للأعمال وذلك مقارنة بأفضل الممارسات في العالم مثل كوريا الجنوبية، إذ اعتمد هذا البلد خدمة المحطة الواحدة للخدمات في الكهرباء لفائدة الشركات صلب المناطق الصناعية وتغطي هذه المحطة الواحدة جميع المراحل اللازمة من الدراسة التقنية الى الانجاز عن طريق شركات معتمدة من السلطات الكورية.

استخراج تراخيص البناء

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التعامل مع استخراج تراخيص البناء التجاري (المرتبة)	54	86	105	هونغ كونغ (1)
الإجراءات (العدد)	12.0	8.0	7.0	هونغ كونغ (5.0)
الوقت (بالأيام)	94.0	183.0	229.0	سنغفورة (26.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	3.7	4.7	5.2	قطر (5.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB 2015

يبين الجدول السابق أن لدى المغرب مرونة كبيرة في مجال التعامل مع استخراج تراخيص البناء فمقياس الاقتراب لديه أفضل من بعض بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، غير أنه على المغرب المزيد من العمل للاقتراب من سنغافورة وقطر وهونغ كونغ الذين يعتمدون نظام المحطة الواحدة.

الحصول على الائتمان

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الائتمان (المرتبة)	104	71	52	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر قوة الحقوق القانونية (10-0)	2	4	5	23 من الاقتصاديات (12)
مؤشر عمق المعلومات الائتمانية (6-0)	6	6	7	23 من اقتصاديات (8)
تغطية السجلات الائتمانية (% من عدد السكان الراشدين)	0.0	44.5	50.0	البرتغال (100.0)
تغطية المراكز الخاصة للمعلومات (% من عدد السكان الراشدين)	21.1	0.0	15.0	23 من الاقتصاديات (100.0)

المراجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

كما هو الحال بالنسبة للبلدان النامية يبقى الحصول على الائتمان من العوائق التي تحول دون تطوير الأنشطة الاقتصادية الخاصة.

التجارة عبر الحدود

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التجارة عبر الحدود (المرتبة)	31	10	30	سنغافورة (1)
عدد المستندات اللازمة لإتمام التصدير	4	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام التصدير	10.0	10.0	10.0	5 اقتصاديات (6.0)
تكلفة التصدير (بالدولار الأمريكي لكل حاوية)	595.0	1,335.0	1,310.0	تيمور الشرقية (410.0)
تكلفة التصدير (دولار أمريكي منكمش لكل حاوية)	595.0	1,335.0	1,310.0	
عدد المستندات اللازمة لإتمام الاستيراد	6	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام الاستيراد (بالأيام)	14.0	11.0	9.0	سنغافورة (4.0)
تكلفة الاستيراد (بالدولار الأمريكي)	970.0	1,445.0	1,400.0	سنغافورة (440.0)

تكلفة الاستيراد (دولار أمريكي منكمش لكل حاوية)	970.0	1,445.0	1,400.0
--	-------	---------	---------

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

ويبرز الجدول السابق أن المغرب قام بتسهيل التجارة عبر الحدود عن طريق الحد من عدد الوثائق المطلوبة للتصدير، فالمدة اللازمة التمام إجراء التصدير مماثلة للبلدان المتقدمة وقريبة لأفضل الممارسات.

حماية المستثمرين الأقلية

المؤشر	المغرب	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
حماية المستثمرين الأقلية (المرتبة)	122	17	30	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر أنظمة تضارب المصالح (0-10)	4.7	5.7	5.3	سنغافورة (9.3)
مؤشر نطاق الحوكمة وحقوق المساهمين (0-10)	4.5	7.8	7.5	فرنسا (7.8)
مؤشر نطاق قوة حماية المستثمرين (0-10)	4.6	6.8	6.4	زيلندا الجديدة (8.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

مرتبة المغرب من حيث مؤشر حماية المستثمرين الأقلية غير مريحة مقارنة بأفضل الممارسات.

3.2.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية

البرامج الإستراتيجية

مخطط المغرب الأخضر أفق 2020

تبنى المغرب منذ سنة 2008 مخطط المغرب الأخضر كإستراتيجية وطنية طموحة تهدف أساسا الى التأهيل المستدام للقطاع الزراعي، وترتكز على دعامتين متكاملتين:

- الركن الأول للمخطط يهدف إلى التسريع من التنمية الفلاحية العصرية المنعشة للاقتصاد الوطني، من خلال أكثر من ألف مشروع جديد ذو قيمة مضافة عالية أو إنتاجية هامة في المنتج الزراعي وفي الصناعات الغذائية، ملائمة لمعايير السوق وباعتماد على الاستثمارات الخاصة.
 - و يهدف الركن الثاني للمخطط لدعم المزارع الصغيرة من خلال إنجاز 545 مشروع لتقوية الفلاحة في المناطق القروية ذات الظروف الصعبة، لرفع إنتاجيتها ولضمان ديمومة الدخل الزراعي.
- ويتوقع ضخ استثمارات كبيرة في إطار هذه الإستراتيجية إلى غاية 2020، عبر أنشطة وكالة التنمية الفلاحية التي تم إحداثها سنة 2008 ومن مهامها اقتراح خطط عمل للسلطات المغربية لتدعيم القطاعات ذات القيمة المضافة العالية.

الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي (2009-2015)

تم إطلاقه كذلك سنة 2008 ومن بين أهدافه تشجيع الاستثمار في الصناعات الغذائية، ويرتكز هذا البرنامج على القطاعات الفرعية التي تتميز بإمكانات تصديرية قوية ونحو أسواق خارجية مستهدفة.

وفي هذا الإطار تمت صياغة إستراتيجية وطنية لتطوير وتنمية الصادرات "Maroc Export Plus" والتي تستهدف من بين القطاعات المحضرات الغذائية وزيت الزيتون. وتستند هذه الإستراتيجية على ثلاث محاور هي :

- استهداف القطاعات والمنتجات ذات الأولوية من أجل توجيه الجهود نحوها والمنبثقة عن المخططات القطاعية
- استهداف الأسواق التقليدية لتدعيم حصة الصادرات المغربية وتنويع الأسواق ذات الإمكانيات القوية
- مرافقة الفاعلين الاقتصاديين ووضع الأدوات الضرورية لتدويلهم.

برنامج العرض المغربي للمستثمرين "Offre Maroc Investisseurs" والذي يهتم بجلب للاستثمارات الأجنبية في القطاعات ذات القدرات التصديرية من بينها محضرات الفواكه والخضر، منتجات الزيتون وزيت الأركان، النباتات الطبية والعطرية.

شبكة الأقطاب التكنولوجية للصناعات الغذائية AGROPOLES

يندرج هذا البرنامج ضمن الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي وتمت برمجة إحداث 6 أقطاب موزعة على الجهات تهدف إلى توفير البنية التحتية والإمكانيات اللوجيستية الحديثة لشركات القطاع، وتدعيم جاذبية الاستثمار للجهات المعنية. ومن مهامها كذلك المزج بين الاستثمارات الصناعية والبحث التكنولوجي لتثمين قطاعات الصناعات الغذائية المستقبلية.

القطب التكنولوجي "مكناس تافيلالت" هو أول قطب نموذجي للصناعات الغذائية تم فتحه سنة 2013 ويتمتع بميزات تفضيلية تخوله أن يلعب دورا هاما في تطوير القطاع ، كما أن موقعه الجغرافي، وسط المغرب، والإمكانات الزراعية تجعلان منه منصة جذب للاستثمارات الوطنية والخارجية، ويمتد في مرحلة أولى على مساحة 130 هكتار، ويهدف على المدى البعيد الى خلق 12000 موطن شغل. ومن أولويات هذا القطب تثمين القطاعات التالية :

- الألبان، الحبوب واللحوم
- زيت الزيتون والخضر والغلل
- الأقطاب التكنولوجية الأخرى بالجهات : بركان، سوس، غرب، الحوز و تدلة.
- كما تمت إقرار عدد من الحوافز للاستثمار في إطار هذه الشبكة وأهما
- منح ومساعدات مالية من طرف صندوق التنمية الفلاحية (FDA)
- الإعفاء من الضرائب على المداخل لمدة خمس سنوات
- التخفيض بنسبة 2,5% من الرسوم الجمركية لمدخلات الإنتاج لأهم القطاعات الفرعية لصناعة البسكويت والشوكولاتة

تطوير الاستثمار

آليات دعم الاستثمار المحلي

علاوة على الحوافز والامتيازات التي أقرت لفائدة القطاع الزراعي، فان ميثاق الاستثمار الذي تم اعتماده سنة 1995 والذي يعتبر من ضمن العناصر المؤسسة لإستراتيجية الدولة لتطوير الاستثمارات الوطنية والخارجية، ينص في فصله السابع عشر على عدد من التشجيعات التي تخص الاستثمار في قطاع الصناعات الغذائية عن طريق صندوق تطوير الاستثمار ونذكر من أهمها :

- دعم بنسبة 20% من تكلفة اقتناء الأرض

- دعم 5% من تكلفة البنية التحتية الخارجية
- دعم بنسبة 20% من تكاليف التدريب
- الشروط من الاستفادة من هذه الحوافز :
- استثمار ما لا يقل على 9.1 مليون يورو
- خلق 250 موطن شغل
- ضمان نقل التكنولوجيا
- المشاركة في الحفاظ على البيئة

هذا بالإضافة طبعاً للحوافز التشجيعية ذات الطابع الجبائي والجمركي.

كما عهد لخمس مؤسسات بنكية لتمويل المشاريع الاستثمارية هي القرض الفلاحي، التجاري وفاء بنك، البنك الشعبي، SGBM ومصرف المغرب.

المؤسسات الصغرى والمتوسطة

تم وضع إستراتيجية جديدة 2014-2015 لتطوير الصناعة والتي تهدف إلى خلق 500.000 موطن شغل، مرور حصة الصناعة من الناتج المحلي الإجمالي من 14% إلى 23% في غضون سنة 2020، وإعادة هيكلة النسيج الصناعي بالاعتماد على الهرم الصناعي والنظام البيئي، والذي سيمكن من تكثيف النسيج الصناعي عبر تحسين القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصغرى والمتوسطة والمؤسسات الصغيرة جداً، والعمل على إدماج القطاعات الموازية من خلال الحوافز المالية والجبائية والتدريب والتي ستمكن من الامتصاص التدريجي للموازي نحو الرسمي. علماً بأن نسبة 95% من الشركات المغربية في المجال الصناعي مكونة من مؤسسات صغرى ومتوسطة.

وقد تم الإعلان عن بعث صندوق التنمية الصناعية لتمويل هذه الإستراتيجية ورصد ميزانية بقيمة 20 مليار درهم مغربي.

بعث الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ANPME والتي تهدف إلى مساندة المؤسسات وتطوير تنافسيتها عبر برنامج "مساندة" وبرنامج "امتياز"

برنامج امتياز: وهو برنامج على شكل مسابقة وطنية مفتوحة للمشاريع ذات الطابع التنموي. وتستفيد الشركات المنتقاة من منحة من الدولة قدرها 20 % من برنامجها الاستثماري في حدود 5 ملايين درهم، وتبقى ملزمة بتمويل مشروعها من مداخلها الخاصة في حدود 20 % أيضاً

برنامج مساندة: يهدف هذا البرنامج إلى مساندة 500 شركة سنوياً في جهودها لتحديث وتحسين منتجاتها، وتطوير المزايا التنافسية بما فيها الجودة، الكلفة واحترام الآجال.

تطوير الاستثمارات الخارجية

كما هو الحال بالنسبة لبلدان مماثلة فقد جاءت سياسة تشجيع الاستثمار بالمغرب عقب عدد من الإصلاحات الاقتصادية، وتعزيز للبنية التحتية الأساسية ودعم للتنمية البشرية جعلت من المغرب بيئة جاذبة للاستثمار. وتسعى السياسة المغربية للاستثمار إلى جعل المغرب واحدة من الوجهات المفضلة للاستثمار الخارجي عبر تنفيذ التدابير ذات الطابع المؤسسي والاقتصادي والتشريعي والتنظيمي.

- وفي ضل إعادة الانتشار الغير مسبوق للأنشطة الاقتصادية الدولية وبالتوازي مع انفتاحه على محيطه الإقليمي والدولي (الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، اتفاقية التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية، والتوقيع على عدد من الاتفاقيات الثنائية ، تحرير التجارة الخارجية) تقدم المغرب الى وضع سياسة لتشجيع الاستثمار تتمحور حول :
- إطار قانوني ومؤسسي محفز للاستثمار الأجنبي والمنصوص عليه أساسا في ميثاق الاستثمار لسنة 1995
 - إستراتيجية جهوية لتنمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة
 - إستراتيجية قطاعية لجلب الاستثمارات

الاستثمارات الخارجية المباشرة في قطاع الصناعات الغذائية

خلال سنتي 2011 و 2012 استطاع المغرب جلب استثمارات أجنبية هامة قدرت بـ 10 مليارات يورو وكان نصيب الصناعات الغذائية الثلث من إجمالي نوايا الاستثمارات الأجنبية المباشرة (مرصد ANIMA-MIPO) متأتية من بلدان الاتحاد الأوروبي بنسبة 70%، تليه بلدان الخليج (10%) والولايات المتحدة (10%).

ومن أهم القطاعات التي استحوذت على مجمل الاستثمارات الأجنبية نجد المشروبات، الخضار والفواكه الطازجة والمحولة، منتجات الصيد البحري. كما نجد اهتماما بقطاعات فرعية أخرى مثل قطاع الألبان ومشتقاتها، وزيت الزيتون.

المؤسسات الفاعلة في قطاع الصناعات الغذائية

- ❖ "الوزارة المنتدبة لدى وزير الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي المكلفة بالتجارة الخارجية" من خلال المركز المغربي لإنعاش الصادرات الذي يسهر على تنفيذ السياسة الوطنية لتنمية الصادرات "Maroc Export Plus"
- ❖ الجامعة الوطنية للصناعات الغذائية FENAGRI التي تمثل القطاع الخاص بالمغرب وتقدم وجهة نظره فيما يتعلق بالسياسات المتبعة لتطوير القطاع، وتشرف على عقود البرامج للصناعات الغذائية، والتي تضم تحت رايته 15 جمعية وجامعة قطاعية، وهي عضو في أهم المجالس الوطنية ذات الطابع الاقتصادي (الاتحاد العام لمقاولات المغرب، الجمعية المغربية للمصدرين ومجلس المنافسة)
- ❖ وزارة الفلاحة والصيد البحري تناط بعهدتها مهمة إعداد وتنفيذ سياسة الحكومة في ميدان الفلاحة و التنمية القروية
- ❖ جامعة صناع مصبرات المنتجات الفلاحية بالمغرب FICOPAM والتي تنضوي تحت الجامعة الوطنية للصناعات الغذائية، والتي تمثل الصناعات التحويلية للمواد الزراعية

❖ الوكالة المغربية لتنمية الاستثمار AMDI

وتنشط هذه الوكالة في إطار الإستراتيجية الوطنية للاستثمار، ومن مهامها التعريف وتنمية العرض المغربي للاستثمار، تاطير وتوجيه المستثمرين الأجانب، إرساء منظومة يقظة فيما يتعلق بممارسات البلدان المنافسة في المجال، اقتراح مخططات لتطوير الاستثمار وتطوير المناطق لتنشيط الصناعة والتجارة وتكنولوجيا المعلومات، تحديد مؤشرات الأداء للاستثمار وتقييم المعوقات أمام تطور الاستثمار.

البنية التحتية للجودة

ينص الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي على تحديث القوانين والمعايير المطبقة على المنتجات الغذائية والمصنعة لضمان الجودة وسلامة المواد والذي خص إجراءات المرافقة التالية :

- اعتماد قوانين تتعلق بالتحقق واقتفاء الأثر والتي تضبط معايير صارمة من حيث وضع العلامات التي تنص على المنشأ الجغرافي وجودة المنتج. وقد مكنت العلامات المميزة للجودة من اعتراف أفضل للمنتجات المحلية بالأسواق العالمية.

- في سنة 2009 تم بعث المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية ONSSA والذي مكن عبر شبكته الجهوية من وضع البنية التحتية الملائمة لتطبيق هذا التمشي النوعي. كما إن شهادة طرق مراقبة الجودة للهياكل المركزية والجهوية والمحلية تعتمد على المعايير الدولية NM ISO والمكتب الدولي للأوبئة الحيوانية OIE والهيئة المشتركة للدستور الغذائي Codex Alimentarius.
- وقد طور المعهد المغربي للمواصفات IMANOR نظاما وطنيا للشهادة للخدمات والمنتجات للشركات والمؤسسات المغربية مطابقا للمعايير الدولية .
- وبطلب من الشركات المغربية، قام المعهد المغربي للمواصفات بتطوير العلامة المميزة "حلال" لمواكبة الطلب المتزايد من هذه المنتجات على المستوى العالمي، والذي ستمكن شركات القطاع من كسب ثقة المستهلكين وتحسين نظام التتبع واقتفاء الأثر ، فالمواصفة رقم NM 08.0.800 هي التي تحدد ضروريات المنتجات الحلال ومرجعيتها في الغرض منظمة المؤتمر الإسلامي.

تقييم اللوجيستية في المغرب

تتضمن المخططات الحكومية خلال الفترة 2008-2012 تعزيز اللوجيستية التنافسية للاقتصاد المغربي والتي تعتمد على المحاور التالية:

- تأهيل قطاع الخدمات اللوجيستية في المغرب
 - الإصلاحات والتحري في قطاع النقل (البري، البحري والجوي)
 - تطوير البنية التحتية لقطاع النقل (طرق سيارة، الموانئ البحرية والجوية، سكك الحديد)
- وتأتي السياسة الوطنية لتعزيز التنافسية اللوجيستية كحجرة الزاوية للاستراتيجيات الأخرى (المغرب الأخضر، الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي، مخطط رواج...)

النقل البحري

يمثل عامل نقل البضائع أهم عائق أمام تطوير التجارة البينية لدول اتفاقية أغادير، إذ أن الخطوط البحرية بين البلدان ليست متطورة:

- وبالرجوع إلى الدراسة التي أنجزتها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير حول التقليل في تكلفة النقل بين بلدان أغادير، والتي خلصت إلى أن تكلفة النقل عالية جدا بين البلدان وأن آجال إيصال البضائع كبيرة، مما يؤثر سلبا على نسق المبادلات التجارية
- الخط المباشر بين تونس والمغرب لم يكن ذو جدوى بسبب نقص في البضائع عند العودة. وتم تعويض الخط بخط آخر يمر عبر موانئ أوروبية وهو من شأنه أن يزيد في تكلفة الشحن.
- التبادل البحري عبر الحاويات المبردة غير منتظم ومكلف بسبب إعادة الشحن بالموانئ الأوروبية

مسالك التوزيع: مخطط رواج

يهدف مخطط " رواج " إلى النهوض بقطاع التجارة الداخلية، وتأهيل مختلف مكوناتها والرفع من أدائها في أفق سنة 2020، وخلق صندوق لتنمية التجارة يهدف بالأساس إلى ترقية وتأهيل نشاط صغار التجار . وتقوم التوجهات الإستراتيجية لمخطط "رواج" على تعزيز التكامل بين مختلف فروع الأنشطة التجارية لجعل قطاع التجارة والتوزيع قطاعا فعالا يستجيب لمتطلبات المستهلكين، ويتعلق بتجارة القرب، الفضاءات التجارية العصرية الكبيرة والمتوسطة وأسواق الجملة.

استراتيجية المغرب في مجال اللوجستية

تم إرساء الإستراتيجية الوطنية لتعزيز التنافسية اللوجستية سنة 2010 وتمتد إلى غاية سنة 2015، في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وهو عبارة عن عقد برنامج بين الدولة والاتحاد العام لمقاولات المغرب (CGEM) وبناء على تقرير مشترك بين وزارة التجهيز والنقل والبنك العالمي تم إعداده سنة 2006، كما تم اعتماد هذه الإستراتيجية على اثر الدراسة التي تم إعدادها سنة 2008 من طرف مكتب الدراسات ماكنزي Cabinet Mc kinsey والتي تم عرضها على المغرب كخطة عمل طموحة وتتبنى الأهداف الإستراتيجية التالية : تحسين التجارة الخارجية مع الاتحاد الأوروبي والتشجيع على بروز قطاع الخدمات اللوجيستية المغربية.

وتأتي السياسة الوطنية لتعزيز التنافسية اللوجيستية كحجرة الزاوية للاستراتيجيات القطاعية الأخرى والمتمثلة في:

- القطاع الزراعي عبر مخطط المغرب الأخضر
 - القطاع الزراعي عبر الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي
 - مخطط الصيد البحري هاليوتس Halieutis
 - المخطط الطاقوي
 - تطوير التجارة الداخلية عبر مخطط رواج
- وبذلك تكتمل التنافسية الكلية للاقتصاد المغربي عبر عنصرين متكاملين : القدرة التنافسية الإنتاجية وتنمية التنافسية اللوجيستية

❖ محاور الإستراتيجية

تقوم الإستراتيجية الوطنية لتطوير الأنشطة اللوجستية، على خمسة محاور رئيسية، تهم على التوالي :

- تطوير شبكة وطنية مندمجة للمحطات اللوجيستية،
- ترشيد وتجميع تدفق البضائع،
- تأهيل وتشجيع بروز فاعلين لوجستيين مندمجين،
- تنمية الموارد البشرية من خلال مخطط وطني للتكوين في مهن اللوجيستية،
- إحداث إطار للحكم الرشيد للقطاع مع اتخاذ التدابير التنظيمية الملائمة .

❖ الأهداف و النتائج العامة المتوقعة

- التخفيض في كلفة اللوجيستية من الناتج المحلي الإجمالي من 20% إلى 15% في غضون سنة 2015 لفائدة المستهلكين وتنافسية الفاعلين الاقتصاديين
- الرفع من نمو الناتج الداخلي الخام من خلال تحسين القيمة المضافة بفعل تخفيض الكلفة اللوجيستية من خلال بروز قطاع لوجستي منافس واندماج الفاعلين في مجال اللوجيستية ومنصات خدمية ذات أداء عالي وتشكل مراكز حقيقية لتحقيق القيمة المضافة، إذ يتوقع تحقيق نمو إضافي بنسبة 0.5 إلى 0.7% سنويا من الناتج المحلي الداخلي (15 إلى 20 مليار درهم)
- المساهمة في التنمية المستدامة بالمغرب عبر التقليل من الآثار الجانبية البيئية (التقليل في عدد الأطنان/بالكلم وفي نسبة انبعاث ثاني أكسيد الكربون)

❖ آليات تنفيذ الإستراتيجية الوطنية المندمجة لتعزيز التنافسية اللوجيستية

من الجانب المؤسسي تم إحداث الوكالة المغربية لتنمية الأنشطة اللوجيستية AMDL في سنة 2011 والتي تعنى بتنفيذ الإستراتيجية المندمجة لتنمية التنافسية اللوجيستية بميزانية ممولة من الدولة بنسبة 100%، وتتكفل بما يلي:

إنجاز الدراسات الإستراتيجية ومخططات العمل الرامية إلى تنمية الأنشطة اللوجستية.

- ✓ إعداد مخطط توجيهي لمناطق هذه الأنشطة
- ✓ إعداد الدراسات المتعلقة بمشاريع مناطق الأنشطة
- ✓ البحث عن الوعاء العقاري وتحديد بغية تخصيصه لتنمية المناطق التي ستقام فيها الأنشطة اللوجستية.
- ✓ إحداث وتنمية هذه المناطق.
- ✓ تنفيذ سياسة الحكومة في مجال تشجيع ظهور متعهدين مندمجين في مجال هذه الأنشطة.
- ✓ المشاركة مع السلطات الحكومية المعنية في وضع مخططات التكوين في ميدان الأنشطة اللوجستية.
- ✓ السهر على تتبع مستوى فعالية وأداء الخدمات اللوجستية وقياسها.
- ✓ تقديم المقترحات للحكومة لتطوير النصوص التشريعية والتنظيمية التي من شأنها النهوض بالعرض الوطني في قطاع الأنشطة اللوجستية، وتنظيم مهنة المتعهد في القطاع.

كل المحاور الخمس المذكورة أعلاه ستساهم في تنمية التجارة الداخلية والخارجية والرفع من تنافسية المنتج المغربي الموجه نحو الأسواق العالمية، وسيتم التركيز فيما يلي على المحور الأول الذي يتصل مباشرة بالمنتجات الزراعية وهو "شبكة وطنية مندمجة للمحطات اللوجستية Multi-flow logistical zones"

❖ **شبكة وطنية مندمجة للمحطات اللوجستية Multi-flow logistical zones**

يستند الاستغلال الأمثل وتجميع تدفقات الخدمات اللوجستية على إحداث شبكة من المحطات (المنصات) اللوجستية لجمع وتوزيع البضائع باعتبارها مراكز لإحداث قيمة لوجيستية حقيقية، تكون على مقربة من الفاعلين الاقتصاديين والمستهلكين يتم استغلالها للتركيز والتحكم في التدفقات الضرورية لتطوير عرض خدمي منافس وذو قيمة مضافة عالية. ويتم تطوير شبكة المحطات اللوجستية عبر وضع مخطط وطني مندمج متمثل في مناطق للأنشطة اللوجستية تضم واحد أو أصناف من المنصات (المحطات) التالية:

- منصات الحاويات Containers Platforms
 - منصات التوزيع وتقديم الخدمات اللوجستية للغير Distribution Platforms & Outsourcing Logistics
 - منصات متخصصة في تجارة المنتجات الزراعية Agro-Trade Platforms
 - منصات مواد البناء
 - منصات الحبوب
- وتتعهد الدولة بتوفير المساحات العقارية وضمان ربط الصلة مع شبكة البنية التحتية الكبرى (طرق، سيارات، خطوط سكك حديدية...)

منصات متخصصة في تجارة المنتجات الزراعية Agro-Trade Platforms

إن منصات الخدمات اللوجستية و التسويق التي تم خلقها في العديد من الجهات لتعزيز الجانب اللوجستي و التسويق للمنتجات الزراعية ، تهدف إلى تطوير البنية التحتية و الخدمات اللوجستية مما يسمح للمستثمرين من استغلال الفرص المتاحة لربط المنتجين و مجموعات المزارعين بالأسواق المحلية و الدولية.

كما تساهم في ترشيد تجارة المواد الأولية من المنتجات الزراعية بين أحواض الإنتاج والاستهلاك، وتمثل بذلك نقطة عبور للمنتجات وبورصات حقيقية للمواد الزراعية والبنية التحتية (التخزين، وتجهيزات التبريد...) والعديد من الخدمات (المناولة، مراقبة

الجودة والتتبع، الخدمات البنكية والإدارية...)، كما ستساهم في تقليص وتوحيد أسعار التسويق للمنتجات الزراعية وضمان استمرارية سلسلة التبريد ومنها التخفيض في نسبة فاقد ما بعد الحصاد.

الحاجيات من المساحات العقارية الجمالية المستهدفة لهذا البرنامج قدرت 540 هكتار في أفق 2015 و725 هكتار في أفق سنة 2030، وبصفة عامة فإن هذه المنصات اللوجستية المتخصصة في المنتجات الزراعية تكون مدعومة بمنطقة للأنشطة الاقتصادية متعددة الأوجه ومتعددة الصناعات، غير بعيدة من الموانئ البحرية أو مناطق الإنتاج، وتحتاج إلى عدد من الخدمات الجماعية الخصوصية : 1) الجمارك ومصالح مراقبة الجودة والصحة النباتية 2) النفاذ إلى نظم المعلومات 3) النفاذ إلى التدريب بالنسبة للمهن الأساسية 4) تواجد سوق للعمالة والعمالة المؤقتة 5) تواجد المعدات المتخصصة (المناولة، التعبئة والتغليف، سلسلة التبريد...) 6) النفاذ إلى خدمات التصرف في الحاويات، وصيانة التخزين بالبارد، وإصلاح المركبات ومحطات الخدمة والمطاعم، والتأمين، والأعمال المصرفية، والخدمات الطبية.

ويتم انجاز هذه المحطات اللوجستية على أربع مراحل متتالية :

- 1) إعداد عقود التنفيذ الجهوية مع مختلف الأطراف المعنية
- 2) دراسة السوق وهيكل المشروع على المدى المتوسط
- 3) انجاز المشروع
- 4) استغلال المحطات (المنصات)

❖ الشبكة الأوروبية متوسطة للمحطات اللوجستية LOGISMED

لوجيسماد هي مبادرة من البنك الأوروبي للاستثمار لتطوير قطاع اللوجستية بالبلدان المتوسطية الشريكة والتي تهتم بإحداث شبكة من المنصات اللوجستية المتوسطية ذات خصوصيات محددة تهدف إلى إرساء منطقة للتبادل الحر أورو متوسطية، وعلى مستوى بلدان أغادير فقد انضمت إلى هذه المبادرة كل من المغرب ومصر وتونس.

ويتم تمويل هذه المبادرة عن طريق ذراع البنك الأوروبي وهو المرفق الأوروبي للاستثمار والشراكة Facility for Euro-Mediterranean Investment and Partnership FEMIP.

❖ مؤشر أداء الخدمات اللوجستية

في تقرير للبنك العالمي حول أداء الخدمات اللوجستية Coonecting to Compete لسنة 2014 فقد احتل المغرب المرتبة 62 من بين 162 بلدا في مؤشر أداء الخدمات اللوجستية Logistics Performance Index وبذلك قفز المغرب بـ 32 مرتبة منذ سنة 2007. ويتكون هذا المؤشر من المتوسط المرجح لستة أبعاد هي:

- فاعلية إجراءات المراقبة في الحدود (السرعة، التبسيط، ...)
- جودة البنية التحتية للنقل والتجارة (موانئ، سكك حديدية، طرقات، تكنولوجيا المعلومات...)
- تنافسية سعر نقل البضائع
- كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية
- القدرة على ضمان ومتابعة الشحنة
- القدرة على ضمان إيصال الشحنات في مواعيدها

4.2.3 خلاصة البحث الميداني

تم انجاز عدد من الزيارات واستقصاء 12 شركة تصديرية عاملة في قطاع الصناعات الغذائية، كعينة ممثلة للقطاع وذلك باعتماد عدد من المؤشرات بهدف تقييم طاقاتها الإنتاجية، وموقعها من الصادرات في التجارة البينية وباتجاه الاتحاد الأوروبي، وتحديد المحاور التي يستوجب التركيز عليها لتطوير قطاع الصناعات لغذائية.

المعيار	محلّي	بلدان أغادير	الاتحاد الأوروبي	أمريكا الشمالية (الكندا والولايات المتحدة الأمريكية)	أمريكا اللاتينية	بلدان غرب أفريقيا	البلدان العربية
منشأ المدخلات	10		5	3	3	1	1
وجهات الصادرات		3	10		8	5	

المعيار	نعم	لا
المساعدة للتدريب المهني	7	5
شهادات الجودة	12	
الخدمات اللوجستية الكافية	9	3
دعم الصادرات	11	1
الحصول على الانتماء	7	5
معرفة تراكم المنشأ	6	6
العوائق الغير جمركية	10	2

المرجع: عينة مكونة 12 شركة

- ✓ يلاحظ أن كل الشركات لها مدخلات إنتاج محلية، وبصفة ثانوية من الاتحاد الأوروبي أو الأمريكتان (القمح، الصويا، مركزات فواكه)
- ✓ عمليات التصدير للشركات المعنية موجهة بالأساس نحو الاتحاد الأوروبي وبلدان أفريقيا الغربية. بلدان أغادير متواجدة فقط في 25% من الحالات التي شملها الاستطلاع (بالأساس تونس والأردن).
- ✓ 41% من الشركات أبدت ضرورة المساندة للتدريب المهني، ويتصل هذا العامل بحجم الشركات التي شملها الاستطلاع. ويعتبر جانب التدريب عامل أساسي بالنسبة للشركات العاملة خارج المدن الكبرى.
- ✓ كل الشركات التي شملها الاستطلاع لها شهادات الجودة. واعتبرت أن الكلفة تحد من الحصول على هذه الشهادات.
- ✓ النقائص اللوجيستية مذكورة بنسبة 25% من الحالات. ويجب الملاحظة أن جل صادرات هذه الشركات تتم على أساس التسليم من أرض المصنع أو التسليم على ظهر الباخرة عن طريق وكلاء وليست لديها تقييم واضح حول إشكاليات الشحن البحري.
- ✓ معظم الشركات ذكرت حصولها على الدعم عند التصدير تحت طرق مختلفة.

- ✓ النقص في النفاذ إلى مصادر التمويل (تمويل الصادرات، تأمين المدفوعات، تأمين المخاطر المناخية، تمويل المواسم الزراعية) تم ذكره في 42% من الحالات والذي خص أكثر الشركات الصغرى والمتوسطة مقابل الشركات الفرعية للمجمعات الكبرى.
- ✓ نفس الاستنتاج السابق يطبق على المعرفة بتراكم المنشأ في إطار أغادير: فقط نصف الشركات على علم بالاتفاقية ولكنها ليست لديها المعرفة الدقيقة بتراكم المنشأ باعتبار أن العمليات التصديرية تتم خارج منطق التكامل
- ✓ ذكرت نسبة كبيرة من الشركات أنها تأثرت من العوائق الغير جمركية.

5.2.3 تحليل SWOT لكل القطاعات الفرعية

مواطن القوة

- مناخ جيد للإنتاج الزراعي و طاقة إنتاجية في ازدياد
- قدرات تقنية للتخزين بالبارد
- تحسين بيئة الأعمال على نحو متزايد مثل الحوافز الضريبية للمصدرين والمستثمرين وتحسين الأنظمة الجمركية في اطار مخطط المغرب الأخضر
- تكلفة العمالة منخفضة و وفرة العمالة الماهرة.
- خطوط شحن بحري مباشرة نحو الاتحاد الأوروبي
- تحسين الجودة واعتماد نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة HACCP في الصناعات الغذائية في السنوات الماضية.

مواطن الضعف

- عدم انتظام الإنتاج من المواد الخام
- نقص في سلسلة النقل المبرد على مستوى النقل الجوي والبحري خاصة باتجاه بلدان أغادير وبلدان غرب إفريقيا
- نقص في المعلومات التجارية حول أغادير
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.

الفرص

- قدرات تصديرية وجالبة للاستثمار الأجنبي في مجال الصناعات الغذائية.
- فرص عالية لتحسين الإنتاجية متى وقع التكامل مع بلدان أغادير
- تزايد عدد السكان في المناطق الحضرية (التوعية الصحية وارتفاع الدخل)
- القرب من الأسواق الأوروبية وأسواق أفريقيا الغربية

التحديات

- منافسة البلدان الصاعدة (تركيا والهند والصين)

6.2.3 التحليل الرباعي SWOT للقطاعات الفرعية

سيعتمد في التحاليل على بيانات خريطة التجارة TRADEMAP والمستندة على إحصائيات COMTRADE الراجع بالنظر للأمم المتحدة، وعلى أساس مختلف اللقاءات التي أجريت مع الشركات المغربية العاملة في القطاع التي شملت 12 شركة (الاستبيان ضمن الملاحق) وكذلك ممثلي رجال الأعمال من القطاع الخاص.

الخضروات والفواكه

كان تأثير مخطط المغرب الأخضر واضحا على نسق الإنتاج الزراعي إذ بينت النتائج الأولية لهذه السياسات تطور الإنتاج الزراعي بنسبة 40% خلال الفترة 2008-2012، مما مكن في الزيادة في نسق قيمة صادرات الخضار بنسبة 8%، وصادرات الفواكه بنسبة 7% خلال الفترة 2009-2013. هذا وقد بلغت قيمة الصادرات المغربية من هذه المنتجات 1528 مليون دولار خلال سنة 2013.

تمثلت صادرات المغرب من الخضار أساسا في : البندورة (الطماطم) والخضار الطازجة والمبردة والبقوليات المفصصة أو الغير مفصصة، مع فائض للميزان التجاري بالنسبة لهذه الفئة من المنتجات في سنة 2013. وكانت أهم الوجهات التصديرية هي فرنسا (50.4%) ثم اسبانيا (8.2%). أما فيمت يتعلق بالفواكه فقد تمثلت أساسا في الحمضيات (أهم الوجهات التصديرية هي فرنسا وروسيا) والفراولة والأفوكادو والشمام واللوز والتين والفواكه المجمدة.

المنتجات القيادية

قرابة 70% من قيمة الصادرات المغربية من الخضار والفواكه مكونة من البندورة (الطماطم) والحمضيات وبذلك تعتبر من المنتجات القيادية في هيكله المنتجات المصدرة.

الرمز	تسمية المنتج
0702	البندورة الطازجة أو مبردة

البندورة : نسبة نمو صادرات هذا المنتج 11% خلال الفترة 2009-2013 وحصة المغرب من الصادرات العالمية 5%. ويلعب هذا القطاع دورا اقتصاديا واجتماعيا ويولد نسبة مهمة من العائدات، ولهذا القطاع ميزات تفضيلية كبيرة تخوله أن يلعب دورا كبيرا في منظومة التصدير.

العناصر الرئيسية لتحليل SWOT (مواطن القوة، مواطن الضعف، الفرص والتهديدات) هي كالآتي:

مواطن القوة

- مناخ جيد للإنتاج
- طاقة إنتاجية كبيرة تمتد كامل السنة (منطقة دخلة)
- تاطير جيد للإنتاج، تكلفة إنتاج منافسة وعمالة ماهرة
- اندماج عمودي بين المنتجين والمصدرين (عقود الإنتاج)
- تحسين بيئة الأعمال على نحو متزايد مثل الحوافز الضريبية للمستثمرين وتحسين الأنظمة الجمركية في اطار مخطط المغرب الأخضر

مواطن الضعف

- قطاع معرض إلى موجات البرد (شرقي) التي تأخر من نضج المنتج وتأثيره على التعاقدات

- كلفة عالية لمدخلات الإنتاج
- أغلبية التصدير على الإنتاج الطازج نسبة قليلة موجهة للتحويل (وجود صناعات مشتقة ذات قيمة مضافة)
- 85% من الصادرات مركزة على الاتحاد الأوروبي

الفرص

- تطور الطلب العالمي على المنتج (7 ملايين طن سنة 2010)
- تواجد فرص تصديرية خارج الاتحاد الأوروبي (روسيا)
- الزيادة في حصص المغرب من تصدير البندورة نحو الاتحاد الأوروبي (39%+) بداية من 2015
- القرب النسبي من المنصات التجارية
- الطلب من هذا المنتج لكل ما هو مجمد وهريس ومحفوظ

التهديدات

- نظام الحصص على المستوردات من الاتحاد الأوروبي
- المنافسة الشديدة صلب الاتحاد الأوروبي (اسبانيا، تركيا)
- الدعم المالي المباشر للمنتج (إغراق) من طرف البلدان المنافسة
- عائق مدة إيصال البضاعة إلى الأسواق
- المنافسة الداخلية وارتفاع الطلب الداخلي على اثر ارتفاع الطاقة الشرائية للمواطن المغربي
- انجازات المغرب الأخضر لن تكتمل ثمارها دون الاستغلال الأمثل للزيادة في الطاقة الإنتاجية عبر الاستثمار في مجالات ذات قيمة مضافة عالية

الرمز	تسمية المنتج
0805	حمضيات، طازجة أو مجففة.

الحمضيات: نسبة نمو صادرات هذا المنتج خلال الفترة 2009-2013 سالبة 1%- وحصة المغرب من الصادرات العالمية 4.1%. ويلعب هذا القطاع دورا اقتصاديا واجتماعيا، وأن نسبة صادرات الحمضيات من المنتجات الزراعية الطازجة تمثل 31%. وأهم الوجهات التصديرية هي فرنسا وروسيا.

العناصر الرئيسية لتحليل SWOT (مواطن القوة، مواطن الضعف، الفرص والتهديدات) هي كالآتي:

مواطن القوة

- مناخ جيد للإنتاج
- طاقة إنتاجية في ازدياد
- مزايا نسبية كبيرة وقيمة مضافة
- تاطير جيد للإنتاج، تكلفة إنتاج منافسة وعمالة ماهرة
- اندماج عمودي بين المنتجين والمصدرين (عقود الإنتاج)
- تحسين بيئة الأعمال على نحو متزايد مثل الحوافز الضريبية للمصدرين والمستثمرين وتحسين الأنظمة الجمركية في اطار مخطط المغرب الأخضر

مواطن الضعف

- كلفة عالية لمدخلات الإنتاج

- عدم استغلال الطاقة القصوى للتجهيزات والمعدات
- تباطاً في نسق الصادرات في السنوات الأخيرة
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية

الفرص

- عدم الوصول إلى تحقيق الحصة الممنوحة من الاتحاد الأوروبي
- فرص تجارية خارج الاتحاد الأوروبي (بلدان الخليج)

التحديات

- زيادة في حصة صادرات بلدان المنافسة صلب الاتحاد الأوروبي (اسبانيا، تركيا)
- الدعم المالي المباشر للمنتج (إغراق) من طرف البلدان المنافسة
- تقلص الجدوى من التصدير نحو الاتحاد الأوروبي
- صعوبة في التأقلم مع متغيرات الأسواق التصديرية

المحضرات الغذائية من الفواكه والخضر

الرمز	تسمية المنتج
2005	زيتون محضر أو محفوظ بغير الخل أو حمض الخليك غير محمّد

توجد بالمغرب 68 وحدة إنتاجية حديثة لإنتاج زيتون الطاولة والتي تمثل طاقة إنتاجية سنوية تتاهز 190.000 طن سنوياً، وتحثل المغرب المرتبة الرابعة في الصادرات العالمية خلف اسبانيا واليونان والأرجنتين.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- مناخ جيد للإنتاج المواد الخام من الزيتون
- تحسن أنواع الزيتون وتزايد الأراضي الزراعية لإنتاج الزيتون في إطار مخطط المغرب الأخضر

مواطن الضعف

- طاقة استغلال المعدات ضعيفة لدى الوحدات الإنتاجية الحديثة
- نسبة من إنتاج زيتون الطاولة يتم توفيره من القطاع التقليدي وهو موجه الى الاستهلاك الداخلي
- عدم انتظام العرض من الزيتون الخام وبالنوعية الجيدة
- طرق جمع الزيتون تؤثر سلباً على النوعية
- تعدد الوسطاء للتزود من الزيتون الخام
- مستوى منخفض من حيث نظام الجودة والتتبع Global Gap
- نسبة من صادرات زيتون الطاولة في عبوات كبيرة (50 كغ) ويعتبر ذلك خسارة من القيمة المضافة
- سيطرة القطاع الموازي على قطاع إنتاج زيتون الطاولة
- التوزيع في السوق المحلي عبر المسالك التقليدية وليس عبر المساحات الكبرى التي تفرض الجودة والنوعية
- عدم توفر الزجاجات عالية الجودة لتعبئة زيتون الطاولة والتي تمكن من تصدير هذا المنتج نحو الأسواق الأوروبية

- عدم التنوع في مجال تحويل زيتون الطاولة استجابة لتغيرات الأسواق مثل الزيتون المحشو، الزيتون من غير نواة والمرغوب من طرف شبكات المطاعم السريعة، والزيتون المخلل مع زيت الزيتون والأعشاب والبهارات.
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية

الفرص

- التصدير إلى الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة من دون جمارك
- السمعة الجيدة لزيتون الطاولة المغربي بالخارج
- وجود حوافز وتشجيعات للاستثمار
- ازدياد الطلب على زيتون الطاولة بالأسواق العالمية

التحديات

- اقتصار الصادرات من زيت الزيتون على السوق الأوروبية

الرمز	تسمية المنتج
0710	الخضروات المجمدة
0811	الفواكه المجمدة
2002	البندورة المحضرة أو المحفوظة

- نسب تطور صادرات البطاطس والبازيلاء المجمدة أكبر من نسب نمو المستوردات العالمية، في حين أن صادرات الخليلج من الخضر لم تتطور مع عجز في الميزان التجاري.
- تطور الصادرات المغربية من الفراولة والفواكه الحمراء المجمدة أكبر من تطور الطلب العالمي. المغرب هو خامس مصدر على المستوى العالمي.
- تطور الصادرات المغربية من البندورة المحضرة أو المحفوظة أكبر من تطور الطلب العالمي على المنتج، ويحتل المغرب المرتبة 15 في ترتيب التزويد العالمي.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- مناخ جيد لإنتاج هذا النوع من الزراعات
- وفرة العمالة الماهرة والتكلفة منخفضة
- قدرات تقنية للتخزين بالبارد
- جانب الصحة والجودة في تطور مستمر

مواطن الضعف

- العرض من المواد الأولية غير كاف (من حيث الكمية والجودة) وهو ناتج عن صغر الضيعات (85% من عدد الضيعات)
- عدم انتظام الإنتاج من المواد الخام بالإضافة إلى النسبة الكبيرة لفقد ما بعد الحصاد
- مستوى منخفض من حيث نظام الجودة والتتبع Global Gap

- طاقة الاستغلال والمستوى التكنولوجي للتجهيزات منخفضة
- تكلفة عالية لمعدات التبريد (نقص في التمويلات)
- نقص في سلسلة النقل المبرد على مستوى النقل الجوي والبحري خاصة باتجاه بلدان أغادير وبلدان غرب إفريقيا
- نقص في المعلومات التجارية حول أغادير
- نقص في أنشطة التجديد
- نقص في تداول المعلومات بين المصدرين في بلدان أغادير
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية

الفرص

- قدرات تصديرية وجالبة للاستثمار الأجنبي في مجال تحويل الخضروات مثل البطاطس، البندورة، خليط الخضر و البازيلاء وتحويل الفواكه مثل الفراولة، توت العليق، التوت والرمان والمشمش والبطيخ والتين.
- فرص عالية لتحسين الإنتاجية متى وقع التكامل مع بلدان أغادير
- تزايد عدد السكان في المناطق الحضرية (التوعية الصحية وارتفاع الدخل)
- القرب من الأسواق الأوروبية وأسواق أفريقيا الغربية

التهديدات

- الدعم الأوروبي للمنتجات الأولية الزراعية يؤثر على المنافسة في السواق الأوروبية
- منافسة البلدان الصاعدة (تركيا والهند والصين)

الرمز	تسمية المنتج
1211	الأعشاب الطبية

- نمو الصادرات المغربية من الأعشاب الطبية في ازدياد لكنه أقل وتيرة من النمو العالمي، و يحتل المغرب المرتبة 13 من الترتيب العالمي للمصدرين.
- فرنسا، اسبانيا، الولايات المتحدة الأمريكية وبلجيكا هي أهم البلدان المستوردة للأعشاب الطبية، ويمثلون نسبة 64.1% من الطلب العالمي.تراجعت الصادرات المغربية نحو فرنسا وتطورت بصفة كبيرة نحو اسبانيا.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- تنامي الإنتاج من الأعشاب الطبية
- تنوع الإنتاج و تزايد الضيعات التجارية
- توفر الضيعات على اثر سياسة مخطط المغرب الأخضر

مواطن الضعف

- العرض من المواد الأولية غير كاف (من حيث الكمية والجودة) وهو ناتج عن صغر الضيعات والشركات التحويلية
- نقص في الشهادات المتعلقة بالمنتج العضوي
- انخفاض مستوى التدريب نظرا لصعوبة الوصول إلى المناطق النائية والجبلية
- انخفاض نسبة الاستغلال للقدرات

- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق أغادير
- ارتفاع تكلفة التسليم إلى السوق المحلية، نظرا لبُعدها من المناطق الزراعية
- قلة الأبحاث لتطوير أصناف جديدة، إذ يقتصر الإنتاج على مستوى التجفيف
- إنتاجية منخفضة بسبب قدم المعدات
- ضعف المؤسسات التي تعنى بتطوير التكنولوجيا والبحوث في القطاع
- نقص في التنسيق بين المصدرين وتبادل المعلومات بين مصدري بلدان أغادير
- ليست هناك خطط تمويل
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- الطلب المتزايد على المستوى العالمي
- قدرات تصديرية وجالبة للاستثمار الأجنبي في مجال الأعشاب الطبية
- الدعم الحكومي والمنح عبر مخطط المغرب الأخضر
- فرص عالية لتحسين الإنتاجية في إطار التكامل مع بلدان أغادير

التحديات

- تزايد المنافسة على مستوى تصدير المواد الأولية

الرمز	تسمية المنتج
21	المحضرّات الغذائية المتنوعة

- الصادرات المغربية من المحضرّات الغذائية دون المستوى بالمقارنة مع نمو السوق العالمي. ومع ذلك، فإن المنتج الرئيسي هو تحت الرمز 2106 مع نمو متواضع بنسبة 6% وعجز في الميزان التجاري، كما يحتل المغرب المرتبة 63 على المستوى العالمي.
- ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا هي أهم البلدان المستوردة وبنسبة 58.5% من الطلب. وتجدر الإشارة إلى أن مصر تستورد نسبة 3.9% وبنسبة نمو هامة. كذلك بلدان غرب إفريقيا تستورد هذه المنتجات من المغرب.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- توفر المواد الأولية ونصف المحولة بالمغرب وبلدان أغادير
- تكلفة العمالة منخفضة ووفرة المهارات الأساسية
- وجود قدرات تقنية ناشئة
- البنية التحتية الأساسية جيدة
- تحسين جودة الأغذية وسلامتها
- وجود إقليمي في غرب أفريقيا وأوروبا
- نداء للعملاء المحليين والإقليميين

مواطن الضعف

- العرض من المواد الأولية المصنعة غير كاف (من حيث الكمية والجودة)
- طاقة استغلال المعدات منخفضة
- نقص في سلسلة التبريد والنقل مما يسبب في زيادة نسبة فاقد ما بعد الحصاد
- نقص في النقل البحري والجوي باتجاه غرب أفريقيا وخاصة بلدان أغادير
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق بلدان أغادير
- سوق التجزئة غير متطور
- ضعف في التكنولوجيا المستعملة مقارنة بالمنافسة التي تستعمل خطوط إنتاج أوتوماتيكية تغطي كل مراحل الإنتاج ومتخصصة حسب المنتج
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- قلة تنوع الإنتاج وخلق منتجات جديدة خصوصا من المنتجات العضوية (البيولوجية)
- نقص في التنسيق وتبادل المعلومات بين مصدري بلدان أغادير
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- قدرة عالية على استخدام المواد الخام منخفضة التكلفة (الخضروات / الفواكه) للحد من ارتفاع تكاليف التحويل
- إمكانية الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه نحو التصدير في المحضرات الغذائية
- تطور السوق خصوصا مع بلدان أغادير لتحسين الإنتاجية وتحقيق تراكم المنشأ للتصدير للاتحاد الأوروبي

التحديات

- قوة المنافسة من تركيا والصين

الرمز	تسمية المنتج
1905	البسكويت

- ان نسبة نمو الصادرات من البسكويت أقل من نسبة النمو العالمي، باستثناء المنتج " فطائر ذات ترابيع مجوفة (ويفرز)" الذي سجل نسبة نمو مرتفعة 32% ويحتل بذلك المغرب المرتبة 76 عالميا. وتجدر الإشارة إلى ان هذا القطاع يشهد عجزا في الميزان التجارة .
- أهم المستوردين من هذه المنتجات هي بلدان أفريقيا الغربية والتي تمثل نسبة 66.3% من إجمالي الصادرات المغربية. كما أن الأردن يستورد نسبة 5.4% من هذه المنتجات.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- تكلفة العمالة منخفضة ووفرة المهارات الأساسية
- قاعدة قوية من النواحي التقنية
- بيئة الاستثمار الأجنبي المباشر مغرية لتصدير البسكويت
- تحسين جودة الأغذية وسلامتها
- وجود إقليمي في غرب أفريقيا
- نداء للعملاء المحليين والإقليميين

مواطن الضعف

- يتم استيراد مدخلات الإنتاج (القمح)
- طاقة استغلال المعدات منخفضة
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- نقص في النقل البحري والجوي خاصة باتجاه بلدان أغادير وغرب أفريقيا
- نقص في المعلومات التجارية حول أسواق أغادير
- نقص في أنشطة التجديد والابتكار
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- قلة توفر الطاقات الإنتاجية للاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير
- نقص في التنسيق وتبادل المعلومات بين مصدري أغادير
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- قدرات تصديرية وجالبة للاستثمار الأجنبي في مجال البسكويت
- إمكانية الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه للسوق المحلي
- تطور السوق، على حد سواء محليا ودوليا
- فرص عالية لتحسين الإنتاجية

التحديات

- قوة المنافسة من تركيا والصين

الرمز	تسمية المنتج
2009	عصائر الفواكه

- صادرات المغرب من العصائر ضعيفة رغم حجم الإنتاج الكبير من الحمضيات، إذ شهدت أغلب قطاعات العصائر عجزا في الميزان التجاري. يأتي عصير البرتقال المجمد في المرتبة الرابعة بنسبة نمو 10% مقابل نسبة نمو عالمية 8%.

- أهم البلدان المستوردة لعصائر الفواكه هي ليبيا (20.3%) تليها فرنسا (15%). وتمثل بلدان غرب أفريقيا نسبة 27.5% من الصادرات المغربية من عصائر الفواكه. وتجدر الإشارة إلى أن صادرات المغرب من عصائر الفواكه قد تطورت بنسبة 30% خلال الفترة 2009-2013.

مواطن القوة

- قدرات كبيرة لإنتاج الفواكه خاصة منها الحمضيات
- تواجد المنتج المغربي في ليبيا، فرنسا وبلدان غرب أفريقيا

مواطن الضعف

- نظام الإمداد غير فعال (على مستوى التزود من المواد الخام)
- قلة المنشآت الصناعية في القطاع وعدم الاستغلال الكامل للمعدات
- مستوى منخفض من الشهادات المتعلقة بنظام GLOBAL GAP ونظام التتبع
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- ارتفاع تكلفة معدات تتراباك (ونقص في القوارير الزجاجية)
- مستوى منخفض لتطوير المنتجات
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- انخفاض مستوى التسويق (من خلال تسمية العلامات الخاصة للمنتجات)،
- نقص في المعلومات التجارية حول السواق خاصة بلدان أغادير
- عدم الإلمام باتفاقية أغادير

الفرص

- الطلب العالي في أوروبا على المنتجات ذات التسمية الخاصة من العصائر
- فرص واسعة لتطوير منتجات جديدة (مزيج الفواكه والفواكه الاستوائية الجديدة)
- تزايد الطلب العالمي على الفواكه الاستوائية
- إمكانية التكامل مع مصر لتوفير وتنويع المواد الأولية

التحديات

- تزايد المنافسة من البلدان الاستوائية

3.3 تقرير حول تونس

كما هو الشأن بالنسبة لبلدان الحوض الجنوبي للبحر المتوسط، يعتبر القطاع الزراعي والصناعات الغذائية من القطاعات الإستراتيجية لتونس وحضي باهتمام كبير في السياسات الاقتصادية للبلاد منذ الاستقلال والتي كانت تهدف في المقام الأول إلى تحقيق الأمن الغذائي من المواد الغذائية. ومنذ التسعينات التزمت تونس باتفاقيات دولية للتحرير التدريجي للمبادلات التجارية والتي رافقتها عديد من الإصلاحات الاقتصادية سيما في المجال الزراعي.

وفي سنة 2012 ساهم قطاع الصناعات الغذائية بنسبة 2.8% من الناتج المحلي الإجمالي وبنسبة 17.4% من القيمة المضافة للصناعات التحويلية ويشغل حوالي 70000 عامل (وكالة النهوض بالصناعة والتجديد). إلا أن هذا القطاع لم يتوصل إلى الاستغلال الأمثل لسلسلة القيمة العالمية وذلك لعدم انتظام وتوفر المنتجات الزراعية الأولية في غياب سياسة تكاملية مع البلدان العربية وخاصة بلدان أغادير في المجال الزراعي مع اعتماد إجراءات حامية لفائدة القطاع الزراعي، بالإضافة إلى قلة التنوع العمودي للصناعات الغذائية في القطاعات الفرعية ذات القدرة التنافسية.

1.3.3 المؤشرات الاقتصادية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية

يتكون النسيج الصناع التونسي من 5621 مؤسسة تشغل 10 عمال فما فوق، منها 2562 شركة مصدرة كليا، و 1033 عاملة بقطاع الصناعات الغذائية.

القطاع	المصدرة كليا	المصدرة جزئيا	المجموع	% من إجمالي الشركات
الصناعات الغذائية	194	839	1033	18,4%
العدد الإجمالي للشركات	2562	3059	5621	100%

مؤشرات الإنتاج

القيمة المضافة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الزراعة والصيد البحري	4 338,2	4 962,1	4 736,2	5 453,2	6 120,0	6 194,3
الصناعات المعملية	10 025,9	9 938,2	10 491,9	10 287,0	11 374,2	1 838,8
الصناعات الغذائية	1 615,5	1 741,0	1 886,1	1 975,2	1 995,5	2 148,4
الناتج المحلي الإجمالي	55267,8	58677,2	63103,0	64287,6	70430,4	75189,5

المرجع : المعهد الوطني للإحصاء

نسب التطور (%)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الزراعة والصيد البحري	0,7	14,4	-4,6	15,1	12,2	1,2
الصناعات المعملية	21,1	-0,9	5,6	-2,0	10,6	4,1
الصناعات الغذائية	10,5	7,8	8,3	4,7	1,0	7,7
الناتج المحلي الإجمالي	10,9	6,2	7,5	1,9	9,6	6,8

حصة قطاع الصناعات الغذائية من الناتج المحلي الجمالي

2013	2012	2011	2010	2009	2008	
2.0	2.8	3.1	3.0	3.0	2.9	الصناعات الغذائية

المراجع : المعهد الوطني للإحصاء

بلغت قيمة الإنتاج الزراعي والصناعات الغذائية 8342,7 مليون دينار تونسي في سنة 2013 منها 2148,4 مليون دينار تونسي متأتية من الصناعات الغذائية مقابل 1615,5 مليون دينار تونسي سنة 2008. هذا ويمثل قطاع الصناعات الغذائية نسبة 2,9% من الناتج المحلي الإجمالي.

كما بلغت قيمة صادرات قطاع الزراعة والصناعات الغذائية 2740 مليون دينار تونسي في سنة 2013 مقابل 1879 مليون دينار سنة 2010.

توجد أكثر من 100 شركة عاملة في قطاع الصناعات الغذائية (تشغل أكثر من 10 عمال) ويشغل هذا القطاع 70000 عامل، منها 190 شركة مصدرة كليا و 150 شركة ذات رأس مال أجنبي مشترك، 122 شركة متحصلة على الأقل على إحدى الشهادات التالية: ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, HACCP, BRC, IFS

2.3.3 بيئة الأعمال

أطلقت تونس العديد من المبادرات والإصلاحات قصد تطوير مناخ الأعمال وتنمية القطاع الصناعي والقطاع الخاص. وحسب تقرير نشاط ممارسة الأعمال للبنك الدولي الذي يقوم بمقارنة مناخ الأعمال والاستثمار بين 189 بلدا، فإن تونس قد تراجعت بأربع مراتب بين سنتي 2014 و 2015. رغم ذلك فقد قفزت تونس بعشرين مرتبة من سنة 2007 (80 من أصل 175 بلدا) إلى المرتبة 60 من أصل 189 بلدا في سنة 2015.

ممارسة الأعمال

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
بدء النشاط التجاري (المرتبة)	100	28	74	زيلندا الجديدة (1)
بدء النشاط التجاري (مقياس الاقتراب من الحد الأعلى للأداء)	10.0	93.00	88.08	زيلندا الجديدة (99.96)
الإجراءات (العدد)	11.0	5.0	6.0	زيلندا الجديدة (1.0)
الوقت (الأيام)	4.2			
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	0.0	4.5	13.0	سلوفينيا (0.5)
الأدنى المدفوع من رأس المال (%) من متوسط الدخل الفردي	0.0	0.0	13.8	12 بلدا (0.0)

المراجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB2015

يبين الجدول السابق أن ترتيب تونس فيما يتعلق ببداية النشاط التجاري نسبيا متوسط، خاصة عدد الإجراءات اللازمة، والآجال لبداية العمل التجاري.

الحصول على الكهرباء

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الكهرباء (المرتبة)	38	60	74	كوريا الجنوبية (1)
الإجراءات (العدد)	4.0	5.0	5.0	12 من الاقتصاديات (3.0)
الوقت (الأيام)	65.0	79.0	85.0	كوريا الجنوبية (18.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	738,7	42.9	242.0	اليابان (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

موقع تونس جيد على مستوى هذا المؤشر، لكنها تبقى بعيدة عن أفضل الممارسات في العالم.

استخراج تراخيص البناء

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التعامل مع استخراج تراخيص البناء التجاري (المرتبة)	85	86	105	هونغ كونغ (1)
الإجراءات (العدد)	17.0	8.0	7.0	هونغ كونغ (5.0)
الوقت (بالأيام)	93.0	183.0	229.0	سنغافورة (26.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي	2.6	4.7	5.2	قطر (5.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

مرتبة تونس من خلال المؤشر غير مريحة مقارنة بأفضل الممارسات في الغرض وهي هونغ كونغ وبلدان الخليج، وهو راجع بالأساس إلى الإجراءات اللازمة لاستخراج تراخيص البناء.

الحصول على الائتمان

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الائتمان (المرتبة)	116	71	52	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر قوة الحقوق القانونية (0-10)	2	4	5	23 من الاقتصاديات (12)
مؤشر عمق المعلومات الائتمانية (0-6)	5	6	7	23 من اقتصاديات (8)
تغطية السجلات الائتمانية (%) (من عدد السكان الراشدين)	30.2	44.5	50.0	البرتغال (100.0)
تغطية المراكز الخاصة للمعلومات (%) (من عدد السكان الراشدين)	0.0	0.0	15.0	23 من الاقتصاديات (100.0')

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

التجارة عبر الحدود

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التجارة عبر الحدود (المرتبة)	50	10	30	سنغافورة (1)
عدد المستندات اللازمة لإتمام التصدير	4	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام التصدير	16.0	10.0	10.0	5 اقتصاديات (6.0)
تكلفة التصدير (بالدولار الأمريكي لكل حاوية)	805.0	1,335.0	1,310.0	تيمور الشرقية (410.0)
تكلفة التصدير (دولار أمريكي منكمش لكل حاوية)	805.0	1,335.0	1,310.0	
عدد المستندات اللازمة لإتمام الاستيراد	6	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام الاستيراد (بالأيام)	20.0	11.0	9.0	سنغافورة (4.0)
تكلفة الاستيراد (بالدولار الأمريكي)	910.0	1,445.0	1,400.0	سنغافورة (440.0)

المراجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB2015

تحتل تونس المرتبة 50 وهو ترتيب نسبي جيد في ما يخص مؤشر التجارة عبر الحدود، لكنها تبقى خلف البلدان المتقدمة منها سنغافورة التي تتميز بمدة اتمام عمليات الاستيراد بربع أيام مقابل 20 يوما بالنسبة لتونس.

حماية المستثمرين الأقلية

المؤشر	تونس	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
حماية المستثمرين الأقلية (المرتبة)	78	17	30	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر أنظمة تضارب المصالح (0-10)	5.7	5.7	5.3	سنغافورة (9.3)
مؤشر نطاق الحوكمة وحقوق المساهمين (0-10)	5.3	7.8	7.5	فرنسا (7.8)
مؤشر نطاق قوة حماية المستثمرين (0-10)	5.5	6.8	6.4	زيلندا الجديدة (8.2)

المراجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB 2015

تحتل تونس مرتبة مريحة نسبيا في ما يخص مؤشر حماية المستثمرين الأقلية، ولكنها بعيدة عن مراتب فرنسا واسبانيا وهو راجع بالأساس إلى الصبغة العائلية للعمل التجاري وحوكمة الشركات في تونس.

3.3.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية

البرامج الإستراتيجية

برنامج تحديث الصناعة: بهدف تطوير القدرة التنافسية للمؤسسات التونسية تم بعث البرنامج الوطني للتأهيل في سنة 1997، وتشرف وزارة الصناعة عن هذا البرنامج، عبر مكتب البرنامج الوطني لتأهيل الصناعة صلب الوزارة، ويشمل المجالات التالية:

- منحة بنسبة 70% من مصاريف التشخيص، بسقف 30.000 دينار تونسي
- منحة تغطي 50% من الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية التي تمكن من نقل للتكنولوجيا العالية، والتكنولوجيات الحديثة
- منحة بنسبة 70% تغطي الاستثمارات اللامادية (الدعم الفني، برمجيات، نظام الجودة والتدريب...)
- منحة بنسبة 10% إلى 20% من قيمة الاستثمارات المادية
- وتصرف هذه المنح من طرف صندوق التنافسية الصناعية الذي يؤمن موارده عن طريق أداء يستخلص من الشركات بنسبة 2% من رقم معاملاتها.

صادقت اللجنة التوجيهية منذ سنة 1997 إلى غاية شهر سبتمبر 2014 على 556 مخططا لتحديث قطاع الصناعات الغذائية وبمبلغ جملي 531 مليون دينار تونسي منها 139 مليون دينار في شكل استثمارات لامادية، والتي تمثل 19% من الاستثمارات المصادق عليها لكل القطاعات.

القطب التكنولوجي للصناعات الغذائية ببنزرت

يمتد القطب التكنولوجي على مساحة 45 هكتار ويشمل القطاعات الفرعية التالية: زيت الزيتون، محضرات الأسماك ومنتجات البحر، مشتقات الحبوب، البطاطس ومشتقاتها، المشروبات الكحولية، الإطباق الجاهزة من الخضر والفواكه، الصناعات التحويلية للبندورة، محضرات المنتجات الغذائية.

وبمقتضى البرنامج الوطني للأقطاب التكنولوجية فإن مجالات التدخل تتمثل في البحوث والتنمية، التدريب والإنتاج

وتتمتع الشركات المحلية والأجنبية بعدد من الخدمات يوفرها القطب وتعلق:

- المساعدة على بعث الشركات: من ناحية الإجراءات وتكوين الشركة، المساندة عند بعث المشروع، الدعم التقني على مستوى الأشغال، المساندة في الانتداب...
- مساندة الباعثين الشبان: من خلال محاضن المؤسسات
- المساعدة في تطوير الشركات: البقطة الإستراتيجية، التدريب والدعم على التجديد ونقل التكنولوجيا.
- شبكة من الشركاء على المستوى المحلي والوطني والدولي.

تطوير الاستثمار

تطوير الاستثمار المحلي

تعتبر التجربة التونسية رائدة في مجال إحداث الشركات والذي يركز على الأدوات التالية: صندوق التطوير واللامركزية الصناعية FOPRODI وشركات الاستثمار ذات رأس المال المخاطر.

وتوفر مجلة تشجيع الاستثمار ما يلي:

الحوافز الجبائية:

تتمتع الأنشطة الصناعية الوسيطة بالامتيازات التالية:

- منحة الدراسة 1% من قيمة الاستثمار لا تتعدى 5000 دينار
- منحة الاستثمار لا تتعدى 7% من قيمة الاستثمار
- إجراءات تتعلق بالضريبة على المرباح في حال إعادة استثمار نسبة من المرباح

- تخفيض نسبة 12% على المعدات والتجهيزات المستوردة شريطة أن لا يوجد مثيلا لها محليا، والإعفاء من دفع الضريبة على القيمة المضافة على المعدات المصنعة محليا
- فوائد اضافية للشركات المصدرة كليا التي تستثمر في المناطق الداخلية وتطوير الزراعة العضوية والحوافز الجبائية الممنوحة للشركات المصدرة كليا هي:
- الإعفاء من الرسوم الجمركية والأداء على القيمة المضافة على التجهيزات المستوردة
- الإعفاء من الأداء على القيمة المضافة للتجهيزات المصنعة محليا
- الإعفاء من الأداء على المزايا لمدة عشر سنوات
- إمكانية توظيف إدارات من جنسية أجنبية
- منحة 8% من قيمة الاستثمارات التي تنجز بالمناطق الجهوية
- منح للاستثمار في المنتجات العضوية:
- منحة الاستثمار 30% من تكلفة التجهيزات
- منحة 70% من تكلفة المصادقة لمدة 5 سنوات

الحوافز المالية:

صندوق التطوير و اللامركزية الصناعية

والذي يهدف إلى تشجيع الاستثمار وبعث المؤسسات الصغرى والمتوسطة، تعزيز التنمية الجهوية، ويتم تمويل شركات ذات رأس مال لا يتعدى 5 ملايين دينار، ويشارك في التمويل كل من الصندوق، شركات الاستثمار ذات رأس مال المخاطر والبنوك. هذا بالإضافة إلى المنح التالية :

- منحة بنسبة 70% من تكلفة الدراسات (مع سقف 20.000 دينار)
- منحة بنسبة 10% من الاستثمار في المعدات لا يتعدى 100.000 دينار
- منحة لاقتناء الأرض بنسبة الثلث ولا تتعدى 30.000 دينار
- الاستثمارات اللامادية بنسبة 50%
- منحة الاستثمار في التكنولوجيا 50% بسقف 100.000 دينار
- مساهمة الدولة في مساهمة المشغل في الضمان الاجتماعي

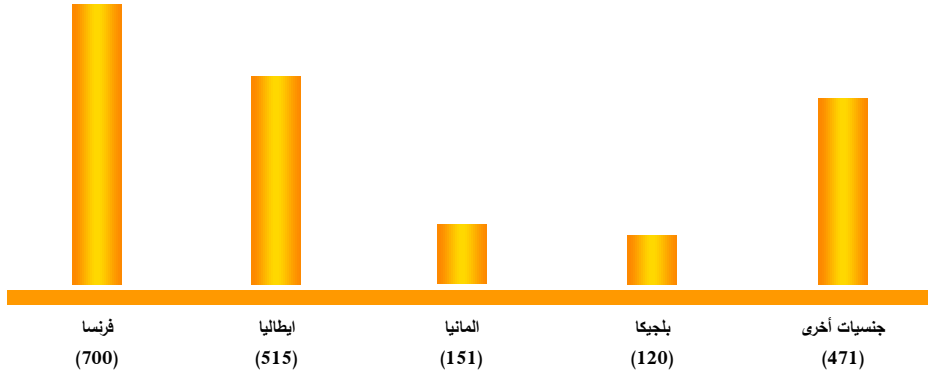
شركات الاستثمار ذات رأس المال المخاطر

نسبة التمويل تصل إلى حدود 30% ويكون الاستثمار موجه إلى القطاعات ذات الأولوية. ولضمان التمويلات يمكن للشركات التونسية الاعتماد على عدد من الآليات منها الصندوق الوطني لضمان الاستثمار، الشركة التونسية للضمان وبنك تمويل المؤسسات الصغرى والمتوسطة. ولتمويل الصادرات فالشركة التونسية لضمان التجارة الخارجية يمكنها تأمين الحصول على التمويل اللازم عند التصدير.

تطور الاستثمارات الأجنبية في قطاع الصناعات الغذائية

بلغ عدد الشركات في قطاع الصناعات الغذائية وبمساهمة رأس المال أجنبية 1775 شركة منها 1099 مملوكة بنسبة 100% من المستثمرين الأجانب، و 1489 شركات مصدرة كليا.

التقسيم حسب الجنسية



تتم عملية بعث الاستثمار في تونس على أساس تصريح مبدئي بسيط في مجال الزراعة والصناعات الغذائية، وللأجانب الحق في الاستثمار في المجال الزراعي عن طريق التأجير. نسبة مساهمة الأجانب في الشركات الزراعية والصيد البحري في رأس المال يمكن أن تصل إلى 66%. ويمكن أن تصل فترة الإيجار إلى 25 سنة بالنسبة للأراضي الدولية.

المؤسسات الفاعلة في قطاع الصناعات الغذائية

- وكالة النهوض بالصناعة والتجديد التي تم بعثها سنة 1972 والتي تعنى بتطوير القطاع الصناعي والتجديد منها تقديم الدعم للمؤسسات الصغرى والمتوسطة للحصول على الدعم المالي عن طريق صندوق التطوير واللامركزية الصناعية. كما تتصرف الوكالة في الشباك الموحد لإنشاء أي أنشطة تجارية أو صناعية أو خدمية.
- محاضن المؤسسات تم بعثها سنة 1999 لمساعدة حاملي المشاريع المجددة لتقييم مشاريعهم ومتابعتها كامل فترة الانجاز.
- مراكز الأعمال التي تم بعثها سنة 2005 والتي تغطي كامل البلاد وتهدف إلى:
 - تقديم المعلومات للأشخاص الذين يحملون أفكار مشاريع
 - مساعدتهم لبعث مشاريعهم (مخطط العمل، الدراسات والتمويل)
- الإدارة العامة للصناعات الغذائية
 - وتتبع هذه الإدارة وزارة الصناعة والطاقة والمناجم ومن مهامها:
 - المشاركة في إعداد الدراسات والاستراتيجيات القطاعية التي تهدف إلى تنمية وتطوير الهياكل الأساسية للصناعات الغذائية والإنتاج وصادرات المنتجات الغذائية،
 - التنسيق بين الأنشطة الفلاحية ونشاط التحويل الصناعي بهدف الرفع من القيمة المضافة للمنتجات والمنتجات الفرعية النباتية الحيوانية ومنتجات الصيد البحري
 - القيام بالدراسات اللازمة في مجال الابتكار وتنمية التكنولوجيات الجديدة بهدف تطوير أنشطة تكنولوجية جديدة،
 - إعداد وتنفيذ مخططات التدخل والإجراءات الرامية إلى التحكم في استهلاك المواد الغذائية والرفع في العرض على النحو الأمثل وذلك بالتعاون مع الوزارات والهياكل المعنية،
 - النهوض بالتصدير والقدرة التنافسية للمواد الغذائية واكتساح الأسواق وتنمية الشراكة وذلك بالتعاون مع الوزارات والهياكل المعنية،
 - السهر على تسيير ورئاسة لجنة مراقبة ومتابعة مصانع قطاع الصناعات الغذائية.

• المركز الفني للصناعات الغذائية

أحدث سنة 1997 ويتمحور نشاطه حول التدريب، النصح والتوجيه، والدعم الفني. التوجيه والدعم الفني في إطار البرنامج الوطني لتحديث الصناعة، البرنامج الوطني للتدريب وبرنامج بعث المؤسسات. ويتمثل مجال تدخل المركز الفني للصناعات الغذائية في تقييم الدراسات لبرنامج تحديث الصناعة، دراسات الجدوى، الخبرات التقنية، الدراسات القطاعية، تطوير منتجات جديدة، تحسين طرق الإنتاج، تحسين الإنتاجية، ووضع البرامج بضمان الجودة خاصة منها ISO 22000. فيما يتعلق بالتحاليل والاختبارات، فمخابر المركز تسمح للشركات من مراقبة الجودة الصحية والامتثال للمنتجات الغذائية، المصادقة على البروتوكولات المتعلقة للتاريخ الأقصى للاستهلاك. وفيما يتعلق بالتدريب التقني يعرض المركز الفني للصناعات الغذائية ورشات تدريبية لتحسين الأداء في الجودة. لدى المركز كذلك دور في البحث والتطوير في مجال الصناعات الغذائية، من خلال عدة برامج تهتم بمجال البحث في القطاع بالشراكة مع الجامعات المختصة.

آليات دعم الصادرات

صندوق ضمان تمويل الصادرات لمرحلة ما قبل الشحن: يهدف هذا الصندوق إلى تمكين المؤسسات الصغرى والمتوسطة من الحصول على التمويل المناسب لتلبية طلبات التصدير من خلال تغطية مخاطر عدم تسديد القروض التي تمنحها البنوك لفائدة هذه المؤسسات بسبب عدم قدرتها على إنجاز الصفقة طبقا لعقد البيع علما وأن المخاطر التي تنشأ بعد وسق البضاعة والمتعلقة بوضعية الحريف الأجنبي أو بلده من مخاطر تجارية أو غير تجارية تغطي في إطار نظام تأمين الصادرات. وتقوم "الشركة التونسية لتأمين التجارة الخارجية" بالتصرف في هذا الصندوق لحساب الدولة.

صندوق النهوض بالصادرات، الذي يتصرف فيه لحساب الدولة مركز النهوض بالصادرات والذي يمول العمليات الترويجية التي تقوم بها الشركات في الأسواق الخارجية (الدراسات، المعارض والاستكشاف، التواجد التجاري بالأسواق...) **صندوق دعم التنافسية وتطوير الصادرات** وهو مكون من مكونات برنامج تنمية الصادرات الممول من البنك الدولي، والذي يقوم بتمويل الشركات المصدرة في إطار برامجها الترويجية والتسويقية.

البنية التحتية للجودة

بصفة عامة تخضع كل عمليات التصدير والاستيراد الى المراقبة الفنية لمصالح وزارة التجارة (OFITEC). ومن جهة أخرى وفيما يتعلق بمنتجات الصناعات الغذائية، تتولى مصالح الديوان التونسي للتجارة بمراقبة جودة المنتجات المعدة للتصدير و كذلك تشارك ضمن اللجنة الفنية للاعتماد السنوي للوحدات التحويلية للمنتجات الغذائية لتمكينها من إجراء عمليات التصدير.

هذا بالإضافة إلى المصالح المتواجدة بوزارة الفلاحة: الإدارة العامة لحماية ومراقبة جودة المنتجات الفلاحية (حماية النباتات ومراقبة جودة المدخلات والمنتجات الفلاحية على مستوى الإنتاج). والإدارة العامة للمصالح البيطرية (مراقبة جودة المنتجات الحيوانية ومنتجات الصيد البحري على مستوى الإنتاج والترويج والتسويق)

المخابر

يوجد العديد من المخابر المعترف بها من طرف المجلس الوطني للاعتماد، يمكن أن تكون عمومية أو خاصة.

الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة

توجد فقط الاتفاقية الثنائية للاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة والتي تغطي المنتجات الغذائية والتي تم توقيعها مع ليبيا في 17 فيفري 2007 ، ويمكن اعتبار هذه الاتفاقية رائدة في التقليل من العوائق الغير جمركية اذ ساهمت الى حد كبير في تسهيل انسياب السلع بين البلدين.

شهادات الجودة

أقرت تونس عدد من الحوافز والتشجيعات لتتمكن الشركات من الحصول على شهادات الجودة والتي تجعلها أكثر تنافسية بالأسواق العالمية.

- بتوصية من مكتب البرنامج الوطني لتأهيل الصناعة، يقوم صندوق تنمية التنافسية بدعم الشركات في إطار الاستثمارات التكنولوجية ذات الأولوية، لاقتناء تجهيزات المخابر بنسبة 50% من التكلفة، ونسبة 70% من تكلفة الحصول على شهادات الجودة.

- وحدة التصرف في البرنامج الوطني للجودة

يندرج البرنامج الوطني للجودة ضمن الجهود الرامية إلى تمكين النسيج الصناعي من نظم معاصرة للتصرف في الجودة، ويعرض على الشركات القطاع الصناعي والخدمي إمكانية الحصول على الشهادة حسب متطلبات المعايير الدولية في عدد من المجالات. وقد امتد البرنامج على 3 سنوات (2005-2007) الذي اهتم بمساندة الشركات لوضع نظم التصرف في الجودة، والسلامة والبيئة ونظم التصرف القطاعي وذلك قصد تمكينها من الحصول على الشهادات.

فيما يتعلق بقطاع الصناعات الغذائية، فتدخل البرنامج يكون حول نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة HACCP ومقتضيات السلامة لمواد التعبئة والتغليف للمنتجات الغذائية.

تقييم اللوجيستية في تونس

النقل

يمثل عامل نقل البضائع أهم عائق أمام تطوير التجارة البينية لدول اتفاقية أغادير، إذ أن الخطوط البحرية بين البلدان ليست متطورة:

- الخط المباشر بين تونس والمغرب لم يكن ذو جدوى بسبب نقص في البضائع عند العودة. وتم تعويض الخط بخط آخر يمر عبر موانئ أوروبية وهو من شأنه أن يزيد في تكلفة الشحن.
- ليست هنالك خطوط شحن متوفرة بين تونس والأردن، فقط الشحن الجوي متواجد وبمعدل ثلاث رحلات أسبوعياً
- وبالرجوع إلى الدراسة التي أنجزتها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير حول التقليل في تكلفة النقل بين بلدان أغادير، والتي خلصت إلى أن تكلفة النقل عالية جداً بين البلدان وأن آجال إيصال البضائع كبيرة (بين شهر وأربعين يوماً)، مما يؤثر سلباً على نسق المبادلات التجارية
- التبادل البحري عبر الحاويات المبردة غير منتظم ومكلف بسبب إعادة الشحن بالموانئ الأوروبية
- الشركات التي تم لقاءها في إطار هذه الدراسة تؤكد عن عدم انتظام الشحن الجوي وعدم تواجد الطاقة المطلوبة خاصة في فترات الذروة.

لوجستية التبريد

حظي هذا القطاع بتشجيع كبير من طرف الدولة، إذ تم اعتبار كل استثمار في سلسلة التبريد شأنه شأن الاستثمار الفلاحي (الزراعي) ويستفيد بنفس الحوافز والتشجيعات ذات الطابع الجبائي والجمركي والائتماني. وأهم قطاع الذي استأثر بالاستثمارات في سلسلة التبريد هو قطاع التمور، فيفضل هذه الاستثمارات تمكنت شركات تحويل وتكييف التمور من الحفاظ على التمور لمدة زمنية كبيرة خاصة في فترات الذروة لشهر رمضان.

مسالك التوزيع

أن تطور نشاط التجارة الداخلية يرجع بالأساس إلى:

- زيادة الطاقة الشرائية للمستهلك التونسي خاصة في بداية التسعينات

- انفتاح الاقتصاد التونسي على محيطه الإقليمي والدولي عبر الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة وإمضاء اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وتحرير التجارة الخارجية
- تطور النمط الاستهلاكي لدى المواطن التونسي وتوجهه نحو الأنماط الغربية
- التطور الفعلي في تونس لأنشطة المساحات الكبرى بدأ منذ سنة 2001 مع بعث القطب الأول للمساحات الكبرى (هيبير ماركت) كارفور، ثم القطب الثاني جيان GEANT في سنة 2005، وعلى اثر خصخصة المغازة العامة أصبح القطب الثالث من حيث المساحات الكبرى في تونس.
- ويساهم هذا القطاع المنظم (هايبير ماركت، السوبر ماكت والمغازات الصغرى) بنسبة 10% من الناتج المحلي الإجمالي ويشغل قرابة 300.000 من العمالة.
- رغم هذا التطور الكبير يبقى قطاع التوزيع في تونس تغلب عليه تجارة المقربة، إذ أن حصة السوق لهذا القطاع لا تمثل سوى 20% من تجارة التوزيع.
- وقد توزعت هذه الحصة كما يلي:
- المغازة العامة/بروموقرو (MG/PROMOGROS) 35%
- جيان /مونوبري (GEANT/MONOPRIX) 32%
- كارفور/كارفور ماركت (CARREFOUR/Carrefour Market) 31%
- وفي سنة 2009 تم تحسين الإطار القانوني للتوزيع عبر إدراج:
- مبدأ الامتياز (franchising)، الذي يمكن من حق استغلال العلامة التجارية بمقابل
- مركزيات الشراء وهو عبارة عن التزود بالمنتجات بأسعار تفضيلية وبيعها لتجار الجملة والتجزئة

مما لا شك فيه ان دخول المساحات الكبرى في شبكة التوزيع قد غيرت في هيكله القطاع في تونس، كما أثرت في تعامل الشركات في قطاع الصناعات الغذائية، إذ اكتسبت هذه الأخيرة تجربة التسجيل لدى المساحات الكبرى، ويلاحظ أن عدد منها استطاعت التصدير للسوق الفرنسية (منتجات موجهة حصرياً لكارفور فرنسا) اثر تسجيلها لدى المساحات الكبرى في تونس.

4.3.3 خلاصة البحث الميداني

تم انجاز عدد من الزيارات واستقصاء 12 شركة تصديرية عاملة في قطاع الصناعات الغذائية، كعينة ممثلة للقطاع وذلك باعتماد عدد من المؤشرات بهدف تقييم طاقاتها الإنتاجية، وموقعها من الصادرات في التجارة البينية وبتجاه الاتحاد الأوروبي، وتحديد المحاور التي يستوجب التركيز عليها لتطوير قطاع الصناعات الغذائية.

المعيار	محلي	بلدان أغادير	الاتحاد الأوروبي	أمريكا الشمالية (الكندا والولايات المتحدة الأمريكية)	أمريكا اللاتينية	بلدان غرب أفريقيا	البلدان العربية
منشأ المدخلات	12	2	5	0	0	1	
وجهات الصادرات	9	5	7	3	0	4	7

المعيار	نعم	لا
المساعدة للتدريب المهني	1	11
شهادات الجودة	9	3
الخدمات اللوجستية الكافية	1	11
دعم الصادرات	8	4
الحصول على الائتمان	10	2
معرفة تراكم المنشأ	4	8
العوائق الغير جمركية	11	1

المرجع: عينة مكونة 12 شركة

- ✓ يلاحظ أن كل الشركات ومنها الشركات المصدرة كليا تستعمل مدخلات إنتاج محلية
- ✓ كما يتم استيراد المواد الأولية أساسا من الاتحاد الأوروبي وبصفة ثانوية من بلدان أغادير وبلدان عربية أخرى وهو راجع إلى ضرورة الامتثال غالى متطلبات الاتحاد الأوروبي عند تصدير المنتج النهائي.
- ✓ أهم الجهات التصديرية للشركات التي شملها التحقيق الميداني هي الاتحاد الأوروبي، ثم بلدان أغادير والبلدان العربية الأخرى
- ✓ 75% من الشركات تعرض كذلك منتجاتها على السوق المحلي ويعزى ذلك الى الجدوى والحجم لهذه السوق، أو النقص في النفاذ الى الأسواق الخارجية ذات جدوى أعلى.
- ✓ نسبة كبيرة من الشركات تقوم بدورات تدريبية للعمال
- ✓ 75% من الشركات لديها شهادات الجودة
- ✓ يمثل الجانب اللوجستي أهم العوائق للتصدير بالنسبة للشركات التي شملها التحقيق الميداني. إمكانات النفاذ إلى التمويل متواجدة إلا أن تكلفتها عالية.
- ✓ معظم الشركات لها علاقات وطيدة مع مؤسسات الدعم والمساندة (مركز النهوض بالصادرات) وقد استفادت بطريقة أو بأخرى من الآليات المتاحة (المعلومات التجارية، الاستشارات، المعارض...)
- ✓ قلة هي الشركات المتمكنة من فوائد تراكم المنشأ.

5.3.3 تحليل SWOT لكل القطاعات الفرعية

مواطن القوة

- لدى تونس مؤسسات للدعم والمساندة، أطر قانونية، ونظم تشجيعية ذات الطابع المالي والجبايي التي تمكن من تطوير الاستثمارات وصادرات الصناعات الغذائية
- لدى تونس برامج ذات أولوية لتحديث الاستثمار التكنولوجي لتعزيز الاستثمار في القطاع، تجديد وتطوير سلسلة القيمة، ووضع نظام لضمان جودة وسلامة الأغذية
- يتم تحديث البنية التحتية للجودة والحصول على إطار قانوني موثم لقواعد المنظمة العالمية للتجارة والاتحاد الأوروبي، والعمل على أن يكون لدى تونس شبكة من منظمات التصديق وعدد من المخابر المعتمدة طبقا للقانون الأوروبي EC N. 882/2004 والذي يسهل التصدير نحو الأسواق الأوروبية
- يتم تدعيم الصادرات نحو بلدان الاتفاقية على مستوى النقل في حال تصدير المنتجات الجديدة الغير تقليدية.

مواطن الضعف

- يطغى الطابع التقليدي والشركات الصغيرة على الصناعات الغذائية في تونس والتي ليست لديها طاقة تخزينية كبيرة خاصة في مجال التبريد، وقدرات مالية محدودة التي لا تمكنها من التأقلم مع حاجيات المستهلكين.
- لا يوجد في تونس منظمات حكومية مختصة في اعتماد المنتجات ذات الأصل الحيواني والمطلوبة من طرف قوانين الاتحاد الأوروبي.
- يوجد عدد من العوائق الغير جمركية صلب بلدان أغادير .
 - مطالبة السلطات المغربية بالرقم الصحي للمستورد
 - تطالب السلطات المصرية على أن يكون اسم والمستورد مطبوع على جميع مواد التعبئة والتغليف
 - تكلفة التحاليل لدى مصالح الديوان التونسي للتجارة عالية، مع تعقيدات في عمليات التحاليل
- التكلفة العالية للنقل البحري
- الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة معمول به فقط مع ليبيا
- تكلفة مكوث الحاوية في الميناء عالية، خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الطازجة وهذه التكاليف يمكنها أن تؤثر سلبا على تنافسية المنتج
- لا يوجد خط مباشر مع المغرب وذلك يؤثر على مواعيد التسليم ونقص المنتجات لدى الموزعين، إذ يمكن أن يصل وقت العبور إلى خمسين يوما عوض أن يكون 25 يوما خاصة في فترات الذروة وزيادة الطلب (مثال على ذلك شهر رمضان)
- الإجراءات الديوانية معقدة بعض الشيء إذا ما قورنت مع أفضل الممارسات مثل ميناء دبي أين يطلب من المستورد الحضور فقط لاستلام البضاعة
- الشحن الجوي مكلف بالإضافة إلى أنه غير مناسب لبعض المنتجات التي تتطلب الشحن المبرد
- حاجة ملحة لتنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- حاجة ملحة من حيث تدريب العمالة عبر المساعدة الفنية خاصة من طرف البلدان الأوروبية المتقدمة التي شهدت تطورا في المجال
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.

الفرص

- لتسهيل اعتماد المختبرات، أعلن الاتحاد الأوروبي عن فترة انتقالية لصالح البلدان الأخرى يتم من خلالها مواصلة قبول البضائع الغير معتمدة حسب المعايير الأوروبية الجديدة إلى حين يتم تأهيل المخابر في البلدان الغير أوروبية
- يوجد دعم مؤسسي كبير يتعلق بالإنتاج، والبحث والتطوير والتدريب لفائدة قطاع الصناعات الغذائية ممثل في وكالة النهوض بالصناعة والتجديد، وزارة التجارة والمركز الفني للصناعات الغذائية والإدارة العامة للصناعات الغذائية بوزارة الصناعة والقطب التكنولوجي ببنزرت
- تنتج بعض الشركات تحت علامة المساحات الكبرى للتوزيع (كارفور و جيان) والذي يعتبر ميزة حقيقية تمكنها من التصدير إلى البلدان التي تتواجد بها هذه المساحات بالاتحاد الأوروبي وبلدان أغادير
- تزايد عدد الشركات التونسية المتحصلة على:
 - شهادة المنتجات العضوية
 - شهادة المنتجات الخالية من القلوتين
 - شهادة المنتجات الحلال

- التسميات المثبة للأصل، المنتجات المحلية

التهديدات

- يمثل قطاع التوزيع بالمساحات الكبرى بالاتحاد الأوروبي نسبة 60% من تجارة التوزيع، وتزداد مطالبه من حيث شهادات الصحة والسلامة، بالإضافة إلى ذلك فإن كل شركات التجزئة يمكنها أن تفرض على مزوديها متطلبات أقوى من حيث الجودة بهدف أن تتميز منتجاتها مقارنة بالمنافسة.
- التسجيل لدى إدارة الغذاء والدواء FDA ضروري لجميع المرافق التي تنتج، تحول، تعبئ أو تخزين الغذاء، المشروبات والمكملات الغذائية والتي يتم استهلاكها داخل الولايات المتحدة الأمريكية من طرف الإنسان أو الحيوان. الشركات المتواجدة خارج الولايات المتحدة مضطرة إلى تعيين وكلاء أمريكيين للتواصل مع إدارة الغذاء والدواء.

6.3.3 تحليل SWOT حسب القطاعات الفرعية

الرمز	تسمية المنتج
03	الأسماك، القشريات والرخويات لافقاريات مائية

- بلغت صادرات تونس من الأسماك والقشريات والرخويات 137 مليون دولار أمريكي سنة 2013 مقابل 134 مليون دولار سنة 2009.
- أهم الصادرات تحت هذا القطاع الفرعي متمثلة في الأسماك الكاملة الطازجة
- 38,2 % من الصادرات التونسية موجهة نحو إيطاليا، تليها اليابان بنسبة 25 % وإسبانيا بنسبة 20.8 %
- التجارة محدودة بين تونس وبلدان أغادير في هذا القطاع الفرعي بسبب نقص في النقل البحري بين بلدان الاتفاقية، وتقتصر على النقل الجوي ويمثل 0.3% من هذه الصادرات نحو الأردن و 0.1% نحو مصر.

مواطن القوة

- مقارنة بالصيد البحري فإن التمويل اللازم لتجميع الحلزون الصالحة للأكل ليس بالكبير.
- هذا النوع من الإنتاج ليس له أي آثار بيئية سلبية.

مواطن الضعف

- أغلبية الشركات ليست لها التقنيات اللازمة لتجميع وحفظ الحلزون
- المعدات اللازمة لتجميع وحفظ الحلزون مكلفة وغير متواجدة ببلدان أغادير.

الفرص

- توفر الدولة التونسية عدد من التشجيعات لتصدير الحلزون عبر التمويلات الخاصة في التدريب قصد التصدير

التهديدات

- الحلزون حساس للمناخ، و الحيوانات المفترسة والجرانيم
- ضعف في القدرات التحويلية المتطور لبلدان أغادير يجعل منها بلدانا متنافسة لبعضها دون استثمار فرص التكامل

الرمز	تسمية المنتج
04	الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي

- بلغت صادرات تونس من هذه المنتجات 54 مليون دولار أمريكي سنة 2013 مقابل 29 مليون دولار سنة 2009.
- يبين تحليل الصادرات التونسية ضمن هذا القطاع أن أهم منتج يتم تصديره ينحصر في الجبن، وبنسبة نمو 15%. كما يتم تصدير مخيض اللبن (Babeurre) بنسبة نمو عالية (31%)
- ويلاحظ كذلك أن أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع موجهة بالأساس إلى ليبيا (81.9 %) و 11.3% إلى المغرب. ليست هنالك صادرات إلى مصر أو الأردن.

مواطن القوة

مواطن الضعف

- تكلفة إنتاج المايونيز مرتفعة (عبوة البلور، مدخلات، بهارات وزيت) مما يؤدي إلى أسعار مرتفعة والذي لا يشجع المستهلك النهائي، كما لا يشجع الشركات التجارية التي تبحث عن أسعار منافسة ولا تجد هوامش معقولة من الربح
- الصادرات التونسية محدودة جدا فهي تفتقر الى القدرة التنافسية من هذا المنتج

الفرص

التحديات

- المنافسة بالبلدان الأوروبية شديدة مع وجود العلامات الكبرى مثل HEINZ و LESIEUR
- ليس لدى تونس السلطات المختصة والمعتمدة من الاتحاد الأوروبي لمراقبة تصدير منتجات الألبان

الرمز	تسمية المنتج
08	فواكه وأثمار صالحة للأكل؛ قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام

- تحتل تونس المرتبة الأولى عالميا في تصدير التمور، بقيمة 234 مليون دولار أمريكي سنة 2013 والتي تمثل 23% من الصادرات العالمية وبمعدل نسبة النمو السنوية 7% خلال الفترة 2009-2013. ولدى الشركات التونسية مصانع التكييف تخضع لنظام الجودة والسلامة الغذائية والتي تستجيب إلى المتطلبات الأوروبية، ومجهزة بسلسلة التبريد يمكنها من خلالها التحكم في تزويد الاسواق خاصة عند فترات الذروة وخلال كامل شهر رمضان.
- أهم الأسواق هي المغرب (18.5 %)، وفرنسا (13.5 %) وليبيا (12.7 %)
- نسبة 40 % من صادرات الفواكه والأثمار الصالحة للأكل موجهة نحو الاتحاد الأوروبي

مواطن القوة

- تتحصل شركات تصدير التمور والحمضيات قروض موسمية تمكنها من شراء المواد الأولية
- تمكنت بعض الشركات التونسية لتدويل نفسها في مجال التمور عبر الاستثمار في مصر والجزائر.
- كما تمكنت بعض الشركات في تنويع المنتج وتنويع الأسواق، عبر تطوير ممارسات جديدة في التجارة الدولية. كما أن مستوردات بلدان الخليج من الرمان، الخوخ، المشمش والصبار في ازدياد وبأسعار عالية. ولتأمين استمرارية التصدير قام المستوردين من الإمارات بإبرام عقود برامج مع المزارعين التونسيين.

مواطن الضعف

- ما عدى قطاع التمور فان الإنتاج من الفواكه الأخرى غير منظم ومحدود
- أسعار التمور التونسية بالأسواق العالمية مرتفعة مما يحد من إنتاج مشتقات التمور مثل العجين والمربي والصلصات
- الاستهلاك المحلي للفواكه يقلص من الفائض المعد للتصدير
- التغيير في حجم الانتاج من سنة الى أخرى وموسمية الانتاج يحد من استغلال الطاقة الإنتاجية
- ضعف الشركات من قدرات التبريد يؤدي إلى مزيد التلف في المواد الأولية الخام.

الفرص

- ليست هناك أسقف أو حصص لتصدير التمور نحو الاتحاد الأوروبي كما هو الحال بالنسبة لزيت الزيتون
- التصدير الجيد للبرتقال التونسي نحو فرنسا، خاصة مدينة مرسيليا التي تتميز بالقرب الجغرافي ووفرة النقل البحري
- توجد فرص تصديرية نحو الاتحاد الأوروبي للمنتجات العضوية ومنتجات خارج الموسم

التحديات

- رغم أن الاتحاد الأوروبي هو أهم سوق للفواكه التونسية، فلا توجد إلى حد الآن اتفاقية للتبادل الحر في الغرض، الشيء الذي يقلص من تنافسية المنتجات التونسية من الفواكه ويحد من جدوى التصدير نحو الاتحاد الأوروبي.
- يجب على منتجي الفواكه أن يكونوا متحصلين على شهادة HACCP و شهادة الايزو ISO 22000 لمواصلة القيام بالعمليات التصديرية.

الرمز	تسمية المنتج
12	البذور والنباتات الطبية

مواطن القوة

- الزيوت الأساسية معروفة في الأسواق العالمية خاصة في أوروبا والولايات المتحدة، أهم الزيوت الروحية المصنوعة في تونس هي زهر البرتقال، روزماري، الميرمية، المردقوش وروح الحمضيات.
- الثراء الطبيعي لتونس من النباتات العطرية
- توفر التربة الرملية والمياه العذبة والصالحة لإنتاج نباتات عطرية جديدة والمطلوبة في الاتحاد الأوروبي مثل الطرخون، الثوم المعمر صلصة ورقة الغار.
- تكلفة الإنتاج المتدنية
- الظروف البيئية المواتية لإنتاج الزيوت الأساسية ذات جودة
- الخصوصية التونسية لإنتاج بعض النباتات مثل زهر البرتقال، والمسك، الآس، روزماري، والياسمين، يعطيها مكانة جيدة للتصدير. تونس أول المصدرين من مادة زهر البرتقال، وثاني مصدر بعد المغرب من روح الروزمري
- يبلغ انتاج تونس من النباتات الطبية والعطرية 2000 طن من المواد الأولية في شكل أوراق، زهور، البذور والجذور.

مواطن الضعف

- طرق حصاد النباتات والتكنولوجيا المعتمدة لتحويل الأعشاب تقليدية مما يؤثر في الجودة النهائية للمنتجات المجففة، هيدرولاتس والزيوت الأساسية، كما أن المقطر التقليدي هو المستعمل في عديد من الحالات
- تنتج تونس مواد وسيطة (نصف مصنعة) ذات قيمة مضافة ضعيفة

الفرص

- إن التكامل مع بلدان أغادير يمكن من التخصص وإحداث منتجات صناعية ذات قيمة مضافة عالية

- ان تطور الصناعات الصيدلانية في منطقة أغادير وخاصة في الأردن يمكن أن يكون عامل تطوير سلسلة قيمة والاستثمار في مشاريع تتمتع بوفورات الحجم التي تمثلها كامل منطقة أغادير لإنتاج الزيوت والمنكهات والدواء من النباتات العطرية والطبية.

التحديات

- لا يتوفر في تونس المواد الوالية الأساسية تبرر إنشاء مشاريع منكهات ومنتجات دوائية من النباتات وذات وفورات حجم عالية

الرمز	تسمية المنتج
15	شحوم ودهون وزيوت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها ؛ دهون غذائية محضرة ؛ شموع من أصل حيوان أو نباتي

- بلغت قيمة الصادرات من هذه المنتجات 668 مليون دولار أمريكي سنة 2013 مقابل 551 مليون دولار أمريكي سنة 2009.
- أهم منتج يتم تصديره هو زيت الزيتون والزيوت النباتية والمرجرين، فقد كان معدل النمو السنوي لهذه المنتجات خلال الفترة 2009-2013 على التوالي: 8 %، 7 % و 7 %.
- أهم الصادرات التونسية من زيت الزيتون موجهة نحو الاتحاد الأوروبي، ولديها إمكانات قوية لتصدير زيت الذرة نحو منطقة أغادير والاتحاد الأوروبي

مواطن القوة

- توطيد العلاقة بين المصدر التونسي والموزعين الأجانب والعمل على إرساء سمعة جيدة للمنتج هي من عوامل النجاح على المدى البعيد، عن طريق عقود التمثيل الحصري بالأسواق الخارجية مع إشراك الشركة المصدرة في تصميم وإنجاز المخططات التسويقية مع الوكيل الحصري.
- عرض للمنتجات ذات القيمة المضافة العالية (مرجرين بالفيتامينات، خالية من الكولستيرول، أوميغا 3)

مواطن الضعف

- موسمية الطلب يجعل من المنتجين لا يستغلون كامل الطاقات الانتاجية للمعدات والتجهيزات، الا في فترات الذروة (رمضان)
- لم تقلع صادرات المنتجات ذات القيمة المضافة العالية في الأسواق العالمية، ويعزى ذلك إلى القدرات الإنتاجية والترويجية العالية للبلدان الأوروبية كإيطاليا وإسبانيا.

الفرص

- تسهيل القوانين من طرف الاردن ومصر :
 - مرونة في مصر فيما يتعلق بتاريخ نهاية الاستهلاك الذي أصبح 8 أشهر عوضا عن 3 أشهر
 - وسمح الأردن من تخزين المنتجات الغذائية عن حرارة يمكن أن تصل الى 18 درجة
- بعض المواد المستعملة في التعبئة والتغليف متواجدة في تونس

التحديات

- لامركزية تسجيل المنتجات لدى كل مساحة من المساحات الكبرى على حدة. بالنسبة للمغرب التواجد في للمساحات الكبرى للتوزيع مكلف ويتطلب مبالغ كبيرة
- صعوبة اللوج إلى المساحات الكبرى للتوزيع بسبب الاحتكارات الكبيرة

- توجد عدد من العوائق الغير جمركية في منطقة أغادير:
 - مطالبة السلطات المغربية بالرقم الصحي للمستورد
 - تطالب السلطات المصرية على أن يكون اسم والمستورد مطبوع على جميع مواد التعبئة والتغليف
 - تكلفة التحاليل لدى مصالح الديوان التونسي للتجارة عالية، مع تعقيدات في عمليات التحاليل
- الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة معمول بها فقط مع ليبيا
- تكلفة مكوث الحاوية في الميناء عالية، خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الطازجة وهذه التكاليف يمكنها أن تؤثر سلبا على تنافسية المنتج
- لا يوجد خط مباشر مع المغرب وذلك يؤثر على مواعيد التسليم ونقص المنتجات لدى الموزعين، يمكن أن يصل وقت العبور إلى خمسين يوما عوض أن يكون 25 يوما خاصة في فترات الذروة وزيادة الطلب (مثال على ذلك شهر رمضان)
- الإجراءات الديوانية معقدة بعض الشيء إذا ما قورنت مع أفضل الممارسات
- الشحن الجوي مكلف بالإضافة إلى انه غير مناسب لبعض المنتجات التي تتطلب الشحن المبرد مثل المرغرين
- يجب أن تكون مواد التعبئة والتغليف ملائمة للعادات الاستهلاكية خاصة إذا كان المنتج غير معروف مثل المرغرين في مصر.

الرمز	تسمية المنتج
1509	زيت زيتون وجزنياته، وإن كان مكرراً ولكن غير معدل كيميائياً

يعتبر قطاع زيت الزيتون قطاع استراتيجي للتصدير، ويساهم في تحقيق النمو الاقتصادي إذ مثل في سنة 2013 نسبة 30% من صادرات المنتجات الزراعية والصناعات الغذائية ونسبة 3% من الصادرات الإجمالية، وبلغ إنتاج زيت الزيتون في تونس نسبة 9% من الإنتاج العالمي (المرصد الوطني للفلاحة (ONAGRI)). كما بلغ معدل النمو السنوي للصادرات 8% خلال الفترة 2009-2013، واحتلت تونس المرتبة الرابعة في الصادرات العالمية وبحصة نسبتها 9%.

أهم الوجهات التصديرية لزيت الزيتون تتمثل في الاتحاد الأوروبي (إيطاليا، اسبانيا وفرنسا) والولايات المتحدة والمغرب.

وكان التوجه الحكومي منذ سنة 2006 هو المزيد من الاندماج في سلسلة القيمة صلب السوق العالمية لهذا المنتج عبر التركيز على تصدير زيت الزيتون المعبأ إذ تم إحداث صندوق تنمية زيت الزيتون المعبأ (FOPROHOC) وهو آلية مالية تهدف إلى تطوير الصادرات التونسية بالأسواق العالمية. وقد أدت هذه السياسة إلى ارتفاع في نسبة الصادرات التونسية من زيت الزيتون المعبأ إلى 10%.

التحليل الرباعي SWOT

مواطن القوة

- بروز شركات جديدة في القطاع لتجميع وتسويق زيت الزيتون
- بروز منتجين جدد لإنتاج وتحويل زيت الزيتون ذو جودة عالية
- كلفة العمالة منخفضة بالنسبة للاتحاد الأوروبي
- تنمية وتنشيط الزيت المعبأ
- موقع جغرافي استراتيجي والقرب من الاتحاد الأوروبي

- الإمكانات الكبيرة لتطوير زيت الزيتون البيولوجي
- دخول المزارع الجديدة في الإنتاج

مواطن الضعف

- تنامي روح المضاربة ونقص في المجهود الاستكشافي
- نقص في إستراتيجية المدى البعيد خاصة على مستوى الترويج والتسويق
- تركيز الصادرات على الاتحاد الأوروبي
- عدم وجود مخزون من زيت الزيتون ونقص في التمويل للتخزين
- نقص في المحافظة على جودة المنتج
- التركيز على زيت الزيتون السائب
- نقص في النفاذ إلى مصادر التمويل
- تنامي كلفة إنتاج زيت الزيتون

الفرص

- تنامي الطلب العالمي وصلب الاتحاد الأوروبي من زيت الزيتون
- تحسين صورة تونس كمنتج ومصدر لزيت الزيتون
- التفضيل الجمركي الممنوح من الاتحاد الأوروبي

التحديات

- بروز دول منتجة ومصدرة جديدة وإمكانية منحها تفضيل جمركي من الاتحاد الأوروبي
- الدعم عند الإنتاج الممنوح من طرف الاتحاد الأوروبي للمزارعين في البلدان الأعضاء في الاتحاد
- تبني الاتحاد الأوروبي مواصفات تخص الجودة والتسويق على المستوردات من بلدان خارج الاتحاد (التتبع، التعبئة والتغليف...)
- قيمة الرسوم الموظفة على المستوردات في إطار النظام العادي (خارج الحصص الممنوحة)

الرمز	تسمية المنتج
1601	سجق (قليض أو رفيع) ومنتجات مماثلة من لحوم أو من أحشاء وأطراف أو من دم حيواني؛ محضرات غذائية أساسها هذه المنتجات
1602	محضرات وأصناف محفوظة آخر من لحوم أو من أحشاء وأطراف أو من دم حيواني
1603	خلاصات وعصارات لحم أو أسماك أو قشريات أو رخويات ولاقريات مائية أخرى

مواطن القوة

- وفرة المدخلات (اللحوم البيضاء) في تونس
- اللحوم الباردة في تونس ذات جودة عالية باعتمادها نسبة 65% من اللحوم (لا تتعدى 60% بالنسبة لبلدان أخرى)
- احترام المعايير الدولية والمسالخ مجهزة بأحدث التقنيات وحسب المعايير الأوروبية
- الاندماج القبلي لإنتاج اللحوم الباردة يمكن من مراقبة جميع مراحل سلسلة القيمة (من إنتاج علف الحيوان إلى توزيع اللحوم)
- تثمين كل المخلفات لعلف الحيوانات الأليفة وهي منتجات يتم تصديرها نحو الاتحاد الأوروبي
- أسعار منافسة مقارنة بالشركات العالمية الكبرى

مواطن الضعف

- الأسواق الأوروبية تمنع دخول المنتجات التونسية بسبب عدم اعتماد المؤسسات المراقبة للمنتجات الحيوانية من طرف الاتحاد الأوروبي شهادات المطابقة : المنتجات من أصل حيواني، إذ أن المنتجات من أصل حيواني والمتأتية من البلدان الأخرى يجب أن تمتثل والمتطلبات التي تمنع إدخال أمراض الحيوان صلب الاتحاد الأوروبي. تتبثق المتطلبات من توجيه المجلس 2002/99/EC الذي يضع القواعد الصحية التي تنظم الإنتاج، التحويل، التوزيع وإدخال المنتجات ذات الأصل الحيواني صالحة للأكل.
- بالنسبة للأسماك، فمعدات الصيد لا زالت تقليدية مقارنة بالمغرب
- ندرة الإطارات القادرة على التصرف في جميع عمليات الإنتاج

التحديات

- إجراءات التصدير الالكترونية يمكن ان تتوقف بسبب التوقيع المادي للوثائق من طرف المسؤولين
- المنافسة شديدة من الشركات ذات الطاقة والحجم الكبير
- المعارض الدولية والمتخصصة في المنتجات لغذائية، والمدعومة من طرف مركز النهوض بالصادرات والمنظمة في بلدان أغادير عددها قليل وهو من شأنه أن يحد من الفرص التجارية الحقيقية لإيجاد شركاء وعملاء من طرف الشركات المصدرة.

الفرص

- وفقا لقواعد المنشأ الاورو متوسطية فان المنتجات من اللحوم معفاة من الرسوم الجمركية في الاتحاد الأوروبي
- يغطي برنامج تحديث الصناعة 70% من تكلفة شهادات الجودة
- وفرة النقل المبرد وأداءه موثوق به
- شهادات الاعتماد حلال في طريقها إلى التطوير بين المعهد الوطني للمواصفات والمخابر الخاصة
-

الرمز	تسمية المنتج
1604	أسماك محضرة أو محفوظة، خبياري (كافيار) وأبدالة المحضرة من بيض السمك
1605	قشريات ورخويات ولافقرقيات مائية أخرى، محضرة أو محفوظة

- أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع تمثلت في السردين والانشوجة والتونة المحفوظة، مع ونمو محتمل لأداء الصادرات ونسب نمو سنوية للصادرات مرتفعة بلغت على التوالي 26 %، 21 % و 31 % وذلك خلال الفترة 2009-2013، وموجهة بالأساس نحو إيطاليا، سوريا، ليبيا وفرنسا.
- هنالك طلب كبير على المستوى العالمي للتونة

مواطن القوة

- تم بذل مجهود من طرف الشركات لتنويع منتجاتها، آذ نجد بالأسواق حاليا فيليه سمك التونة بالزيتون والأعشاب
- تم تطوير قطاع الصناعات التحويلية للمنتجات الغذائية بداية من الثمانينات، وأصبح يوفر 200 ألف طن من المنتجات الجاهزة مما أدى إلى وضعية هيكلية بفائض في الإنتاج وأصبحت تونس مصدرا لهذه المنتجات المتنوعة معلبة ونصف معلبة ويتم تصديرها نحو 40 بلدا.
- بلغت شركات الصناعات الغذائية إلى مستوى عال من النضج فيما يتعلق بجوانب الجودة، فبالإضافة إلى المتطلبات الأوروبية بعض الشركات بدأت في الإجراءات الفعلية للحصول على شهادات المكتب الفدرالي للأغذية الأمريكي

- طورت بعض الشركات شبكة التوزيع خاصة بها لاجتناب عوائق النقل والتخزين
- التصرف الأمثل في عمليات التوزيع
- طورت بعض الشركات قدراتها الإنتاجية ووضعت خطوط إنتاج مخصصة حصريا للتصدير
- تطوير سياسة داخلية خاصة لتطوير المتصرفين لمواجهة النقص في الإطارات الفنية العالية.

مواطن الضعف

- معدات الصيد تبقى تقليدية في مجملها مقارنة بالمغرب
- ندرة الإطارات العليا القادرة على التصرف في جميع حلقات الإنتاج
- عدم توفر العمالة القريبة من مواقع الإنتاج

التحديات

- بعض منتجي التونة والسردين لا يمتثلون إلى معايير المطلوبة مما يؤدي إلى عزوف المصدرين لشراء الأسماك التونسية حتى وإن كانت من الشركات المصنعة التي تتمتع بالجودة المناسبة
- وجود بعض الاتفاقيات الثنائية بين بلدان المنافسة والبلدان المستوردة يحد من فرص التصدير باتجاه هذه الأسواق (نسبة الجمارك للمنتج التونسي نحو السنغال 53%)
- يمثل ميناء رادس عائقا كبيرا بسبب أجال العبور التي تجعل الشركات المصدرة تخفض في الأسعار لفائدة المستورد لعدم إيصال البضاعة في وقتها
- للمغرب ميزات تفضيلية مقارنة بتونس في مادة السردين وبذلك تكتسب تنافسية أكبر في الأسواق العالمية
- المنافسة التاييلندية كبيرة على منتج التونة خاصة نحو الأسواق التي يخضع فيها المنتج التونسي للرسوم الجمركية
- نظرا للطلب الكبير على التونة، فإن المواد الأولية ليست دائما متوفرة ويؤثر ذلك على نسق التوريد

الفرص

- القرب الجغرافي للأسواق الأوروبية، تمكن تونس من تصدير منتجاتها نحو إيطاليا وفرنسا
- هناك طلب في أسواق كندا والولايات المتحدة على المنتجات ذات القيمة المضافة العالية مثل المواد الغذائية العضوية، المواد المعلبة والنصف معلبة والإطباق الجاهزة.

الرمز	تسمية المنتج
17	سكر ومصنوعات سكرية

مواطن القوة

- الحلوى الطحينية تتميز بجودة عالية مقارنة بالمنافسة في المنطقة، متوفرة في عبوة معدنية ومرغوبة بالأسواق العالمية لان معدل السمسم/السكر أكبر من منتجات المنافسة.

مواطن الضعف

- مشكلة التمويل التي تحد من قدرات الشركات لمجابهة تقلبات أسعار السمسم عالميا
- الجهود التسويقية تبقى قليلة وظيفية عند كل الشركات نظرا لضعف هامش الربح في المجال.

الفرص

- تمثل المغرب سوق واعدة لتصدير الحلوى الطحينية
- سوق المنتجات السائبة متطور ومجدي، ولا يتطلب معايير معينة من حيث الجودة والتحويل، العائدات المتأتية من هذا المنتج يمكن أن يعاد استثمارها لتطوير المنتجات ذات القيمة المضافة العالية والمطلوبة من أسواق أخرى.

التهديدات

- تزايد سعر السمسم عالميا مما يؤدي إلى الزيادة في استعار الحلوى الطحينية الذي يجعل المستهلك يتوجه الى منتجات بديلة
- يجذب المستهلك الأردني والمصري شراء الحلوى الطحينية بأسعار منخفضة مما يقلص من فرص تصدير المنتج التونسي نحو هذه البلدان
- لمصر والأردن إنتاج من مادة الحلوى الطحينية لذلك ليست لديها حاجة للاستيراد من تونس
- الصادرات التونسية نحو الاتحاد الأوروبي محدودة نظرا للمنافسة اللبنانية والتركية واليونانية التي تعرض المنتج في عبوات معدنية.

الرمز	تسمية المنتج
19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب و فطائر

- بلغت الصادرات نحو الأردن 800.000 دولار سنة 2013
- الزيادة في الصادرات نحو المغرب من محضرات النشا والدقيق بقيمة 924.000 دولار سنة 2013
- الزيادة الكبيرة باتجاه مصر إذ بلغت قيمة الصادرات 1,170 مليون دولار سنة 2013 مقابل 108.000 دولار سنة 2009.
- بلغت قيمة الصادرات التونسية من هذه المنتجات 126 مليون دولار أمريكي مقابل 99 مليون دولار أمريكي سنة 2009
- أهم الصادرات التونسية متمثلة في العجائن الغذائية، البسكويت المحلي، رقائق الختم والكسكسي وينسب نمو سنوية على التوالي 5 %، 16 %، -2 % و 6 % خلال الفترة 2009-2013.
- أهم الأسواق التصديرية لهذه المنتجات هي ليبيا (24.9 %) ، النيجر (8.2 %) والجزائر (4.5 %).
- الصادرات نحو بلدان أغادير نسيا محدودة لكنها في تزايد

مواطن القوة

- يتميز إنتاج البسكويت والكعك التونسي بجودة عالية نظرا لان استيراد المواد الأولية يتم من أوروبا
- بعض الشركات لديها مخابر للبحوث ولها القدرة لإنتاج مواد عالية الجودة
- بعض المنتجين قاموا بشراكة مع بعض العلامات الكبرى الأوروبية مما أدى الى تطوير قدراتها الإنتاجية والتسويقية
- التوجه نحو المستهلك عبر تقديم تدريب لفائدة صانعي الحلويات عن كيفية استعمال المنتجات، وتوفير قاعدة بيانات تتعلق بالمستهلكين والموزعين

مواطن الضعف

- لم تتحصل كل الشركات على الشهادات الملائمة مما يمثل عائقا للتصدير نحو الاتحاد الأوروبي
- تكلفة التسويق ليست بمتناول شركات القطاع في الأسواق التنافسية مثل الأردن ومصر والمغرب، أين توجد عدة ماركات من نفس المنتج. بالإضافة إلى التكلفة العالية للإشهار (قد تصل إلى 400.000 دينار في المغرب)، لذلك فعمليات الترويج تقتصر على العمليات الظرفية والغير مكلفة.

الفرص

- يوجد طلب كبير على البسكويت في بلدان أغادير وبلدان المغرب العربي (ليبيا، الجزائر وموريتانيا) والشرق الأوسط (سوريا، لبنان واليمن)
- ليس هناك اختلاف في الأذواق في الأسواق المذكورة وهو لصالح الشركات، اذ تجعلها تستفيد من وفورات الانتاج

- الكعك (الكيك) هو منتج موسمي (الفترة الدراسية سبتمبر مايو) إذ يجب تعويضه بمنتجات بديلة مثل رقائق البطاطس
- بداية من سنة 2000 تم زرع حوالي 2000 هكتار من القمح العضوي (البيولوجي).

التحديات

- تم تطوير تكنولوجيات حديثة مكلفة وليست في متناول الشركات الصغرى والمتوسطة، والتي تمكن من أتمتة جميع مراحل الإنتاج من خلط الدقيق إلى تجميع المنتجات المعدة للتوزيع، وتعطي هذه التكنولوجيا منتجات ذات جودة عالية
- توجد عوائق في التصدير على مستوى الاكتضاض بميناء رادس
- إجراءات طويلة للحصول على تسمية "صنع في تونس" يزيد في كلفة التخزين
- توجد متطلبات خاصة للتصدير الى مصر فيما يتعلق بمواد التعبئة والتغليف

الرمز	تسمية المنتج
20	محضر خضر ، فواكه وأثمار أو محضر من اجزاء أخرى من النباتات

- بلغت صادرات تونس من هذه المنتجات 44 مليون دولار سنة 2013 مقابل 23 مليون دولار سنة 2009
- اهم منتج مصدر من طرف تونس هي الطماطم المحضرة أو المحفوظة (مصبغات الطماطم) وينسب نمو سنوية عالية

مواطن القوة

- تزايد المساحات المخصصة للزراعات العضوية بداية من سنة 2000 وبمعدل نمو سنوي 18.4%
- شبكة التوزيع متطورة وتشمل المساحات الكبرى، المغازات الصغيرة والسوق الحرة
- في سنة 1999 تم اعتماد مخبر المجمع المهني المشترك للمصبرات الغذائية من طرف اللجنة الفرنسية للاعتماد COFRAC تبعاً للمرجعية EN 45001 و ISO CEI 17025. في سنة 2001 تحصل المجمع على شهادة اللجنة الوطنية للاعتماد TUNAC، ومن دور المجمع كذلك توفير اليقظة التكنولوجية، وانجاز دراسات خصوصية تتعلق بالجودة، ويشارك في التحاليل المقارنة بين المختبرات العالمية.
- للمجمع تجهيزات للتقييس تمكنه من اختبار التجهيزات المعايير بنفسه. ويعرض المجمع خدماته على شركات القطاع فيما يخص التحاليل الفيزيائية والكيميائية والبكتريولوجية .

مواطن الضعف

- تطوير تكنولوجيا جديدة مكلف وليت بمتناول الشركات الصغرى والمتوسطة. وتمكن هذه التكنولوجيا من أتمتة كل مراحل الإنتاج، وتعطي منتجات ذات جودة عالية
- معظم الشركات صغيرة الحجم الذي يجعلها غير منافسة بالنسبة للشركات الأجنبية وخاصة المصرية
- عدم اعتماد نظام التصرف في الجودة بصفة رسمية بالمصانع كعنصر رئيسي لتحسين الجودة، مما يؤثر على تنافسية المنتج في الأسواق العالمية
- موسمية وعدم انتظام التوريد من المواد الوالية يؤثر سلباً على القدرات التحويلية للمصانع
- بعث مخبر داخلي مكلف (2 مليون دينار) وليس في متناول الشركات صغيرة الحجم
- توجد حاجة ملحة من ناحية التسويق وتدريب العمالة
- الأكياس القابلة للتعقيم غير متواجدة في تونس، وهو عنصر هام إذا أرادت الشركة التواجد بالمساحات الكبرى للتوزيع.
- العبوات البلاستيكية غير متوفرة بالسعر المناسب والجودة المطلوبة
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على المغرب 0.4%

الفرص

- ان الطلب العالمي متزايد حول المحضرات من الخضر مثل الصلصات والسلطات خاصة في البلدان الاسكندنافية، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، اليابان وأستراليا. كما أن لمساحات الكبرى للتوزيع تبيع هذه المنتجات تحت علاماتها
- هناك فرص وإمكانات بالأسواق يمكن استغلالها عبر إنتاج مواد جديدة تعتمد المزج مع زيت الزيتون والمنتجات العضوية والذي يمكن من تحسين سلسلة القيمة
- الشركات التونسية متواجدة بالمعارض العالمية المختصة مثل SIAL Paris و TUTTOFOOD MILAN و FANCYFOOD NEW YORK و FOODEX JAPAN
- وفرة انتاج الزيتون بالمغرب ومصر في حال نقص الإنتاج في تونس
- السوق الأوروبية طالبة لمنتجات متنوعة وجديدة مثل الزيتون بالبهارات (الليمون، الفلفل...) وزيت الزيتون بالبهارات
- شهادة الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة في قطاع الصناعات الغذائية والمعمول بها مع ليبيا تسهل انسياب هذه السلع نحو هذه الوجهات
- يمكن اعتماد مبدأ التجميع عند التصدير بالسيارات المبردة (عدة منتجات في حاوية واحدة) وتقاسم التكلفة
- توسع الطلب في السوق المحلية وتغير العادات الاستهلاكية يمكن من استيعاب ثلاث شركات أخرى لإنتاج رقائق البطاطس، ومن ثم تطوير الصادرات

التحديات

- تكلفة الاختبارات مرتفعة والتي تعتمد قاعدة الصنف وليس الوزن، والذي يؤثر على السعر النهائي عند البيع، فتكلفة علبة الزيتون في تونس تصل الى 1,900 دينار في حين التكلفة في إيطاليا 0,400 دينار فقط
- تكلفة النقل في تزايد مستمر والآجال من 5 الى 20 يوما خاصة عند إلغاء الرحلات البحرية بين تونس وتركيا
- المنافسة شديدة بالأسواق الأوروبية ، مع تواجد العلامات الكبرى مثل LAYS لرقائق البطاطس .

الرمز	تسمية المنتج
2002	بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك

مواطن الضعف

- توجهات الأسواق العالمية نحو المنتج المعتمد عضوي، قلة من الشركات في تونس متحصلة على هذه الشهادة حسب الأنظمة الأوروبية 2092/92
- الطاقات الإنتاجية غير مستغلة وهو ناجم عن موسمية وعدم انتظام المواد الأولية.

الفرص

- بلغت صادرات تونس من البندورة المحضرة 31.6 مليون دولار أمريكي سنة 2013 وبمعدل نسبة النمو السنوية 29% خلال الخمس سنوات الاخيرة
- يوجد طلب كبير من البندورة المجففة خاصة في إيطاليا وألمانيا وبولونيا. ومن المفترض تواصل هذا الطلب على هذا المنتج في السنوات القادمة، وهو راجع بالأساس الى توعي المستهلك الأوروبي نمط عيش يعتمد السلامة والصحة وهم مستعدون للدفع مقابل أسعار مرتفعة.

التحديات

- يلاحظ أن نفس المستورد هو الوكيل لعدة شركات منافسة، لذلك فالمنافسة شديدة على مستوى الأسعار لتأمين حصة من السوق. ويتم ذلك عبر المشاركة في تكلفة العمليات الترويجية للمنتج في السوق المعنية

- يخضع تصدير البندورة المحضرة نحو الاتحاد الأوروبي الى نظام الحصص الذي يجب أن يوزع على 27 شركة مصنعة من طرف وزارة التجارة
- بالنسبة للطماطم المجففة فالمصدرين التونسيين لا يمثلون الرابطة القوية من سلسلة القيمة، إذ أن الهوامش الكبيرة مستغلة من طرف الموزعين الأجانب في حين أن مشاركتهم تقتصر على مواد التعبئة والتغليف. مثال ذلك فسر البيع لهذا المنتج الى المستورد الايطالي 4.5 يورو في حين يصل سعر البيع للمستهلك 33 يورو. لذلك فالشركات التونسية ستكسب كثيرا اذا استثمرت في تنويع المنتج عبر إضافة زيت الزيتون والبهارات وتعبئته تحت علامة تجارية معروفة مثل "كارفور".

الرمز	تسمية المنتج
21	محضرات غذائية متطورة
2103	صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر

مواطن القوة

مواطن الضعف

- بالنسبة لانتاج المايونيز والكتشب والصلصات فالأسعار مرتفعة مقارنة بالمنافسة وهو راجع بالأساس إلى استيراد أغلب مدخلات الإنتاج (عبوة زجاجية، والقبعات المعدنية والتوابل والزيت...)، وهذا لا يشجع المستهلك النهائي وكذلك شركات التجارة التي تبحث على أسعار منافسة
- كما أن تطوير تكنولوجيا جديدة مكلف وليست في متناول الشركات الصغرى والمتوسطة. التكنولوجيا المعنية تمكن من أتمتة كل مرحلة من الإنتاج على خط متواصل باستخدام تقنية متقدمة في الطهي والتعقيم، والتي تعطي منتج نهائي ذو جودة عالية
- انتاج الكتشب وصلصات البندورة هو إنتاج موسمي ويعتمد على تزويد غير منتظم الذي يحد من الاستغلال الكامل لخط الإنتاج (الطاقات المستغلة 50% فقط).

الفرص

- إن التغيرات الاجتماعية والديموغرافية التي تشهدها المجتمعات منذ عدة سنوات تؤكد على أن لدى المستهلك وقت ضيق مخصص للطهي (تزايد تشغيل المرأة، نسبة العزوبية وكبار السن) وهو ما يؤكد على تنامي الطلب على الصلصات المحضرة.

التهديدات

- المنافسة شديدة بالسوق الأوروبية بسبب تواجد العلامات الكبرى مثل HEINZ و LESIEUR
- ليس لتونس سلطات مختصة لمراقبة التصدير معتمدة من الاتحاد الأوروبي لتصدير المنتجات من الأصل الحيواني مثل المايونيز
- عدم انتظام إنتاج معجون الطماطم والحماية على مستوى الاستيراد لا تمكن من التواجد الدائم لمركز الطماطم بالكسر البارد أو الساخن اللازمة لإنتاج الكتشب.

4.3 تقرير حول الأردن

يعتبر قطاع التصنيع الغذائي في الأردن من أهم القطاعات التي تؤثر على الناتج المحلي الإجمالي حيث أنها تشكل (3.5%) من الناتج المحلي الإجمالي ونسبة النمو في الاقتصاد المحلي تصل 2.8% وتتمتع المنتجات الأردنية بسمعة عالية جداً على الصعيد المحلي والخارجي وتصل صادرات الأردن الغذائية من إجمالي الصادرات إلى 18.53% وشكلت الصادرات إلى العالم العربي ما يقارب 48.63% من إجمالي الصادرات و3.6% نحو الاتحاد الأوروبي.

تعتبر الصناعات الغذائية على درجة عالية من الأهمية والتميز كونها تعتبر إحدى أهم مرتكزات الأمن الغذائي من جانب، ونظراً لما يحتويه هذا القطاع على آفاق للتربط والتشابك مع قطاعات أخرى عديدة سواء كانت مكملية أو ضرورية لهذا القطاع من جانب آخر ومن الأهمية الإستراتيجية لهذا القطاع عمله على رفع القيمة المضافة للقطاع الزراعي الأردني حيث أن الصناعات الغذائية الزراعية تعزز الترابط نحو المصدر (Backward Integration)، كما ولا بد لها من العمل على تحقيق أعلى مستويات الإنتاجية في إطار منطور ومقبول من الجودة، هذا كله ضمن تكاليف اقتصادية مقبولة مناسبة لمثل هذه الصناعات.

ونظراً لأهمية هذه الصناعة المتمثلة في ارتباطها المباشر بحياة وسلامة وصحة الإنسان باعتبارها مصدر أساسي لتزويده باحتياجاته الغذائية، فقد سعى القائمين على هذه الصناعة على أن تكون الأولى في تطبيق المواصفات القياسية ومعايير الجودة والسلامة الغذائية هذا بالإضافة إلى اهتمامها وتركيزها على جوانب البحث العلمي التطبيقي والذي يؤدي بدوره إلى تطور القطاع الصناعي الأردني.

1.4.3 المؤشرات الاقتصادية لقطاع الصناعات الغذائية

أبرز المنتجات الصناعية في هذا القطاع أو القطاعات الفرعية الواردة ضمن هذا قطاع الصناعات التحويلية و الغذائية والزراعية والثروة الحيوانية :

الحيوانات الحية والمنتجات الحيوانية واللحوم

الفاكهة والخضروات ومنتجاتها المصنعة

الزيوت النباتية والحيوانية

منتجات الكاكاو والشوكولاته والسكر والسكريات والحلويات الشرقية والحلاوة

منتجات الألبان

الحبوب والدقيق والنشا والمعجنات ومنتجات المخازير

المشروبات الكحولية والغازية والعصائر والخل والمياه المعدنية

التبغ وبدائل التبغ المصنعة

المنكهات والملح والتوابل، الشوربه، رقائق البطاطا والذرة .

ويلاحظ من الاستعراض لأبرز الصناعات التحويلية و الغذائية والزراعية والثروة الحيوانية صناعة الألبان على سبيل المثال لا الحصر حيث يعتبر هذا المنتج من أكثر المنتجات ارتباطاً بالإنسان وحاجاته الغذائية ويضم بالإضافة للألبان والحليب المبستر، والمعقم، والمحلى، ولبن الزبادي، واللبن الشراب، واللبن، والزبدة، والقشدة، والسمن، والأجبان المختلفة، والآيس كريم، وغير ذلك من المنتجات.

وتتمتاز صناعة منتجات الألبان بتشابكها مع القطاع الزراعي، وتربية الحيوان الذي يشكل المصدر الأول والأساسي للحليب الخام، كما تتكامل وتتشابك صناعة الألبان والصناعات الغذائية بشكل عام مع منتجات التعبئة والتغليف، ومع قطاع النقل والتبريد، والمواصلات، والمطاعم والفنادق وغيرها.

واقع نشاط القطاع:

للاطلاع على واقع القطاع والتعرف على أبرز ملامحه سيتم التطرق إلى ما شهده القطاع من تطور في إعداد وحجم المنشآت العاملة في القطاع ورؤوس الأموال المسجلة للشركات العاملة فيه واستيعابها للقوى العاملة ومساهمتها في التشغيل هذا بالإضافة إلى نشاطها التصديري.

عدد المنشآت في القطاع

في سنة 2012 بلغ مجموع المنشآت العاملة في قطاع الصناعات الغذائية المسجلة في الغرف الصناعية الثلاث (عمان، الزرقاء، إربد) 1732 منشأة محلية مقارنة بعددها في عام 2011 والذي بلغت فيه عدد المنشآت 1682 منشأة، مسجلة بذلك نمواً في عددها نسبته 5% وجاء هذا الفرق في كل من المنشآت الصناعية والحرفية العاملة في القطاع وفقاً لما يوضحه الجدول رقم (1).

ويلاحظ من الاستعراض لأبرز الصناعات التموينية و الغذائية والزراعية والثروة الحيوانية صناعة الألبان على سبيل المثال لا الحصر حيث يعتبر هذا المنتج من أكثر المنتجات ارتباطاً بالإنسان وحاجاته الغذائية ويضم بالإضافة للألبان والحليب المبستر، والمعقم، والمحلى، ولبن الزبادي، واللبن الشراب، واللبن، والزبدة، والقشدة، والسمن، والأجبان المختلفة، والآيس كريم، وغير ذلك من المنتجات.

جدول رقم (53): أعداد المنشآت في قطاع الصناعات الغذائية للأعوام 2011-2012

الغرف المحلية	المنشآت الصناعية			المنشآت الحرفية			المجموع		
	2011	2012	النمو	2011	2012	النمو	2011	2012	النمو
عمان	255	202	-20.7%	629	594	-5.5%	884	796	-8.8%
الزرقاء	95	104	9.4%	475	499	5.1%	570	603	3.3%
إربد	23	26	13.1%	223	307	37.6%	246	333	8.7%
المجموع	373	332	-10.7%	1309	1400	9.1%	1682	1732	5%

يبين الجدول رقم (1) زيادة في أعداد المنشآت الصناعية والحرفية المسجلة في غرفة صناعة إربد بنسبة 8.7% وكذلك غرفة صناعة الزرقاء بنسبة 3.3% بينما شهدت غرفة صناعة عمان نمو سالباً في أعداد المنشآت بنسبة 8.8%.

شكل رقم (1): أعداد المنشآت في قطاع الصناعات الغذائية للأعوام 2011-2012 حسب التوزيع الجغرافي



2.4.3 بيئة الأعمال

حسب تقرير نشاط ممارسة الأعمال للبنك الدولي الذي يقوم بمقارنة مناخ الأعمال والاستثمار بين 189 بلداً، فإن الأردن قد تراجع بمرتبة واحدة بين سنتي 2014 و 2015. إذ مر من المرتبة 116 إلى 117 عالمياً.

ممارسة الأعمال

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالمياً
بدء النشاط التجاري (المرتبة)	86	28	74	زيلندا الجديدة (1)
بدء النشاط التجاري (مقياس الاقتراب من الحد الأعلى للأداء)	85.61	93.00	88.08	زيلندا الجديدة (99.96)
الإجراءات (العدد)	7.0	5.0	6.0	زيلندا الجديدة (1.0)
الوقت (الأيام)	21.4	4.5	13.0	زيلندا الجديدة (1.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي)	21.4	4.5	13.0	سلوفينيا (0.5)
الأدنى المدفوع من رأس المال (%) من متوسط الدخل الفردي)	0.0	0.0	13.8	12 بلداً (0.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB2015

يبين الجدول السابق أن ترتيب الأردن فيما يتعلق ببدء النشاط التجاري نسبياً متوسط، خاصة فيما يتعلق بعدد الإجراءات اللازمة، والآجال لبدء العمل التجاري.

الحصول على الكهرباء

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالمياً
الحصول على الكهرباء (المرتبة)	44	60	74	كوريا الجنوبية (1)
الإجراءات (العدد)	5.0	5.0	5.0	12 من الاقتصاديات (3.0)
الوقت (الأيام)	50.0	79.0	85.0	كوريا الجنوبية (18.0)
التكلفة (%) من متوسط	315.9	42.9	242.0	اليابان (0.0)

				الدخل الفردي)
--	--	--	--	---------------

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

موقع الأردن جيد على مستوى هذا المؤشر، لكنها تبقى بعيدة عن أفضل الممارسات خاصة على مستوى الوقت اللازم للحصول على الكهرباء الذي يستغرق 50 يوما في الأردن مقابل 18 يوما في كوريا الجنوبية التي اعتمدت نظام النافذة الوحيدة بالمناطق الصناعية.

استخراج تراخيص البناء

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التعامل مع استخراج تراخيص البناء التجاري (المرتبة)	126	86	105	هونغ كونغ (1)
الإجراءات (العدد)	16.0	8.0	7.0	هونغ كونغ (5.0)
الوقت (بالأيام)	63.0	183.0	229.0	سنغافورة (26.0)
التكلفة (%) من متوسط الدخل الفردي)	9.5	4.7	5.2	قطر (5.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

مرتبة الأردن من خلال المؤشر غير مريحة مقارنة بأفضل الممارسات في الغرض وهي هونغ كونغ وبلدان الخليج، وهو راجع بالأساس إلى الإجراءات اللازمة لاستخراج تراخيص البناء.

الحصول على الائتمان

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
الحصول على الائتمان (المرتبة)	185	71	52	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر قوة الحقوق القانونية (0-)	0	4	5	23 من الاقتصاديات (12)
مؤشر عمق المعلومات الائتمانية (0-6)	0	6	7	23 من اقتصاديات (8)
تغطية السجلات الائتمانية (%) من عدد السكان الراشدين)	2.2	44.5	50.0	البرتغال (100.0)
تغطية المراكز الخاصة للمعلومات (%) من عدد السكان الراشدين)	0.0	0.0	15.0	23 من الاقتصاديات (100.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة 2015 DB

التجارة عبر الحدود

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
التجارة عبر الحدود (المرتبة)	54	10	30	سنغافورة (1)
عدد المستندات اللازمة لإتمام التصدير	5	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام التصدير	12.0	10.0	10.0	5 اقتصاديات (6.0)

تكلفة التصدير (بالدولار الأمريكي لكل حاوية)	825.0	1,335.0	1,310.0	تيمور الشرقية (410.0)
تكلفة التصدير (دولار أمريكي منكش لكل حاوية)	825.0	1,335.0	1,310.0	
عدد المستندات اللازمة لإتمام الاستيراد	7	2	4	ايرلندا (2)
الوقت اللازم لإتمام الاستيراد (بالأيام)	15.0	11.0	9.0	سنغافورة (4.0)
تكلفة الاستيراد (بالدولار الأمريكي)	1,250.0	1,445.0	1,400.0	سنغافورة (440.0)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB2015

يحتل الأردن المرتبة 54 وهو ترتيب نسبيا جيد في ما يخص مؤشر التجارة عبر الحدود، لكنه يبقى بعيدا عن البلدان المتقدمة مثل سنغافورة التي تتميز بمدة إتمام عمليات الاستيراد بأربع أيام مقابل 15 يوما بالنسبة للأردن.

حماية المستثمرين الأقلية

المؤشر	الأردن	فرنسا	اسبانيا	أفضل الأداء عالميا
حماية المستثمرين الأقلية (المرتبة)	154	17	30	زيلندا الجديدة (1)
مؤشر أنظمة تضارب المصالح (10-0)	3.3	5.7	5.3	سنغافورة (9.3)
مؤشر نطاق الحوكمة وحقوق المساهمين (10-0)	5.0	7.8	7.5	فرنسا (7.8)
مؤشر نطاق قوة حماية المستثمرين (10-0)	4.2	6.8	6.4	زيلندا الجديدة (8.2)

المرجع : تقرير أنشطة ممارسة الأعمال لسنة DB 2015

مرتبة الأردن متدنية فيما يخص مؤشر حماية المستثمرين الأقلية، وهي بعيدة عن مراتب فرنسا واسبانيا وهو راجع بالأساس إلى الصبغة العائلية للعمل التجاري وحوكمة الشركات في الأردن.

3.4.3 السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية

سياسة تشجيع الاستثمار المحلية:

يعتبر قانون تشجيع الاستثمار رقم (16) لسنة 1995 إطاراً تشريعياً ملائماً لجذب الاستثمارات الأجنبية وتحفيز الاستثمارات المحلية، فهو منافساً لما تضمنه من مزايا وحوافز وضمانات لقوانين الإستثمار على مستوى الإقليم، حيث يقدم الإعفاءات الجمركية والضريبية للمشاريع الاستثمارية ضمن قطاعات: الزراعة و الصناعات الغذائية. وفيما يلي أهم المزايا والحوافز التي يقدمها قانون تشجيع الاستثمار الأردني للمشاريع الاستثمارية: (الإعفاءات الجمركية)

* تعفى قطع الغيار من الرسوم والضرائب الجمركية على أن لا تتجاوز قيمتها 15% من قيمة الموجودات الثابتة التي تلزمها هذه القطع.

* تعفى الموجودات الثابتة للمشروع من الرسوم والضرائب الجمركية لغايات التوسع أو التحديث أو التجديد إذا ما أدى ذلك إلى زيادة لا تقل عن 25% من الطاقة الإنتاجية للمشروع.

* تعفى من الرسوم والضرائب الزيادة التي تطرأ على قيمة الموجودات الثابتة المستوردة لحساب المشروع إذا كانت الزيادة ناتجة عن ارتفاع أسعار تلك الموجودات في بلد المنشأ أو عن ارتفاع أجور شحنها أو تغير في سعر التحويل.

(التسهيلات الضريبية)

* تستوفي ضريبة الدخل الخاضع للضريبة للشركات العاملة ضمن قطاع الصناعة بنسبة (15%)، وصفر للمشاريع الزراعية.

* قسمت المملكة إلى ثلاث مناطق تنموية (أ، ب، ج) حسب درجة التطور الاقتصادي بحيث تتمتع المشاريع الاستثمارية ضمن القطاعات المنصوص عليها في قانون تشجيع الاستثمار المقامة في أي من هذه المناطق بإعفاءات من ضريبة الدخل (المذكورة آنفاً) وضريبة الخدمات الاجتماعية لمدة عشر سنوات من تاريخ بدء العمل لمشاريع الخدمات أو الإنتاج الفعلي للمشاريع الصناعية على النحو التالي:

✓ 25% إذا كان المشروع في المنطقة التنموية (أ).

✓ 50% إذا كان المشروع في المنطقة التنموية (ب).

✓ 75% إذا كان المشروع في المنطقة التنموية (ج).

مؤسسات الدعم:

يوجد داخل المملكة عدة برامج داعمة تساهم في المنافسة العالمية للصناعات المحلية من أهمها مشروع الربط بين الجهات الداعمة والقطاع الصناعي ومن هذه الجهات الداعمة :

❖ برنامج دعم المؤسسات ودعم الصادرات jump II:

أهدافه: يقوم البرنامج JUMP II على دعم القطاعات الصناعية والصناعات الزراعية في الأردن بتعزيز القدرات التنافسية للشركات الصغيرة والمتوسطة في القطاعات المذكورة ومساعدة الشركات الأردنية للمنافسة في الأسواق العالمية، والخدمة المقدمة تتمثل في منحة مالية لتطوير المشاريع. وحددت موازنة المشروع بـ 8.75 مليون يورو، حيث يقدم للصناعة ما قيمته 50000 يورو و 100000 يورو للمصانع القائمة .

المدة 2011-2014 وتم التجديد لبرنامج دعم الصناعة منها الصناعات الزراعية .

❖ الصندوق الوطني لدعم المؤسسات (نافس):

أهدافه: مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأردن على قدراتها وأنظمتها الإدارية لمنافسة محلياً وعالمياً، ودعم المشاريع التي تحمل أفكار جديدة ومشاريع حديثة التأسيس التي تعمل في مجال الصناعة وخدمات الخدمة المقدمة: منحة مالية، تدريب إدارية، أنظمة جودة، دراسات الجدوى، وأخرى موازنة المشروع: المبلغ غير محدد، ومدة المشروع: 2011-2013 وتم تجديد البرنامج

❖ البرنامج الوطني (دكتور لكل مصنع):

أهدافه: الاستفادة من المعرفة والخبرات الكامنة لدى الأكاديميين المتميزين في الجامعات الأردنية، تعزيز قدرات العاملين في البحث العلمي التطبيقي، تطوير مشاريع بعيدة المدى

الخدمة المقدمة: التدريب، التعليم على التكنولوجيا الحديثة، الحصول على المورد البشري

ميزانية المشروع: غير محدد، ومدة المشروع: ثلاثة أشهر من كل فصل صيفي، سنوياً لمشاريع الاستثمارية

❖ صندوق دعم البحث العلمي والتطوير في الصناعة:

أهدافه: دعم القطاع الصناعي في استثمار في العلوم وتكنولوجيا بما يحقق تطور نوعياً الخدمة المقدمة: يتم الدعم البحث إن كان سيحقق جودة أو كفاءة أو تكنولوجيا أعلى ويتم تحديد ذلك من خلال لجنة فنية. وميزانية المشروع: 300,00 دينار أردني، أما مدته فمستمرة.

❖ مركز تطوير الأعمال:

أهدافه: يساهم الصندوق في تنفيذ برامج تنمية تخلق فرص عمل والعمل على بث روح القيادة والتنافسية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة.

الخدمة المقدمة: يقوم البرنامج بتدريب الموارد البشرية، ويقوم أيضا بربط ما بين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع المؤسسات المالية لتقليل الفجوة بين هذه المؤسسات والبنوك

❖ غرفة صناعة عمان:

أهدافها: تحقيق تنمية القطاع الصناعي وتطوير تنافسية المنتجات الأردنية في الأسواق المحلية والعالمية الخدمة المقدمة: دعم أنظمة الجودة، دعم أنظمة الطاقة المتجددة وترشيد الطاقة منحة بنسبة 50% من التكلفة ويسقف 2500 دينار لتطوير أنظمة الجودة و 7000 دينار لأنظمة ترشيد الطاقة و 5000 دينار لأنظمة (CE-Marking ,GMP)، ومدة المشروع: 2014-2015.

❖ البنك الأوروبي:

أهدافه: تحقيق تنمية القطاع الصناعي للمنافسة في الأسواق المحلية والعالمية وخدمات تمويلية. والخدمة المقدمة تتمثل في دعم أنظمة الجودة، دعم دراسات الجدوى، دعم خدمات البرمجيات، و دراسات الأسواق. يقدم هذا البرنامج منحة بقيمة 50% - 70 % بسقفه 5000 دينار، و ميزانية المشروع : 1000000 يورو، ومدته 2014-2015

❖ برنامج المساعدات الأمريكية USAID

يهدف المشروع الى تنمية القطاع الصناعي في السوق المحلية ويجري التركيز على الصناعات الغذائية في المحافظات. ومجالات التدخل تتمثل في دعم أنظمة الجودة، دراسات الجدوى، البرمجيات، دراسات الأسواق... ويقدم البرنامج منح تتراوح نسبتها بين 80 و 90% بسقف 60.000 دينار، أما الميزانية المرصودة فقد حددت بـ 10 ملايين دولار أمريكي. ويمتد المشروع خلال الفترة 2014-2017.

تقييم اللوجيستية

النقل البحري:

تعتمد المملكة الأردنية على ميناء العقبة فقط في ما يخص الشحن البحري وهو ميناء مظل على خليج العقبة، ويتم الاستيراد من خلاله ما يقارب 11.78 مليون طن ويتم التصدير منه ما يقارب 4.53 مليون طن موزعة على مختلف البضائع.

النقل البري:

نسبة الحدود البرية مع الدول المجاورة تقارب 99%، وعدد القاطرات النقل في الأردن حوالي 15,645 قاطرة، كما تمتد طرق في الأردن مسافة 2,651 ألف كيلو متر ويتواجد معابر حدودية مع العراق، السعودية، سوريا، وفلسطين.

النقل الجوي

ويتواجد ثلاث مطارات مخصصة لنقل أو شحن الجوي، مطاران في عمان (مطار ملكة علياء، ومطار ماركا ومطار في العقبة مطار الملك حسين الدولي)، ويتم الشحن لتصدير عن طريق المطارات 39.3 ألف طن ويتم تفريغ حوالي 63 ألف طن. يمثل عامل نقل البضائع أهم عائق أمام تطوير التجارة البينية لدول اتفاقية أغادير، إذ أن الخطوط البحرية بين البلدان ليست متطورة:

- وجود شركة الجسر العربي للشحن البحري التي تجمع الأردن بمصر، عن طريق خط العقبة النوبيع،
- لا يوجد خطوط مباشرة بين الأردن وتونس والمغرب وهو من شأنه أن يزيد في تكلفة الشحن وفي المدة التي تتعدى الشهر.
- ليست هنالك خطوط شحن جوي بين الأردن والمغرب، فقط الشحن الجوي مع مصر متوفر بصفة كافية، ومتواجد وبمعدل ثلاث رحلات أسبوعياً بالنسبة لتونس.
- وبالرجوع إلى الدراسة التي أنجزتها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير حول التقليل في تكلفة النقل بين بلدان أغادير، والتي خلصت إلى أن تكلفة النقل عالية جداً بين البلدان وأن آجال إيصال البضائع كبيرة (بين شهر وأربعين يوماً)، مما يؤثر سلباً على نسق المبادلات التجارية
- التبادل البحري عبر الحاويات المبردة غير منتظم ومكلف بسبب إعادة الشحن بالموانئ الأوروبية
- الشركات التي تم لقاءها في إطار هذه الدراسة تؤكد عن عدم انتظام الشحن الجوي وعدم تواجد الطاقة المطلوبة خاصة في فترات الذروة.

مسالك التوزيع

شهدت الأردن خاصة بالعاصمة عمان تطور كبيرة في سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة على غرار كارفور، سايفواي والتي تمكن من ترويج البضاعة الأردنية وتشجع الشركات الأردنية على الامتثال لقواعد الجودة ومنها إمكانية التصدير.

4.4.3 خلاصة البحث الميداني

تم انجاز عدد من الزيارات واستقصاء 12 شركة تصديرية عاملة في قطاع الصناعات الغذائية، كعينة ممثلة للقطاع وذلك باعتماد عدد من المؤشرات بهدف تقييم طاقاتها الإنتاجية، وموقعها من الصادرات في التجارة البينية وباتجاه الاتحاد الأوروبي، وتحديد المحاور التي يستوجب التركيز عليها لتطوير قطاع الصناعات لغذائية (انظر الملحق المتعلق بالأردن) وان نتائج التحقيق الميداني فهي كالاتي:

- ✓ إن نسبة التعامل كتصدير من دول أغادير تكاد تكون محصورة في مصر بينما أخذت الدول العربية الأخرى الحصة الأكبر من السوق مطابق لما تعبر عنه الأرقام الرسمية وأما الدول الغربية فأن نسبة التعامل مرتفعة جداً تم تفسيره بسبب القوة الشرائية لتلك الدول مع تماشي المنتجات الأردنية مع المواصفات العالمية ولعدم معرفة التاجر بتفاصيل أسواق المغرب وتونس .
- ✓ هناك تنوع من ناحية التسويق سواء الداخلي أو الخارجي مع زيادة اكبر لتوزيع المحلي المباشر مما يعني أن تكلفة التوزيع متقاربة من ناحية التكاليف والوقت وكمية التسويقية.

- ✓ المعالجة الصناعية للمنتجات أخذت 92% من أجمالي التصنيع مما يعني أن تحديات المصانع في تطوير خطوط الإنتاج تحد من التوسع.
 - ✓ أن عدد الشركات التي تستغل طاقتها الإنتاجية 67% و نسبة الرضي عن توفر المواد الأولية 42% مما يعني أن توفير مواد أولية لمصانع مع فتح الأسواق سيساعد على استغلال تلك المصانع لطاقاتها الإنتاجية دون تكاليف ثابتة (استثمارية).
 - ✓ إن الشركات التي ترى توفر في الموارد البشرية مع نقص في المهارة (على أساس أجور الشركات) تبدو منطقية حيث تعبر النسبة عن مدى خروج الكفاءات مع إحلالها بأخرى غير ذلك لذا يجب النظر في نقطة برامج التدريب للموارد البشرية مع إدارتها مالياً.
 - ✓ بلغت نسبة مشاكل النقل المالية من قبل الشركات 58% ويعزى ذلك إلى استيراد مشتقات الوقود مع وجود ميناء واحد فقط للنقل البحري وخدماته سيئة وأسعاره غير منافسة مما يجعل الجانب المصري يخسر صفقات كبيرة وفرص استثمارية جيدة حيث لو تم مقارنة سعر نقل حاوية عشرين قدم من الصين 800 دولار بينما مصر 3000 دولار .
 - ✓ أن معايير المستثمر الأردني للتصدير مرتبطة بشكل أساسي بمتطلبات السوق الخارجية من جودة مع جدوى الاستفادة منها على صعيد التسويق لذلك ينظر المستثمر المحلي للجودة الدولية على انها عائق مالي 83% بداية ثم تترسخ لديه فكرة القيمة المضافة لتلك الأنظمة نظراً لوصف المستثمر المحلي لمعايير الجودة المطبقة وتوفر المختبر إلى 100% في جميع المصانع المذكورة. والمختبرات في المصانع لا تتعدى عند 50 % من المصانع عن فحوصات الميكرو وتخلوا عادة من فحوصات الجودة . رغم أن أغلب المصانع أجابت بوجود مختبر .
 - ✓ أن نسبة المستثمرين الذين يريدون زيادة الحصة المحلية وخارجية بلغت 67% مما يعني أن تلك المصانع تسعى إلى زيادة عامة في الإنتاج بينما 33% المتبقية تريد إدارة الموارد الإنتاجية بحيث تتجه إلى إحدى السوقين أو حتى تقليل الإنتاج العام.
 - ✓ حددت أولويات المصانع الغذائية مشاكل الاستيراد من أغادير: (42% جودة المنتج، 25% الالتزام والثقة، 17% الأسعار)، ويمكن دمج بند الالتزام والثقة مع مشاكل الجودة حيث يعتبر رضى الزبون من أمور الجودة التي يجب التنبه بها، اما بند الأسعار فيمكن تخطيه بمبررات الجودة العالية في حالة تطبيق أنظمة الجودة لدى المصدرين في أغادير حيث أغلب المصانع تحتاج الى أنظمة فاعلة مثل حلال و 22000:2005 و FSSC22000 , BRC
 - ✓ حددت أولويات المصانع الغذائية مشاكل التصدير إلى أغادير: الأسعار والمنافسة 25%، ولكن العلم بمتطلبات السوق في أغادير وصلت إلى 33% فقط وتبدو النسبة منخفضة جداً وهي السبب الرئيسي لمشاكل التصدير لدول اتفاقية أغادير .
- من أهم الاقتراحات التي تبنتها الشركات أنشاء توعية حول أغادير وهو ما أنعكس على علم المستثمر الأردني بفوائد تراكمية المنشأ 8% فقط مع عمل لقاءات مشتركة بالترابطات المتوقعة التجارية منها والصناعية

5.4.3 تحليل SWOT لكل القطاعات الفرعية

نقاط القوة

- استغلال الطاقات الإنتاجية القصوى نظرا لانفتاح السوق على استيراد المواد الأولية
- توفر المواد الأولية بسبب التكامل مع مصر

- إمكانات كبيرة للزيادة من الاستثمار في القطاع
- قطاع منفتح على الخارج من حيث الاستيراد والتصدير

نقاط الضعف

- نقص في العمالة الماهرة.
- التكلفة العالية للطاقة
- التكلفة العالية للنقل
- نقص في جودة استيراد المواد الخام
- عدداً من المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمنشآت الحرفية بالأخص قد لا تتمكن من إيجاد منظومة متكاملة لضبط الجودة نظراً للتكلفة المالية والإدارية التي تتطلبها مثل هذه النظم
- نقص في التدريب
- ضعف الجهود في مجال البحث والتطوير في المنتجات الغذائية
- نقص في متطلبات المواصفات والمقاييس خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة

الفرص

- موقع استراتيجي للأردن للنفاذ الى اسواق الشرق الاوسط
- قطاع قابل لاستيعاب الاستثمارات المحلية والاجنبية

التحديات

- تراجع النقل البري نحو أوروبا على اثر الأحداث في سوريا
- يبقى القطاع الصناعي بالأردن رهين العمالة الوافدة

6.4.3 تحليل SWOT حسب القطاع الفرعي

الرمز	تسمية المنتج
04	ألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض طيور، عسل طبيعي، منتجات صالحة للأكل من اصل حيواني

نقاط القوة

- وجود كميات كبيرة من الأبقار ومشتقاته مع توافر مواد تصنيعه.
- المنتجات الأردنية منافسة في السوق الخليجي والعراقي
- تحديث طرق إدارة المزارع لتصبح بشكل محوسب ومنظم
- إنتاجية عالية للمزارع
- تمكين رفع الإنتاج من قبل المزارع في حالة توفر شروط السوق.
- سياسة الجودة المتبعة من قبل المزارع مع بدء العمل على المواصفات الدولية Global GAP

نقاط الضعف

- انخفاض في إعداد المنتجين للحليب.
- عدم القدرة على المنافسة من ناحية الأسعار والكميات بشكل كبير.
- ضعف في التعليب مقارنة مع الدول المنافسة

- يعاني المستهلك لدجاج اللحم وبيض المائدة من متبقيات المضادات الحيوية ولكن بدرجات متفاوتة من دولة لأخرى أو من منطقة لمنطقه

الفرص

- موقع جغرافي مميز للتصدير إلى الشرق الأوسط.
- قطاع منفتح للاستثمارات الأجنبية والاستثمارات المشتركة .
- إمكانات استثمارية في مجال التعبئة والتغليف الموجه لهذا القطاع

التهديدات

- استيراد الحليب المجفف بأسعار منخفضة ينافس قطاع الألبان ومشتقاتها
- نقص في اللوجيستية المتعلقة بالنقل المبرد
- الاستثمار ضعيف من ناحية التعبئة والتغليف
- في ما يخص الدواجن وبيض المائدة، أن من أهم الأخطار التي يواجه هذا القطاع هي مشكلة المضادات الحيوية حيث أنه تم تصنيف متبقيات المضادات الحيوية في منتجات الدواجن كمخاطر حتمية (Hazards) وليس مخاطر عادية (Risks).

الرمز	تسمية المنتج
07	خضر ونباتات وجذور ودرنات، صالحة للأكل

نقاط القوة

- قوة الأردن بالخضار وصادراته لأوروبا وروسيا بشكل كبير خاصة بالخيار والباذنجان وغيره.
- الجودة العالية للخضار والفواكه الأردنية وخلو المنتج من المبيدات
- وجود الخضار الشتائي التي لا يتوافر إلا بمنطقة الغور لوجود درجات حرارة معتدلة شتاءً مما يسمح لتصدير بكميات الخضار بشهر أول من كل سنة.
- عدم وجود تمر المدجول إلا بمناطق محدودة من الغور وكاليفورنيا وإسرائيل.

نقاط الضعف

- عدم وجود شهادات خلو أمراض للفواكه وعدم وجود فواكه والخضراوات العضوية إلا عند القليل من المصدرين.
- ضعف العامل البشري وعدم توفره من الجنسيات الأردنية

الفرص

- التجارة مع الخليج العربي حيث تعد الأسعار البيع للخضار والفواكه أعلى من دول المنطقة

التهديدات

- المعبر المائي العقبة اكبر عقبة للتصدير لأوروبا وأفريقيا حيث تعتبر التكلفة عالية جداً
- موانئ حيفا تعاني كذلك من الشحن والصعوبات الإدارية الموجودة بالإضافة أنه سوف يتم مقاطعة الشركة المصدرة خلاله وكذلك التبعات في سوريا تبعاً لمشاكل سياسية.
- المنافسة من البلدان العربية في مجال الخضر والغلل
- تراجع النقل البري نحو أوروبا على اثر الأحداث في سوريا
- عدم وجود شركة واحدة قادرة على جمع المحصول بشكل جماعي وبيعه بشكل إتحاد بين المزارع

الرمز	تسمية المنتج
15	شحوم ودهون وزيوت حيوانية أو نباتية

مواطن القوة

- توسعاً متزايداً في المساحة لإنتاج الزيتون قدر بنحو 204%.
- توسعاً ملحوظاً في استعمال الأسمدة الكيماوية والعضوية.
- إدخال أساليب الإدارة الحديثة في المزارع و المعاصر .
- زيادة الاعتماد على المكافحة المتكاملة .
- بداية الاتجاه نحو إدخال القطاف الآلي.

مواطن الضعف

- المحددات الفنية والبشرية في مجال تصنيع الزيتون
- عدم توفير الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في قطاع الزيتون حيث يعد غالب العمالة المصرية غير المتعلمة.
- عدم توفير المعرفة في مجال مراقبة الجودة والممارسات الحسنة وعدم توفر المعرفة بالمعايير المحلية والدولية وكذلك عدم توفر المختبرات .
- منافسة المنتجات الأجنبية للمنتجات المحلية في الأسواق المحلية والتصديرية
- غياب الشركات التصديرية الكبيرة التي يمكنها الاستفادة من وفورات السعة
- غياب المخازن الملائمة وارتفاع كلفة التصنيع
- قلة المشاريع الاستثمارية في مجال الاستفادة من مخلفات الزيتون من مكعبات علفية أو تدفئة .
- غياب المشاريع الاستثمارية في مجال إنتاج العبوات الزجاجية المناسبة لزيت الزيتون
- ارتفاع كلفة التسويق وضعف كمياتها ومنافسة البلدان الأوربية مثل أسبانيا واليونان.

الفرص

- يمكن العمل مع دول أغادير على تصدير المنتج من خلال التصدير إلى تونس ومن ثم إلى أوروبا نظراً لسمعة تونس في هذا المجال مع قدرتها الإنتاجية
- يمكن تصدير الزيتون أو زيت الزيتون للعراق نظراً لمدى حجم التجارة البرية بين الأردن والعراق بكميات كبيرة لسد حاجة السوق العراقي من كميات من الزيت.
- الاستثمار في مجال مخلفات الزيتون نظراً لوفرتها بكميات كبيرة اما على شكل مواد أو طاقة.

التحديات

- موسمية الزيتون تجعل دول أغادير في أطار تنافسي أكثر مما هو تعاوني جميع أنواع الزيتون له موسم محدد ولا يمكن الاحتفاظ به لمدة طويلة مما يدفع المزارع لبيع المحصول بأقرب فرصة ممكنة
- بعض التشريعات تحد من الاستيراد الزيتون مما يعني الحد من فرصة التكامل بين دول أغادير

الرمز	تسمية المنتج
16	محضرات لحوم ومحضرات أسماك

نقاط القوة

- يعد المنتج الأردني قوي و منافس جدا من حيث الجودة وبكافأ المنتج الأردني المنتجات الأوروبية و الأمريكية و بالمقارنة مع اللحوم المصنعة في بلدان عربية أخرى.
- ارتفاع القدرات التصنيعية و الطاقات الإنتاجية حيث ازدادت الطاقة الإنتاجية حوالي 15% بالمقارنة من 2012 و 2013.
- استخدام تكنولوجيا التصنيع حديثة،
- قطاع منفتح على الاستثمارات المحلية والأجنبية.
- يعد الأردن من أقوى الدول أقليميا و عربيا في تصدير اللحوم و مشتقاتها لما تتمتع به منتجاتها من جودة و سلامة.

نقاط الضعف

- يعتمد هذا القطاع بشكل أساسي على استيراد اللحوم الحمراء والدواجن و غيرها من الخارج إذ تشكل ما نسبته 70-75% حيث تحتل البرازيل المرتبة الأولى من حيث إجمالي اللحوم المستوردة يليها هولندا و بلجيكا و الهند.
- انخفاض القدرة التنافسية للمنتج بسبب السعر.
- تفاوت المواصفات القياسية للمنتجات النهائية بين دول الاتفاقية قد يشكل عائقا من ناحية المواصفات و الفترات الصلاحية.
- عدم وجود تدريب متخصص بالتصنيع و الشراكة بين بيوت البحث العلمي مع المصانع.
- ارتفاع الكلف التصنيعية مما يقلل القدرة التنافسية.
- طول مدة الشحن قد يقلل الطاقة الإنتاجية و القدرات التصنيعية.
- نقص في التدريب
- الكلف الإنتاجية، حيث أن اعتماد القطاع على المواد الخام المستوردة وارتفاع كلف الطاقة والمياه والعمالة ساهم في رفع الكلفة الإنتاجية مقارنة بالدول المجاورة، وبالتالي لا بد من العمل على تقليل الكلف الإنتاجية لتمكين هذا القطاع المنافسة محليا ودولياً

الفرص

التهديدات

- يعتبر الشحن (المدة و الكلفة) من أهم المعوقات التي قد تقلل التعاون التجاري بين دول الاتفاقية.
- العوائق غير الجمركية خاصة، الأردن بلد غير معتمد من طرف السلطات الأوروبية
- متطلبات المواصفات والمقاييس الأوروبية تمثل عائقا في تصدير المنتجات الأردنية الى الاتحاد الأوروبي

الرمز	تسمية المنتج
19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق والنشاء والحليب

نقاط القوة

- سهولة دخول المواد للأردن حيث تعتبر هذه المواد من المواد غير القابلة للتلف بسهولة وتنتج بفترة صلاحية طويلة.
- هناك تواصل مع التطور الغربي من خلال تطبيق أنظمة جودة للتصدير لدول أوروبا.
- هناك بحث وتطوير دائم مع الشركات الأجنبية في خلطات المخبوزات في كثير من الشركات .

نقاط الضعف

- عدم الالتزام بمواصفات المنتج النهائية وخصوصا الرطوبة النهائية للمنتج مما يعرضها للتكتل وتزيد صعوبة التخلص على البضائع من ميناء العقبة الأردني.
- فترات الصلاحية القليلة بالمقارنة ببلدان الاتفاقية .

الرمز	تسمية المنتج
20	محضرات خضر ومحضرات أثمار قشرية أو فواكه ومحضرات من أجزاء آخر من النباتات

نقاط القوة

- نسبة التصدير 60% من الطاقة الإنتاجية لدول أمريكا الشمالية و الاتحاد الأوروبي و المغرب و بعض دول الجوار
- يعد المنتج الأردني من المنتجات العالية الجودة عالمياً.
- توافر الطاقة الإنتاجية
- توفر المواد الأولية المستخدمة في التصنيع مثل المركبات الطبيعية (الجافة، المانجا) من مصر بأسعار منافسة نسبياً جودة مقبولة.
- القدرة على عرض منتجات مطابقة أو تزيد جودتها عن المواصفات الدولية بأسعار منافسة نسبياً.
- أسعار المركبات المصرية أقل نسبياً من أسعار المنكهات الهندية والأوروبية ولكن جودة أقل نسبياً
- قدرة الصلاحية المنتجات تعتبر جيدة حيث أنها سريعة الحركة والاستهلاك

نقاط الضعف

- ارتفاع الكلف التشغيلية بسبب ارتفاع الأجور و كلف الطاقة عند مقارنتها بالمنتجات المصرية
- ارتفاع كلفة مواد التعبئة و التغليف خصوصا العلب المصنوعة من الزجاج و المعدن
- عدم الثقة بمركبات البندورة المصرية و ذلك لتذبذب جودتها
- عدم القدرة على منافسة المنتجات المصرية في السوق المصري و ذلك بسبب عدم توافر مركبات البندورة محلياً
- الحاجة الماسة إلى تعديل و تحديث البنية التحتية للمواقع التي تم زيارتها بسبب قدم المصانع و الحاجة لمواكبة التكنولوجيا الحديثة في التصنيع
- الحاجة إلى أنظمة الجودة و السلامة و المطابقة مع المعايير الدولية

الفرص

- ارتفاع في الطلب المحلي على هذه المنتجات
- تواجد بالأسواق العراقية والخليجية

التحديات

- يعتبر الشحن من دول الاتفاقية مكلف نسبياً
- استيراد البرتقال ذات المنشأ من القارة أمريكا الجنوبية أكثر من دول أخرى من قبل المصنعين الأردنيين مع وجود قوي للبرتقال في مصر حيث يستورد كفاكهة طازجة للأردن ولا يستفاد من التالف في المنكهات الطبيعية في مصانع العصير ويفضل الأردني الاستيراد من أمريكا الجنوبية .

- تأخير بعض الشحنات وخصوصاً المركبات على الحدود الأردنية المصرية لغايات فحص البيع والمطابقة مع المواصفات المصرية
- نسبة الضرائب المفروضة على المواد الأولية المستوردة من مصر تعتبر عائقاً لأنها تشكل نسبة كبيرة من السعر لأنها تؤثر سلباً على السعر المنتج النهائي

5.3 خلاصة تقارير الدول

السياسات الاقتصادية لفائدة قطاع الصناعات الغذائية

جدول خلاصة تقارير الدول

المحور	مصر	المغرب	تونس	الأردن	الملاحظات
البرامج الإستراتيجية	-إستراتيجية تطوير الصناعة (2005-2025) -الإستراتيجية الوطنية لتمويل المشاريع الصغيرة	-مخطط المغرب الأخضر -الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي	برنامج تحديث الصناعة والاستراتيجيات القطاعية	برنامج دعم المؤسسات JUMP	-لدى جميع بلدان الاتفاقية برامج إستراتيجية لتطوير الصناعات التحويلية. -ويمكن الاستفادة من برنامج المغرب الأخضر لتطوير إنتاج الفواكه والخضر بمصر وسيتم تقديم مقترحات في الغرض في المرحلة الثانية تهدف الى مزيد الاستفادة من تجارب كل البلدان في هذا المجال
برامج الأقطاب التكنولوجية	مشروع Mega Farm Project	القطب التكنولوجي "مكناس تافيلالت"	القطب التكنولوجي للصناعات الغذائية ببزرت		-تجارب لازالت في بدايتها في البلدان المذكورة -نوصي بعقد اتفاقية شراكة بين المشاريع الثلاثة المتواجدة حالياً لتبادل التجارب والخبرات
تطوير الاستثمار	قوانين لتشجيع الاستثمار المحلي وجلب الاستثمارات الخارجية	قوانين لتشجيع الاستثمار المحلي وجلب الاستثمارات الخارجية	قوانين لتشجيع الاستثمار المحلي وجلب الاستثمارات الخارجية	قوانين لتشجيع الاستثمار المحلي وجلب الاستثمارات الخارجية	لدى كل بلدان اتفاقية أغادير مجالات لتشجيع الاستثمار وجلب الاستثمارات الخارجية وسيتم تقديم مقترحات في الغرض في المرحلة الثانية تهدف الى مزيد الاستفادة من تجارب كل البلدان في هذا المجال
تنمية الصادرات	البرامج الترويجية بالخارج لفائدة قطاع الصناعات الغذائية	برنامج Maroc Export Plus لترويج المنتجات المغربية	-البرامج الترويجية بالخارج -صندوق النهوض	البرامج الترويجية بالخارج لفائدة قطاع الصناعات الغذائية	-نوصي بإيجاد أو تحسين آليات مالية لدعم نقل المنتجات الغذائية بين بلدان

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

			بالصادرات لدعم النقل -صندوق اقتحام الأسواق الخارجية لتطوير الصادرات		أغادير، باعتبار أن مقتضيات المنظمة العالمية للتجارة لا زالت تسمح بدعم المنتجات الغذائية بالبلدان النامية -وسيم تقديم مقترحات في الغرض في المرحلة الثانية تهدف الى مزيد الاستفادة من تجارب كل البلدان في هذا المجال وتطوير برنامج دعم فني في الغرض
البنية التحتية للجودة	-الهيئة العامة المصرية للمواصفات والجودة (EOS) - المجلس المصري للاعتد EGAC	- المكتب الوطني للسلامة الصحية للمنتجات الغذائية ONSSA - المعهد المغربي للمواصفات IMANOR - برنامج "رؤى لتطوير مسالك التوزيع" -	-المجلس الوطني للاعتد TUNAC -المعهد الوطني للمواصفات والملكية الصناعية	-مؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية	-لدى بلدان اتفاقية أغادير البنية التحتية الأساسية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية، غير أنهم ليسو معتمدين للتصدير للاتحاد الأوروبي للمنتجات من أصل حيواني -دعم التنسيق بين برامج الجودة الموجودة والناجحة لمزيد مشاركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -مواصلة مشاريع المراقبة الفنية بين بلدان الاتفاقية وإرساء نظام الاعتراف المتبادل في قطاع الصناعات الغذائية
مميزات الموقع الجغرافي	القرب من بلدان الشرق الأوسط، شرق الاتحاد الأوروبي	القرب غرب أوروبا، وشمال وغرب أفريقيا	القرب من وسط أوروبا وشمال أفريقيا	القرب من الشرق الأوسط	
العمالة	توفر العمالة ذات كلفة تنافسية عالية	توفر العمالة ذات كلفة تنافسية	توفر العمالة ذات كلفة تنافسية	نسبة هامة من العمالة متأثية من مصر وبلدان آسيا	يعتبر هذا العنصر ميزة تفاضلية لبلدان أغادير
الاتفاقيات التجارية	-منظمة التجارة العالمية -منطقة التبادل مع الاتحاد الأوروبي _منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى -منطقة التبادل الحر مع الولايات المتحدة	-منظمة التجارة العالمية -منطقة التبادل مع الاتحاد الأوروبي _منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى -منطقة التبادل الحر مع الولايات المتحدة	-منظمة التجارة العالمية -منطقة التبادل مع الاتحاد الأوروبي _منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى -منطقة التبادل الحر مع الولايات المتحدة	-منظمة التجارة العالمية -منطقة التبادل مع الاتحاد الأوروبي _منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى -منطقة التبادل الحر مع الولايات المتحدة	
تقييم اللوجيستية	-ميزة تفاضلية بالنسبة للتصدير إلى بلدان الشرق الأوسط	-ميزة تفاضلية للتصدير نحو أوروبا عبر اسبانيا و نحو غرب إفريقيا	-ميزة تفاضلية للتصدير نحو أوروبا عبر إيطاليا وفرنسا	-ميزة تفاضلية للتصدير نحو الشرق الأوسط -مسالك التوزيع في	-كما ضمنته الدراسة حول التخفيض في كلفة النقل يبقى هذا العامل من العوائق

الأساسية لتنمية التجارة البينية لبلدان اتفاقية أغادير -ويبقى الجانب المتعلق بسلسلة التبريد والتخزين من المحاور الإستراتيجية للتخفيض من نسبة التلف، ويمكن في هذا الإطار الاستئناس بالتجربة المغربية والتونسية في المجال.	تطور مستمر	-استثمارات مهمة في التبريد (دعم مالي بنسبة 7% من قيمة الاستثمار واعتبار قطاع التبريد مثل القطاع الزراعي) -مسالك التوزيع في تطور مستمر توفر العبارات (RO-RO) باتجاه أوروبا التي تمكن التصدير في 3 أيام	-برنامج استراتيجي TANGER MED -استثمارات مهمة في التبريد -برنامج "رواج لتطوير مسالك التوزيع" توفر العبارات (RO-RO) باتجاه أوروبا التي تمكن التصدير في 3 أيام	- إمكانية تطوير الشحن البحري بين بلدان الاتفاقية
---	------------	---	---	--

بيئة الأعمال / أفضل الممارسات لبلدان اتفاقية أغادير

المحور	مصر	المغرب	تونس	الأردن
ممارسة الأعمال				
الحصول على الكهرباء				
استخراج تراخيص البناء				
الحصول على الائتمان				
التجارة عبر الحدود				

أدت برامج السياسات الاقتصادية المعتمدة ببلدان أغادير خلال السنوات الأخيرة إلى تحسين بيئة الأعمال، ورغم تراجع مراتب بلدان الاتفاقية في سنة 2015 وذلك حسب تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي، نلاحظ القرب التدريجي في بعض المجالات من أفضل الممارسات لبلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD).

وفي هذا الإطار وباعتبار أن كل بلدان اتفاقية أغادير قد طورت البنية التحتية للاستثمار عبر المناطق الصناعية والمناطق الحرة، فمن الضروري الاهتمام أكثر بالجانب المتعلق بالحصول على الكهرباء والحصول على رخص البناء وتسهيل التجارة عبر الحدود للتخفيض من كلفة الاستثمار والتصدير، والتي تعتبر مؤشرات هامة بالنسبة للأعمال وذلك مقارنة بأفضل الممارسات في العالم مثل كوريا الجنوبية وسنغافورة ، إذ اعتمدت هذه البلدان المحطة الواحدة بكل منطقة صناعية لخدمات المستثمرين والمصدرين في المجالات المذكورة لفائدة الشركات وتغطي هذه المحطة الواحدة جميع المراحل اللازمة لتحقيق الخدمة عن طريق توفير المعلومات والخبرات الضرورية والشركات الفنية المعتمدة.

4. تحليل الفجوة

الاستنتاجات

بناء على نتائج البحث الميداني يمكن حوصلة مؤشرات المعايير الحساسة لمزيد تفعيل اتفاقية أغادير كآلاتي:

المؤشر	درجة الحساسية	الملاحظات
المساعدة للتدريب المهني	متوسط	هامة جدا بالنسبة للشركات الصناعية والعامة في المنتجات الخصوصية للأقاليم والجهات والمتأنتية من المزارع الصغيرة
شهادات الجودة	ضعيف	ضرورة حصول الشركات على شهادات الجودة للتوجه نحو التصدير
الخدمات اللوجستية الكافية	متوسط	بعض القطاعات الفرعية تواجه نقص في اللوجيستية خاصة في مجال سلسلة التبريد وارتفاع كلفة النقل
دعم الصادرات	ضعيف	كل الشركات تحظى بالدعم عند التصدير
الحصول على الائتمان	مرتفع	نقص في ائتمان الصادرات، وتغطية المخاطر المتعلقة بعدم الدفع أو المخاطر المناخية
معرفة تراكم المنشأ	مرتفع جدا	نقص في معرفة آليات اتفاقية أغادير
الحواجز غير جمركية	مرتفع جدا	جل العوائق ذات الطابع الغير الجمركي
معرفة الأسواق الخارجية	مرتفع جدا	عدم معرفة الفاعلين والعرض من المنتجات المتوفرة في بلدان أغادير

تبعاً للتحاليل المبينة أعلاه والمتعلقة بدراسة السوق العالمية للصناعات الغذائية وتقارير البلدان واللقاءات الميدانية مع شركات القطاع الخاص والمؤسسات التي تعنى بقطاع الصناعات الغذائية في بلدان اتفاقية أغادير، بالإضافة إلى الدراسات الإستراتيجية المنجزة في بلدان أغادير ونذكر منها:

- دراسة لمساندة المشروعات الصغرى والمتوسطة (الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير)
- الدراسة الإقليمية حول تخفيض تكاليف النقل بين بلدان اتفاقية أغادير (الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير)
- الدراسة حول قطاع الصناعات الغذائية المصرية (مركز تحديث الصناعة)
- دراسة حول أداء وآفاق قطاع الصناعات الغذائية المغربية (وزارة التخطيط والمالية 2010)
- دراسة لنتمين الميزات التنافسية للتصدير لقطاع الصناعات الغذائية المغربية (وزارة التخطيط والمالية 2013)

سيتم تقديم ملخص لأهم المحاور المشتركة التي تبين نقاط القوة والضعف في أهم القطاعات الفرعية للصناعات الغذائية في بلدان اتفاقية أغادير ويكون هذا التحليل نقطة انطلاق في المرحلة الثانية لبناء التوصيات وبرنامج العمل لتطوير التعاون، التجارة والاستثمار في بلدان اتفاقية أغادير.

يواجه قطاع الصناعات الغذائية عدد من الضغوطات الخارجية التي تؤثر في تطوره في بلدان أغادير وتتلخص في:

- تدويل الأسواق العالمية (سرعة تنامي المنافسة واندماج الأسواق العالمية)

- التغيرات العالمية في تجارة المواد الغذائية (تركيز الأسواق، مركزية العرض من المواد الأولية وتنامي العلامات الخاصة)
- التغيرات في الطلب على المنتجات الغذائية (أنماط الاستهلاك والتنوع، وتطوير منتجات جديدة)
- تناغم القوانين حول الغذاء (قوانين النقل، قوانين البيئة، قوانين الضرائب، قوانين الجودة)
- أما على المستوى الداخلي فالعوامل الأساسية التي تقود تنمية قطاع الصناعات الغذائية في بلدان أغادير فتتمثل في :
 - وفرة المواد الأولية
 - شبكة سلسلة القيمة
 - إنتاجية العمالة
 - السوق المحلي وشبكة التوزيع
 - النفاذ الى مصادر التمويل
 - الاستثمارات الأجنبية المباشرة
 - التصدير
 - الدعم المؤسسي
 - التعامل مع الجامعة ومراكز البحوث

ومن خلال الدراسة الميدانية التي شملت الشركات المنتمية إلى قطاع الصناعات الغذائية واللقاءات التي أجريت مع الدوائر الحكومية والمصالح المعنية بهذا القطاع، يمكننا تقديم الاستنتاجات التالية المتعلقة بأهم مواطن القوة ومواطن الضعف لقطاع الصناعات الغذائية ببلدان اتفاقية أغادير والتي تخص بالأساس القطاعات الفرعية ذات الأولوية.

- ضعف مستوى الابتكار في القطاع وما يترتب عنه من ضعف قدرات تطوير منتجات جديدة ذات قيمة مضافة عالية
- نظام الزراعة غير متطور ومجزأ، واستغلال المواد الأولية على النطاق التجاري غير متناسق ومتطلبات الصناعات الغذائية
- ضعف الخدمات اللوجستية مثل سلسلة النقل بالبارد ، بالإضافة إلى عدم معرفة التعامل مع مرحلة ما بعد الحصاد للمنتجات القابلة للتلف من المزرعة إلى المصنع للموائى ، وارتفاع خسائر ما بعد الحصاد لتصل إلى 40% (تقرير منظمة الأمم المتحدة للتنمية UNIDO لسنة 2009)
- تصنف غالبية الشركات العاملة في القطاع كشركات صغرى وصغيرة ومتوسطة الحجم، غير منظمة وبالتالي لا يمكنها الاستفادة من وفورات الحجم و التصدير والتسويق
- ضعف وعدم تطور قنوات التوزيع على السوق المحلي
- الضعف من حيث تدريب العمالة بالشركات الصغيرة والمتوسطة، والاعتماد على العمالة الأجنبية بالنسبة للأردن
- ازدياد كلفة الطاقة الأمر الذي يستوجب برامج للتحكم في الطاقة وتطوير طاقات جديدة خاصة بالأردن التي تقتصر إلى التزويد من الغاز الطبيعي
- ضعف في تنمية القدرات المالية للشركات عبر القروض الموسمية
- نقص في استغلال العلامات التجارية للشركات العالمية (عبر المناولة أو الاستثمار المباشر) ونقص في الحملات الترويجية للدخول إلى السوق الأوروبية.
- العوائق الإدارية وإجراءات التخليص الجمركي التي أثرت سلباً على كلفة الاستثمار والتصدير

- الضعف في تطوير التعاونيات والزراعة التعاقدية، والتي يمكن أن تسمح لصغار المزارعين من خدمة الأسواق الأوروبية عبر الشركات الكبيرة.
- الضعف في تطوير نظم الجودة والاستفادة من سوق ضخمة في أوروبا للمنتجات العضوية .
- نقص في جلب شركات التوزيع الكبرى للاستفادة من قدراتها الترويجية تحت علامات تجارية خاصة بها والتي تمثل نسبة 20 ٪ من رقم معاملاتها.
- نقص في تنمية تجارة المنتجات "حلال" لتلبية الطلب المتزايد للمجتمعات الإسلامية في أوروبا

07 خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية ، صالحة للأكل

08 فواكه وأثمار صالحة للأكل

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - طاقة إنتاجية كبيرة للمغرب و مصر - أصناف متنوعة متأخرة ومبكرة النضج، وعرضها على مدار السنة خاصة بالنسبة لمصر والمغرب والأردن - تاطير جيد للإنتاج، تكلفة إنتاج منافسة - جل الشركات المصدرة من تونس و المغرب متحصلة على شهادة الهسب و الأيزو 22000 للسلامة الغذائية - حوافز تشجيعية على المستوى الزراعي 	<ul style="list-style-type: none"> - قطاع معرض إلى التقلبات المناخية - أغلبية التصدير من الإنتاج الطازج أو المبرد نسبة قليلة موجهة للتحويل - نظام الزراعة مجزأ وغير متطور - ارتفاع نسبة خسائر ما بعد الحصاد لتصل الى 40% - ضعف القروض الموسمية - عدد كبير من الشركات في مصر غير متحصلة على شهادة الهسب و الأيزو 22000 للسلامة الغذائية - عدد كبير من الشركات الزراعية غير متحصلة على شهادة نظام الجودة والتتبع Global Gap - أغلبية الشركات لا تتحكم في سلسلة التبريد (التخزين والنقل) - طاقة إنتاجية غير مستغلة لعدم انتظام الوفرة وتنوع المنتج الزراعي - عدم توفر صناديق مالية لتغطية الكوارث الطبيعية

أهم ميزة لبلدان أغادير من حيث المنتجات الزراعية من الخضر والفواكه هو وفرة العرض الزراعي، ويمكن القول أن هذا العامل يمكن أن يقود عملية تطوير قطاع الصناعات الغذائية ببلدان اتفاقية أغادير. ورغم نقاط الضعف المشتركة تقريبا بين بلدان الاتفاقية، فمن المتوقع أن يزداد الإنتاج الزراعي للمنتجات المذكورة خلال الفترة المقبلة خاصة على اثر البرامج الزراعية التي أطلقت أو المزمع القيام بها، ونذكر منها برنامج المغرب الأخضر ومشروع توشكة بمصر .

20 محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - طاقة إنتاجية كبيرة من المواد الخام - جل الشركات المصدرة من تونس و المغرب متحصلة على شهادة الهسب و الأيزو 22000 للسلامة الغذائية 	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف القدرات لتطوير منتجات جديدة ذات قيمة مضافة عالية - عدم الاستفادة من وفورات الحجم في التصنيع والتصدير - ضعف استغلال القدرات الإنتاجية - ضعف وعدم تطور قنوات التوزيع المحلي - مستوى منخفض من حيث نظام الجودة والتتبع Global Gap - عدم توفر العبوات عالية الجودة من البلور لتعبئة منتجات الصناعات الغذائية

-قلة توفر القروض الموسمية	
-ضعف في التدريب	
- عدم الاستفادة من فرص التكامل لتوسيع قاعدة الإنتاج والتقليص من نسب التلف وتحقيق انتظام الإنتاج والتصدير	

رغم تطور الطلب بالسوق العالمية على مثل هذه المنتجات وتراجع حصص الصادرات للبلدان المتقدمة لم تتمكن بلدان أغادير من الاستفادة من هذا التغيير، إذ أن العوامل الرئيسية التي تقود تطوير القطاع والتي تخص الجانب المالي (الاستثمار)، ووفرة وانتظام الإنتاج، متواجدة ضمن نقاط الضعف لهذا القطاع الفرعي.

21 محضرات غذائية متنوعة

19 محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب و فطائر

نقاط القوة	نقاط الضعف
-وفرة العرض من الفصول 07-08-20	-ضعف إنتاجية المواد العضوية والقدرات لتطوير منتجات جديدة ذات قيمة مضافة عالية -ضعف التكنولوجيا المستعملة الذي توفره خطوط الإنتاج الأوتوماتيكية والمسترسلة لتغطي كل عمليات الإنتاج -عدم الاستفادة من وفورات الحجم في التصنيع والتصدير -ضعف استغلال القدرات الإنتاجية -ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر -ضعف الشراكة مع الشركات المتعددة الجنسيات للتسويق عبر علاماتها -عدم توفر البنية التحتية للجودة القادرة على تطوير البحث و إنتاج مواد للحمية و حافظة للصحة - جل الشركات غير متحصلة على شهادة أحسن الممارسات للإنتاج GMP

العوامل الرئيسية التي من شأنها أن تقود عملية تطوير صناعة المنتجات المنضوية تحت الفصلين 19 و 21، والمتعلقة أساسا بالاستثمار الأجنبي، البحث والتنمية، التكنولوجيا المعتمدة والجودة متواجدة ضمن نقاط الضعف لهذه القطاعات الفرعية.

15 شحوم ودهون وزيت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها؛ دهون غذائية محضرة

نقاط القوة	نقاط الضعف
وفرة إنتاج زيت الزيتون في مصر والمغرب وتونس تطور وتنوع أسواق زيت الزيتون بالنسبة لتونس و المغرب استقطاب المغرب لعلامة تجارية عالمية للاستثمار في زيت الزيتون المعلب	-ضعف القدرات لتطوير منتجات ذات قيمة مضافة عالية (زيت الزيتون المعلب) -الحاجة إلى الاستثمار الأجنبي المباشر نظرا لتكلفة خطوط الإنتاج والتسويق -الحاجة الى الشراكة مع الشركات المتعددة الجنسيات للتسويق عبر علاماتها

توجد فرص حقيقية للحصول على حصص من الأسواق العالمية لقطاع زيت الزيتون بالنسبة لمصر والمغرب وتونس.

5. فرص التبادل التجاري والتكامل الصناعي بين بلدان أغادير

بناء على المنهجية المعتمدة لتحديد القطاعات الفرعية ذات الأولوية التي تم تفصيلها بالفقرة 1.3 بالصفحة 45 وباعتبار التحاليل التي أظهرت وفرة الإنتاج الزراعي وتنوعه بما يحقق التكامل في منطقة أغادير متى توفرت شروط تسهيل التجارة الخارجية بين بلدان أغادير وموامة إجراءات مراقبة الجودة ، وهذا التكامل يتحقق بوفرة المنتجات التالية:

- منتجات استوائية في مصر
- الزيتون المحضر في مصر والمغرب
- الحمضيات في مصر والمغرب
- البطاطا المجمدة في مصر
- الخضر والفواكه المجمدة في مصر
- البندورة في مصر والمغرب وتونس والأردن
- التمور في تونس
- العصائر المركزة المجمدة من مصر

والتكامل من المنتجات المذكورة أعلاه تمكن من :

- تنويع الإنتاج من المحضرات الغذائية الذي يتيح الاستغلال الأمثل للطاقت الإنتاجية
- استغلال وفورات الحجم ومنها التقليل في الكلفة
- استغلال أكثر للمنتجات الخام من الدرجة الثانية
- ضمان استمرارية تزويد الأسواق الخارجية

وهو ما من شأنه أن يرفع من تنافسية صادرات بلدان الاتفاقية من الصناعات الغذائية و الاستثمار في مشاريع المحضرات الغذائية ومنها الرفع في مستوى الاندماج في سلسلة القيمة للصناعات الغذائية.

الفصل 20 محضرات الصناعات الغذائية

إذا ما توفرت الشروط الملائمة لمصر لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقت التحويلية والتنويع في الإنتاج فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المصرية تقدر بـخمس مرات الصادرات الحالية، وقد تكون عشرة مرات إذا ما قورنت بايطاليا.

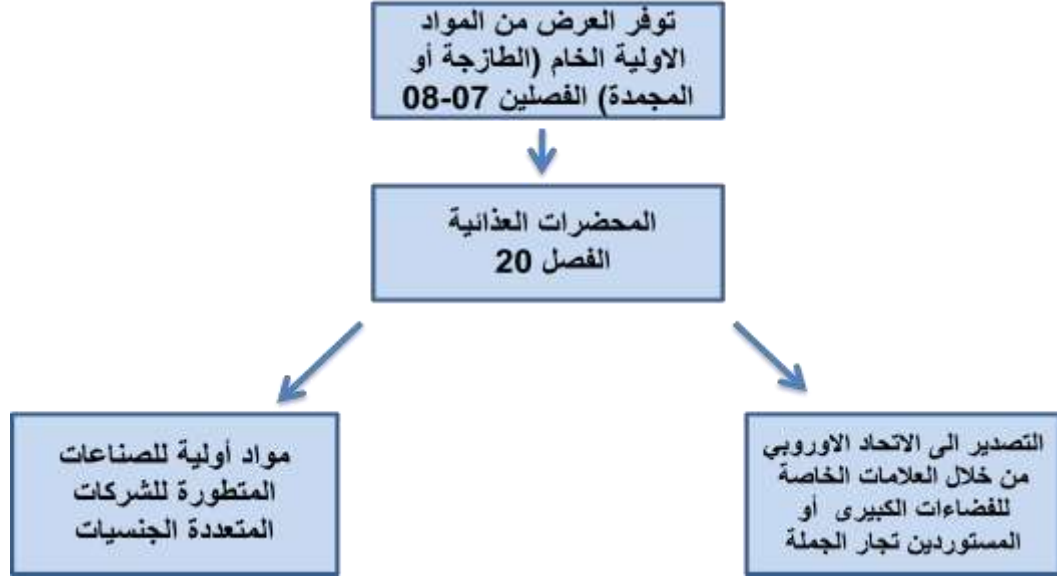
إذا ما توفرت الشروط الملائمة للمغرب لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقت التحويلية والتنويع في الإنتاج فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المغربية تقدر بـتسع مرات للصادرات الحالية

كذلك الشأن بالنسبة لتونس والأردن بتوفير الشروط الملائمة يمكن الزيادة بأضعاف الصادرات الحالية من الصناعات الغذائية وبناء على ذلك فان إمكانيات الاستثمار كبيرة جدا في كل بلدان أغادير وذلك بالاستفادة من إمكانيات التكامل لتوسيع قاعدة الإنتاج.

تطوير المنتجات الصناعية تحت هذا الفصل ممكنة عبر:

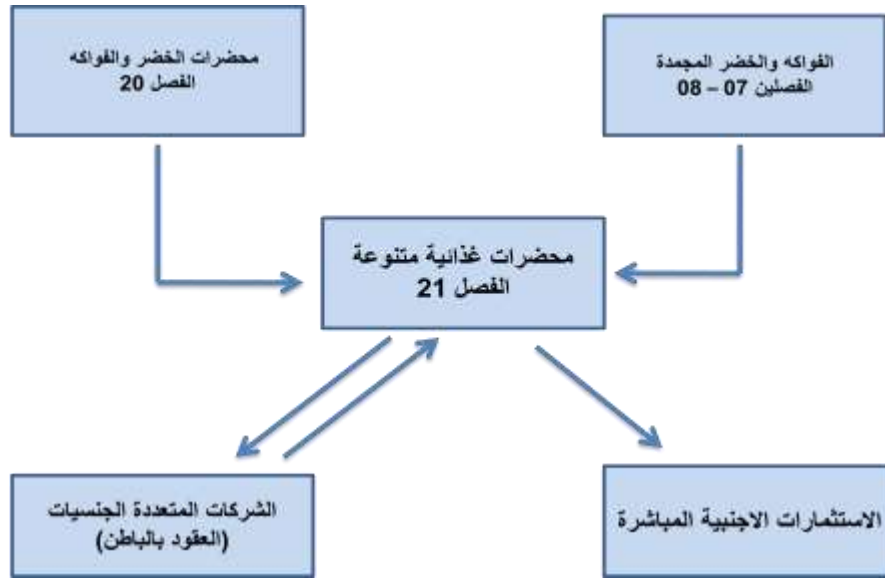
توفر العرض من المواد الخام من الخضر والفواكه المجمدة المحلية أو المستوردة من بلدان أغادير (الفصلين 07 و 08)

الاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي
التصدير إلى الاتحاد الأوروبي من خلال العلامات الخاصة لسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة
اعتبار المنتجات من محضرات الخضر والفواكه كمواول أولية لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات المنتسبة في بلدان أغادير أو
في الاتحاد الأوروبي والتي تنتج صناعات غذائية متطورة (من الفصل 21)



الفصل 21 المحضرآت الغذائية المتنوعة

تطوير المنتجات الصناعية تحت هذا الفصل ممكنة عبر:
توفر العرض من الخضر والفواكه المجمدة المحلية أو المستوردة من بلدان أغادير (الفصلين 07 و 08) أو المحضرآت
الغذائية من الخضر والفواكه (الفصل 20)
الاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي
التصدير إلى الاتحاد الأوروبي عن طريق العقود بالباطن لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات
استجلااب الاستثمارات الأجنبية المباشرة لتصنيع المنتجات الغذائية المتطورة



الفصل 19 محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر

تطوير المنتجات الصناعية تحت هذا الفصل ممكنة عبر :

توفر العرض من المحضرات الغذائية من الخضار والفواكه (الفصل 20)

توفر العرض من الفواكه الجافة والمكسرات

توفر العرض من المنتجات العضوية (الأرز العضوي)

الاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي

تصنيع المنتجات الخصوصية (الحمية ومرضى السكري والخالية من القلوتين) لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات، شريطة

تطوير نظم الجودة وتطبيق المعايير الأوروبية المطلوبة

الفصل 12 الأعشاب الطبية والبذور

ضرورة الاستفادة من الاستثمار الأجنبي لتطوير قطاع البذور والأعشاب الطبية على أساس التخصص في كل بلد (مثل بذور

البطاطس بالنسبة لمصر، بذور الحمضيات بالنسبة للمغرب)

6. التوصيات

التوصيات التالية هي استنتاجات عامة من التحاليل السابقة سيقع دراستها بالتفصيل في المرحلة الثانية من الدراسة

1.6 تطوير القطاعات الفرعية ذات الصلة بالفواكه والخضر

يتضح من خلال الدراسة للسوق الأوروبية والعالمية وكذلك الميزات التفاضلية لبلدان أغادير والفرص المتاحة لتراكم المنشأ بين بلدان أغادير، أن قطاع الفواكه والخضر والمنتجات ذات الصلة من محضرات غذائية أولية ومحضرات غذائية متطورة وكذلك قطاعي العصائر ومشتقات الحبوب تمثل القطاعات الفرعية ذات الأولوية على المدى القصير والمتوسط، وذلك لما توفره من إنتاج للمواد الأولية، والقيمة المضافة للصناعات الغذائية، والطاقت التصديرية.

كما أن هذه القطاعات الفرعية تعتبر قاعدة كبيرة لتحقيق التكامل بين بلدان أغادير وتساهم في تحسين التجارة البينية وتنمية الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي عبر الاستفادة من تراكم المنشأ، وجلب الاستثمارات الأوروبية وتطوير الاستثمار الداخلي.

ويعتبر الميزان التجاري الزراعي للدول الأعضاء في منظمة أغادير إيجابيا في مجال التجارة بالفواكه، والخضار، ، إذ تشهد صادرات هذه المنتجات أعلى نسق نمو في بلدان اتفاقية أغادير.

وفيما يتعلق باستيراد وتصدير الفواكه والمكسرات لدول اتفاقية أغادير، فهناك إمكانية الاستفادة من تراكم المنشأ من خلال زيادة حجم التجارة البينية في مجال الفواكه والمكسرات الطازجة ونصف المصنعة وزيادة حجم الصادرات من المنتجات الغذائية المصنعة المرتكزة على الفواكه والمكسرات لدول الاتحاد الأوروبي (كالعصائر والمشروبات و الحلويات....الخ).

أما في مجال تصدير الخضار فإن التحاليل السابقة تشير إلى وجود فرصة للاستفادة من تراكم المنشأ من خلال زيادة حجم التجارة البينية بين دول منطقة أغادير من الخضار الطازجة ونصف المصنعة (كالخضروات المجمدة) والمنتجات الغذائية المصنعة المرتكزة على الخضراوات المصدرة للاتحاد الأوروبي (زيتون الطاولة، الكتشب، الشوربات، مرق الخضار، صلصة الطماطم والخضار، الوجبات الجاهزة، الخ...).

إن وجود تنوع في طبيعة المواد المتوفرة عند دول اتفاقية أغادير سيساهم بشكل فعال في إنجاح عملية التعاون والتكامل فيما بينها. ففي مجال الخضار غالبا ما تُصدّر مصر منتجات البطاطاس، والبصل، والخضار المجمدة والمجففة. بينما تحتوي معظم صادرات المغرب على منتجات الطماطم، والجزر، والبقوليات، والخضار المحفوظة والمجففة. أما الأردن، فهي غالبا ما تقوم بتصدير الملفوف، والخس، والخيار، ومخلل الخيار وتصدير الطماطم في غير موسمها .

وفيما يتعلق بمنتجات الفواكه تعتبر مصر المُصدّر الأول للحمضيات والعنب، والفواكه الاستوائية مثل المانجا، والجوفا، والبابايا. بينما غالبا ما تُصدر المغرب الفراولة، والأفاوكادو، والبطيخ، والجوز، والتين، والفواكه المجمدة. أما

تونس، تعتبر المصدر الأول للتمور، و بينما تصدر الأردن الجوز، والشمام، والدراق، والنكتارين والكيوي. إن هذا التنوع في أصناف الفواكه يسمح بتكامل صادرات دول اتفاقية أغادير من المنتجات الغذائية الجاهزة للاتحاد الأوروبي، ويوسع من نطاق هذه المنتجات خاصة بالنسبة للمربيات، والعصائر، والمشروبات الخفيفة، ومحضرات الطعام.

تتمتع المنتجات المذكورة أعلاه بطلب كبير في دول الاتحاد الأوروبي كما تشهد نموا سنويا، بما قد يفوق عرض بلدان اتفاقية أغادير. لكن حصة هذه الصادرات من إجمالي الصادرات العالمية لا زالت محدودة مقارنة بحصة صادرات تركيا مثلا، التي برزت صادراتها من محضرات الطعام في السوق العالمية بامتياز.

كما أبرزت تحاليل سلسلة القيمة للمنتجات المذكورة أن بلدان المنافسة خاصة منها تركيا قد مرت من منتج ومصدر للفواكه والخضر إلى مصنع ومصدر للمواد الغذائية المحضرة وبنسبة كبيرة للانندماج في سلسلة القيمة وهو راجع بالأساس إلى القدرة على التنوع في الإنتاج والاستفادة من تراجع حصص السوق للبلدان الأوروبية.

كما أكدت الدراسة السابقة أنه إذا ما توفرت الشروط اللازمة لمصر لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقت التحويلية فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المصرية تقدر بـخمس مرات الصادرات الحالية، وقد تكون عشرة مرات إذا ما قورنت بايطاليا، كما أن الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المغربية تقدر بـتسع مرات للصادرات الحالية، وكذلك بالنسبة لتونس والأردن إذا ما تحقق سوق مشترك لبلدان أغادير في الخضر والفواكه ومشتقاتها.

ولتحقيق ذلك يستوجب :

- توحيد تشريعات التجارة الخارجية ومراقبة الجودة عند الاستيراد والتصدير والاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة،
- إحداث خط للشحن البحري مباشر ومستمر بين بلدان الاتفاقية يقلل من كلفة النقل ومدته كما هو مقترح بدراسة أغادير لتخفيض كلفة النقل،
- تحسين البنية التحتية للجودة بالاعتماد على البرنامج السويدي الذي تسيره الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير، وحث كل الشركات العاملة بالقطاع للاستفادة منه وانتهاج التشريعات المتعلقة بالسلامة وتتبع الأغذية، (نظام الجودة للنتبع واقتفاء الأثر GAP GLOBAL وأفضل الممارسات التصنيعية GMP)،
- التصدير تحت علامات تجار التجزئة الأوروبيين أو عن طريق رخص استخدام لعلامات تجارية عالمية حيث يعتبر ذلك عنصراً هاماً جداً للوصول لأسواق الاتحاد الأوروبي،
- تطوير المنتجات وتوسيع تنوعها لتتماشى مع متطلبات التنوع والجودة العالية المطبقة في الاتحاد الأوروبي
- كما يستوجب توفير برنامج مساعدات فنية لفائدة شركات الصناعات الغذائية ببلدان أغادير يتمحور حول :

- تنمية القدرات التسويقية
- تنمية القدرات التمويلية وخاصة منها القروض الموسمية
- البحث وتطوير المنتجات الجديدة
- تطوير نظم الجودة
- التدريب وتنمية القدرات البشرية
- تطوير الطاقات التكنولوجية وسلسلة التبريد بما يقلل من نسب فاقد ما بعد الحصاد وتحسين القدرة على تصنيع المواد الأولية من الصنف الثاني التي لا يمكن تصديرها كمنتج طازج من النخب الأول.
- كما يستوجب النظر في السبل الكفيلة لدفع الاستثمار الداخلي والخارجي.

2.6 تطوير القطاعات الفرعية التالية على المدى المتوسط والطويل

المحضرات الغذائية من الأصل الحيواني وخصوصا اللحم البيضاء (الدواجن)

إن وجود شركات كبيرة ببلدان أغادير قادرة على إنتاج محضرات غذائية من الفاصل الحيواني يمكن أن تطور صادراتها نحو الاتحاد الأوروبي شريطة الالتزام بالقوانين الأوروبية في مجال الجودة والسلامة الغذائية وهو ما يتطلب من حكومات بلدان أغادير استثمارات كبيرة في البنية التحتية للجودة التي لا تمثل جدوى في الوقت الحالي نظرا لضعف صادرات بلدان أغادير من هذه المنتجات واكتفاءها بالسوق المحلية.

✓ **جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة** خصوصا في قطاع تعليب زيت الزيتون والزيتون النباتية لما يتطلبه من استثمارات كبيرة لا تقدر على تحملها إلا الشركات المتعددة الجنسيات، وكذلك في قطاع البذور خاصة منها بذور البطاطس بالنسبة للمغرب ومصر وبذور الفواكه الاستوائية بالنسبة لمصر، وتصنيع الأعشاب الطبية.

✓ **تطوير التجارة البينية** في محضرات المنتجات البحرية والمرغرين والخمائر والمصنوعات السكرية

وسيبيني تقرير المرحلة الثانية على ما سبق لتحقيق استراتيجية وبرنامج عمل تتمحور حول النقاط التالية:

- **إعداد التوصيات لقطاع الصناعات الغذائية** بهدف جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، تحديث الصناعة بالقطاع وتطوير الاستثمارات البينية والتصدير.
- **تطوير إستراتيجية للتعاون بين بلدان الاتفاقية** لتحديث قطاع الصناعات الغذائية وتطوير الاستثمار والتصدير

تقرير المرحلة الثانية

يعتبر قطاع الصناعات الغذائية عنصر تنميين وتنظيم للإنتاج الزراعي في بلدان اتفاقية أغادير، ويحتل مكانة هامة في القطاع الصناعي لاقتصاديات البلدان الأعضاء من حيث مساهمته في تحسين الميزان التجاري وخلق فرص العمل، ويعد قطاع الصناعات الغذائية 10352 منشأة تنشط في المجال في منطقة أغادير وتتكون معظمها من مؤسسات صغيرة ومتوسطة ذات قدرة استيعابية كبيرة للأيدي العاملة.

كذلك فإن أهمية قطاع الصناعات الغذائية تزداد نتيجة ارتباطه الشديد بكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى، وخصوصا قطاع الزراعة، حيث يمكن للصناعات الغذائية أن تسهم في تحفيز هذا القطاع مما يزيد من القيمة المضافة للزراعة وتتويع المحاصيل الزراعية، بالإضافة إلى أن تطوير الصناعات الغذائية من خلال تصنيع الغذاء سوف يلعب دورا كبيرا في زيادة دخل المزارعين وما له من اثر اجتماعي ايجابي على المجتمع الريفي.

كما أن وزن قطاع الصناعات الغذائية في دول اتفاقية أغادير هام جدا من حيث التجارة الخارجية، إذ ساهم في سنة 2013 بعائدات التصدير بقيمة 1,18 مليار دولار لفائدة اقتصاديات البلدان الأعضاء، وهو القطاع الوحيد الذي قاوم الأزمة المالية العالمية والركود الاقتصادي الذي ضرب البلدان الغربية في سنة 2008، في هذا الإطار يمكن اعتبار البحث عن منافذ أسواق جديدة وزيادة حصص الصادرات نحو الأسواق التقليدية من المحاور الأساسية للاستراتيجيات الجديدة للتجارة الخارجية سواء كان ذلك في منطقة أغادير أو ضمن الفضاء الأوروبي.

وقد بينت التحاليل المضمنة للجزء الأول من الدراسة أن المؤشرات الاقتصادية لقطاع الصناعات الغذائية والمتعلقة بالفترة 2009-2013 أظهرت تنبأ في النمو وافتقار إلى الديناميكية في هذا القطاع مرده التزود من المواد الأولية الزراعية وعدم استغلال الميزات التفاضلية لبلدان أغادير أكثر منه نقص في ديناميكية الطلب.

وقد أكد الجزء الأول من هذه الدراسة أن هناك مجموعة من العوامل التي لها الأثر الكبير في تطوير قطاع الصناعات الغذائية في بلدان أغادير والتي تؤدي في نهاية المطاف إلى تنمية القدرات التنافسية للمنتجات الغذائية المصنعة والتي يمكن تلخيصها في الشكل التالي:



(1) التوصيات المفصلة

سيتناول هذا الفصل بإسهاب التوصيات المنبثقة عن الجزء الأول من الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء لاتفاقية أغادير بالاعتماد على أهم التحديات التي يواجهها القطاع والفرص المتاحة أمامه، ويمكن تقسيم هذه التوصيات إلى المحاور الأساسية التالية والمتربطة فيما بينها كما هو مبين في الشكل أعلاه:

الاستغلال الأمثل للعرض الزراعي بدول اتفاقية أغادير

تتوفر لدى بلدان أغادير عامل من العوامل الإستراتيجية الذي من شأنه أن يقود تطوير قطاع الصناعات الغذائية، ألا وهو وفرة المواد الخام من المنتجات الزراعية، وقد أبرزت تحاليل الأسواق العالمية ومنها السوق الأوروبي أن هيكلة التجارة بهذه الأسواق تتوجه أكثر نحو المنتجات الغذائية المصنعة المتطورة التي تمثل نسبة هامة من سلاسل القيمة العالمية مكنت الشركات الأوروبية من كسب الجزء الكبير من القيمة المضافة، تاركة بذلك مجالا لتجارة المنتجات الزراعية الخام والمنتجات المصنعة الوسيطة للبلدان النامية.

ومن القضايا الرئيسية التي برزت خلال الجزء الأول لهذه الدراسة هي جودة المنتجات الزراعية القابلة للتسويق الداخلي أو للاستعمال كمدخلات إنتاج للمواد الغذائية المصنعة. ومن التوصيات الرئيسية التي تصب في أهداف

الدراسة هو الجانب اللوجستي من نقل وتخزين وتبريد، وفي حال تم تطوير هذه السلسلة سيكون لها الفضل الكبير في التقليل من نسبة الفاقد وبالتالي توسيع قاعدة العرض من المواد الخام، وفي تحسين جودة المواد الزراعية المعدة للتصدير، واستغلال المواد الخام من الدرجة الثانية المعدة للتحويل، ومن ثم مزيد استغلال القدرات الإنتاجية للوحدات الصناعية. وفي هذا الغرض وجب الاستفادة من تطوير الخضر والفواكه المجمدة والمبردة لتطوير التصدير وتحقيق التكامل.

ولا يفوتنا أن نذكر كذلك في هذا الإطار أن العرض الزراعي ببلدان أغادير قادر على توفير المنتجات العضوية التي تلاقي اهتماما متزايدا من طرف المستهلكين الأوروبيين وشريحة هامة من سلاسل توزيع المنتجات الغذائية .

تطوير القدرات الصناعية للمؤسسات العاملة بقطاع الصناعات الغذائية

باعتبارها النواة الأولى في استراتيجيات تطوير الصناعة، فإن المنشآت العاملة في قطاع الصناعات الغذائية تعتبر المستهدف الأول لكل سياسة اقتصادية ورغم غلبة صبغة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على النسيج الصناعي للقطاع في بلدان أغادير، يمكن لذلك أن يمثل عنصرا ايجابيا ومحركا للنمو ولتطوير أداء القطاع محليا ودوليا، شأنها في ذلك شأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي بنيت عليها اقتصاديات بلدان متقدمة في الستينات مثل إيطاليا وإسبانيا.

إلا أن العوائق التي تعترض هذه الشركات في فضاء أغادير تحول دون القيام بدورها بفعالية من حيث تعزيز تنافسية القطاع ككل وإسهامها في التكامل بين بلدان أغادير والتصدير إلى الاتحاد الأوروبي، والتي تم ذكرها في الجزء الأول من التقرير (التحليل الرباعية لقطاعات الصناعات الغذائية) والتي يمكن تصنيفها إلى الخمس مستويات التالية:

المستوى الأول يعنى بتحسين إنتاجية العمل عبر البرامج التدريبية وتنمية الموارد البشرية

المستوى الثاني هو تطوير البعد المتعلق بالجودة خاصة مع تنامي حاجة المستهلك على السوق المحلي إلى المنتجات التي تتوفر فيها شروط السلامة الغذائية، وتتطور العوائق الغير جمركية (Non-Tariff Barriers NTB) التي تملئها الأسواق الأوروبية على المنتجات الغذائية المستوردة من البلدان الاخرى خارج الاتحاد من حيث الجودة والسلامة الغذائية بهدف حماية المستهلك.

المستوى الثالث يهتم بالتكنولوجيا المعتمدة في الوحدات الإنتاجية لصناعة المواد الغذائية رغم برامج تأهيل وتحديث الصناعة الذي نفذتها بلدان أغادير. وباعتبار التنوع الذي يتميز به القطاع يبقى تطوير الصناعات الغذائية في هذه البلدان رهين الاستثمار في المعدات التقنية الحديثة والتي تمكن من الحفاظ على مستوى الجودة وتنويع قاعدة الإنتاج. ونذكر ضرورة الاستثمار في أتمتة خطوط الانتاج المتواصلة لانتاج المحضرات الغذائية (الفصل 20) والمحضرات الغذائية المتنوعة (الفصل 21) وهو ما يتطلب تحقيق وفرة المواد الأولية والمواد الوسيطة لضمان انتاجيتها.

المستوى الرابع يعنى بتطوير البدائل المتاحة في القطاعات المساندة للصناعات الغذائية نذكر منها قطاع التعبئة والتغليف، البذور والمشاتل.

المستوى الخامس يتعلق بالنفاذ إلى مصادر التمويل وهو عامل مشترك لكل الشركات الصغيرة والمتوسطة ببلدان أغادير، سواء كان ذلك عند تمويل المواسم، أو تمويل الصادرات أو تمويل عمليات الاستثمار لتوسعة قاعدة الإنتاج. وسيتم تحديد المقترحات العملية على مستوى كل قطاع فرعي أو محور أساسي في إستراتيجية التعاون ضمن خطة العمل.

تنويع الإنتاج في الصناعات الغذائية

كما تم إبرازه في الجزء الأول من هذه الدراسة فإن لبلدان أغادير القدرات اللازمة للمشاركة أكثر في سلسلة القيمة العالمية لتجارة منتجات الصناعات الغذائية باعتبار نقاط القوة التي يتميز بها القطاع والفرص المتاحة أمامه محليا ودوليا من أجل تحقيق نمو مستدام للصادرات. ومن أبرز الأولويات التي يمكن من خلالها الارتقاء بهذا القطاع في بلدان أغادير هو التنويع في المنتجات الغذائية المحولة وفي القطاعات الفرعية ذات الأولوية التي تم تحديدها بالجزء الأول من الدراسة وسيتم تحديد المقترحات العملية على مستوى كل قطاع فرعي ضمن خطة العمل. ولتحقيق ذلك يستوجب العمل على تطوير برامج البحوث والتنمية والابتكار كل حسب ميزاته التفاضلية وهنا يجب الإشادة بالتجارب التي تم تنفيذها والتي خست الأقطاب التكنولوجية والمطلوب تدعيمها وتعميمها على المناطق الأخرى لبلدان أغادير..

تطوير الاستثمارات البيئية والاستثمارات الخارجية المباشرة

جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة لما لها من أهمية في عملية نقل التكنولوجيا وأساليب الإدارة الحديثة وتنمية القدرات الذاتية للقطاع الخاص. والنظر في الإمكانيات الاستثمارية البيئية المتاحة بين دول اتفاقية أغادير التي يمكن أن تكون أكبر قدرة من الاستثمارات القطرية على إقامة استثمارات تتمتع بمستوى تكنولوجيا عالية، وتكون بالتالي ذات إنتاجية على مستوى أعلى، تستطيع المنافسة في الأسواق الدولية.

تطوير بيئة الأعمال

لا شك في أن كل بلدان اتفاقية أغادير قد قفزت في المراتب ضمن تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي في السنوات الأخيرة على اثر الإصلاحات الجذرية التي قامت بها هذه البلدان قصد خلق بيئة مواتية للمبادرة الفردية وتسهيل التجارة وجذب الاستثمار. سيتم التركيز أساسا في مجال بيئة الأعمال بالنسبة لتطوير قطاع الصناعات الغذائية على تيسير التجارة بالنسبة للدول الأعضاء في اتفاقية أغادير وهو عامل يمكن أن يؤدي الى الرفع من نسق الصادرات البيئية والتخفيض من تكاليف التجارة، وتعرف تيسيرالتجارة بعملية تبسيط وتوحيد الإجراءات التي تحكم

انسياب السلع. وتنقسم محاور تيسير التجارة إلى ثلاث محاور النقل، البنية التحتية والجمارك. وهناك علاقة وطيدة بين الخدمات اللوجستية (النقل التأمين، الشحن، الدفع، المناولة، التخليص الجمركي...) وتيسير التجارة التي تعتبر العملية التي يتم من خلالها تطوير بعض الخدمات اللوجستية خصوصا الجمارك والعبور عن طريق تبسيط إجراءاتها وتحسين فعاليتها.

تنمية الصادرات

القواسم المشتركة لبلدان اتفاقية أغادير فيما يخص استراتيجيات تنمية الصادرات تتمثل في التنوع في المنتجات والتنوع في الأسواق التصديرية والحفاظ على الحصص من الصادرات في الأسواق التقليدية. كما وضعت بلدان أغادير الأطر المؤسسية التي تخولها تحقيق تلك الاستراتيجيات. إلا أنه وبالرجوع إلى مختلف التقارير الدولية التي عنت بسياسات تنمية الصادرات في البلدان النامية يتبين أن تلك السياسات تعاني من فقر في الرؤية الاستراتيجية، وتشئت الجهود الوطني لترويج الصادرات مع تعدد للأطراف المتدخلة، وعدم التجديد في الوسائل الترويجية بالأسواق المستهدفة بالإضافة إلى عدم القدرة على مواكبة واستيعاب التغيرات التي تحصل على الأسواق العالمية. واعتمادا على ما تم تقديمه في الجزء الأول لهذه الدراسة حول القطاعات الفرعية المستهدفة، فالإستراتيجية التي يستوجب توجيها لتنمية وترويج الصادرات ستركز على النقاط التالية:

على مستوى المؤسسة: تنمية القدرات التسويقية للشركات العاملة في مجال الصناعات الغذائية، إذ غالبا ما توجهت البرامج الترويجية نحو العمليات التي تقام خارج أرض الوطن (معارض، مهمات استكشافية، لقاءات ثنائية، دراسات الأسواق)، ولم يتم التأكد من أهلية المؤسسة الصناعية في التعامل مع الأسواق الخارجية.

على مستوى قطاع الصناعات الغذائية: اعتماد القطاعات الفرعية ذات الأولوية المذكورة لتحديد مكونات السياسة التصديرية والمسؤوليات لتنفيذها ضمن شراكة بين القطاعين العام والخاص.

على المستوى الحكومي: تحديد البرامج المالية لمساعدة القطاع الخاص والشركات العاملة بقطاع الصناعات الغذائية لتسهيل تنفيذ الإستراتيجية المشتركة.

تعظيم الاستفادة من بنود اتفاقية أغادير ورفع العوائق القانونية التي تحول دون تطور التبادل التجاري بين دول الاتفاقية في مجال الصناعات الغذائية والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي والاستغلال الأمثل لمبادئ تراكم المنشأ وتيسير التجارة بين دول الاتفاقية التي تمكن من تطوير التجارة البينية والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي ووضع المقترحات العملية لذلك.

وفي نهاية المطاف فإن كل السياسات والبرامج التنفيذية تنبني على ضرورة الرفع من مستوى تنافسية قطاع الصناعات الغذائية ببلدان أغادير مما يجعلها قادرة على خلق قاعدة صناعية غذائية مندمجة تمكنها من التمتع بالأسواق العالمية وكسب حصص من الصادرات العالمية.

هذا وتهدف السياسة الصناعية المقترحة إلى تحسين التنافسية الكلية لقطاع الصناعات الغذائية لمنطقة أغادير. وتغطي التنافسية الكلية مفهومين مترابطين ارتباطا وثيقا: تنافسية السعر والتنافسية غير السعرية.

تطرح تنافسية السعر سؤالين اثنين: الإنتاجية وتكلفة المواد الأولية. تبين من خلال المهمات السابقة في إطار هذه الدراسة أن الإنتاجية في منطقة أغادير غالبا ما تكون بمستوى ضعيف بسبب ضعف استغلال قدرات الإنتاج وارتفاع نسبة الفاقد الذي يؤثر في سعر التكلفة، ويعيق تطور الصادرات ويجمد من جدوى المؤسسة. ومأتي هذا الوضع هو مجالات متعددة : موسمية الإنتاج الزراعي و نقص في تنويع الإنتاج وفي طاقات التخزين المبرد، كفاءة الإطار الفني، مشاكل التزود والتصرف في تدفقات المواد الأولية.

من جهة أخرى وكما تم التطرق إليه في الجزء الأول فإن تنافسية السعر تتأثر بالوفرة وأسعار المواد، خاصة عندما تختلف الأسعار من موسم إلى آخر أين نلاحظ تفاوتات كبيرة لأسعار المواد الخام الزراعية حسب المواسم. وتدخل المواد الخام بنسبة النصف أو أكثر في تصنيع المواد الغذائية لذلك يمكن أن ننقهم أهمية المواد الأولية بالنسبة لتنافسية العرض لدى بلدان أغادير وبالنسبة لمستقبل القطاع ككل. لذلك فإن حرية تنقل المواد الخام الزراعية والمواد الوسيطة بين بلدان أغادير هو شرط أساسي لضمان توفير المواد ولضمان انتظام العرض لدى بلدان الاتفاقية.

أما فيما يخص التنافسية غير السعرية فهي عبارة عن مجموعة من العناصر الخارجة عن نطاق تكلفة عناصر الإنتاج، والتي تجعل من العرض جاذب أم لا، وهي مفهوم قريب من "الخدمة" للزبائن، وتشمل العناصر التالية: جودة المنتج، سرعة الرد خاصة فيما يخص العينات وأجال إيصال البضاعة و الدقة. كما تمس التنافسية غير السعرية مباشرة مجالات الابتكار والتجديد وبصفة عامة المواءمة بين العرض العام وانتظارات الموزع.

وفي هذا الإطار إن دراسة تدفقات التزود من المواد الغذائية وموازن القوى التنافسية بالبلدان الأوروبية تبين أن الأسواق الأوروبية متكونة من مجموعتين فرعيتين، الأولى تضم منتجات تقودها الأسعار والتي تهيمن عليها بالأساس البلدان الآسيوية، والثانية تضم المنتجات الخصوصية ذات جودة والتي تسيطر عليها مزودون من البلدان المجاورة. وانطلاقا من أن التنافسية الكلية هي الجواب الوحيد لعولمة الأسواق، فسيتم السعي إلى إعداد سياسة صناعية لتعزيز القيمة المضافة تهدف إلى تحسين كبير للكفاءات والمؤهلات المهنية، وأدراج تكنولوجيا حديثة، وتطوير أنشطة جديدة و تدعيم التكامل الرأسي عبر توسيع سلسلة القيمة وتدعيم الروابط القطاعية على المستوى الوطني.

كما يجب اتخاذ المبادرات الضرورية لتعزيز إدماج تكنولوجيات جديدة ، وتشجيع الشراكة بين البلدان الأربعة، وتحفيز الشراكة في البحوث والتنمية، ووضع تحت تصرف الشركات العاملة بقطاع الصناعات الغذائية المعلومات التكنولوجية ومرجعية لمؤشرات الأداء. هذا وسيتم البدء في دراسة الجدوى لإحداث هيكل لتنمية البحوث والتنمية والتكنولوجيا صلب بلدان أغادير.

بهدف تدعيم قطاع الصناعات الغذائية والتسريع في نسق تحديثه وتطوير أنشطة جديدة، سوف يتم النظر في إجراءات منسقة من أجل تشجيع الاستثمارات المشتركة بين دول أغادير وجذب مستثمرين أوروبيين جدد ودعم التواجد للشركات العالمية للاستثمار والإنتاج ببلدان أغادير.

(2) استراتيجية التعاون والشراكة

ان تطوير استراتيجية التعاون تهدف الى تطوير الشراكة والتبادل التجاري بين بلدان أغادير عبر استغلال فرص التكامل وتراكم المنشأ للتصدير نحو الاتحاد الاوروبي.

ولتنفيذ هذه الاستراتيجية فمن الضروري تحقيق الاهداف الاستراتيجية التالية:

✓ تطوير تنافسية قطاع الصناعات الغذائية وذلك:

- على مستوى تنمية الصادرات
- على مستوى التنويع وتطوير منتجات جديدة
- على مستوى تطوير الجودة
- على مستوى تطوير سلسلة القيمة
- على مستوى الصناعات الوسيطة المزودة للمواد الأولية ذات جودة وبتكلفة أقل لفائدة الصناعات الغذائية: وهي الصناعات التي تتعلق بإنتاج البطاطس المبردة، والصناعات المنتجة لمحضرات الخضر والفواكه التي توفر المواد الأولية (الوسيط) للمحضرات الغذائية المتنوعة مثل الشكشوكة والسلطة المشوية وسلطة الفواكه. وهي كذلك إنتاج معجون الطماطم كمادة أولية لإنتاج الكتشب وصلصات الطماطم. كما أنها الصناعات المنتجة للطحينة كمادة أولية لإنتاج المنتجات الشرقية مثل الحمص وبابا غنوج...

✓ التعاون والاندماج الصناعي بين بلدان أغادير

✓ جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة

سيتم دمج التوصيات واستراتيجية التعاون ضمن خطة عمل شاملة والتي تحقق أهداف الدراسة.

كما تم اعداد خطة تنفيذية تقوم بالانشطة التالية:

- تحديد الاطراف المعنية بانجاز خطة العمل المقترحة، وتحديد مواعيد الانجاز
- تحديد ميزانية مؤقتة لكل مكون من مكونات خطة العمل المقترحة وتحديد الاليات المالية التي يمكن اعتمادها
- تحديد الاطار الزمني لكل مكون من مكونات خطة العمل ومؤشرات الاداء الرئيسية.

(3) خطة العمل

1.3 المحور الأول: تنمية الصادرات

بينت التحاليل الواردة بالجزء الأول للدراسة أن صادرات المغرب وتونس موجهة بالأساس نحو الاتحاد الأوروبي في حين أن صادرات الأردن موجهة نحو الشرق الأوسط وصادرات مصر موزعة بين السوق الأوروبية وأسواق الشرق الأوسط. كما أظهرت هذه التحاليل كذلك فروق ملحوظة للتموقع من حيث السوق والمنتج، إذ أن الصادرات المغربية موجهة بالأساس نحو اسبانيا وفرنسا، والصادرات التونسية نحو فرنسا وإيطاليا والمصرية نحو المملكة المتحدة وإيطاليا.

ويمكن اعتبار هذه الفروق عوامل تكامل بين بلدان الاتفاقية والممكن استغلالها لصالح فضاء أغادير. وفي هذا الصدد فمن المناسب أن يحذو المصدرين من المغرب وتونس حذو المصدرين من مصر والأردن لمحاولة النفاذ إلى الأسواق الشرق أوسطية، وفي المقابل يبدو من المنطقي أن تضم العمليات الترويجية الجماعية التي تقوم بها الشركات التونسية و المغربية على السوق الأوروبية، شركات من مصر والأردن.

"الإستراتيجية الوطنية للتصدير (National Export Strategy NES) هي مصفوفة متابعة لتعزيز القدرة التنافسية وتنمية الصادرات الوطنية. ويتم التحليل الشامل على المستويات الوطنية والمؤسسية لتحديد الأولويات ولتحسين النتائج. وهذه المصفوفة الراسية ضمن حوار قوي بين القطاعين العام والخاص، ستمكن من توطيد الروابط بين التنمية والنمو الاجتماعي والاقتصادي" (مركز التجارة العالمي International Trade Centre ITC).

ونظرا لأهمية قطاعات الصناعة الغذائية في بلدان أغادير، يجب القيام بالتدقيق المستمر في السياسة المعتمدة لتنمية الصادرات قصد تقييم العائد على الاستثمار، وقياس وتفسير الفوارق بين الأهداف المرجوة والنتائج وإجراء التصحيحات الإستراتيجية اللازمة على ضوء المتغيرات المستمرة في الأسواق العالمية.

فمثلا على مستوى محور المشاركة في المعارض، لا يجب أن يقتصر هذا التدقيق على جمع المعلومات حول رأي المؤسسات المشاركة، لكن يجب أن يغطي هذا التقييم رأي الزائرين من شركات مستوردة وممثلي البلدان الأعضاء في الاتفاقية حول العرض المقدم من طرف دول أغادير وأساليب تنظيم العمليات المماثلة.

تعزيز العرض من المنتجات الغذائية بالأسواق الأوروبية

من القضايا الحاسمة المطروحة بالأسواق الأوروبية هي مسألة التواصل بين قطاع الصناعات الغذائية والمستوردين وقنوات التوزيع التي تخضع إلى منافسة شرسة فيما بينها الأمر الذي يجعل هاذين الأخيرين في بحث متواصل عن أفضل العروض من حيث الأسعار والجودة والتنوع في المنتجات مما يفسر تغيير مناطق التزود.

ومن ناحية أخرى فمن الضروري أن يتحرك الصناعيين في بلدان أغادير لدى مركزيات الشراء الأوروبية لبحث فرص تصدير منتجاتهم، كما أنه من الضروري التواجد بالأسواق المعنية لمواكبة المتغيرات التي قد تطرأ على مستوى المنافسة والمنتجات ومسالك التوزيع ومتطلبات المستهلك، والذي سيمكن شركات الصناعات الغذائية من تكييف إنتاجهم على ضوء تلك المتغيرات.

لكن في الواقع قليل هي تلك الشركات في قطاع الصناعات الغذائية التي لديها الإمكانيات البشرية والمادية والاتصالية للتواصل مع العملاء إذ عادة ما تفقر هذه الشركات إلى إدارة للتسويق أو مكاتب بالخارج، ويقتصر البحث عن عملاء بمناسبة المشاركة بالمعارض.

الصورة النمطية لعرض أغادير في الأسواق الأوروبية

الترويج عبارة عن عملية اتصال بين البائع والمشتري أو بين المصدر والمستورد. والترويج الدولي يعني نقل رسالة من الشركة المصدرة إلى المستورد (المشتري أو المستهلك) أو الوسطاء بهدف إقناعهم وجعلهم أكثر تقبلاً لمنتجات الشركة.

لا يمكن أن نتكلم عن صورة خاصة بمنطقة أغادير في الأسواق الدولية، إذ إن مفهوم أغادير في حد ذاته غير معروف كما بينته اللقاءات مع الموزعين بالاتحاد الأوروبي في إطار هذه الدراسة. البلدان التي تعمل على هذه السوق هي تونس والمغرب معروفة لدى البلدان الجنوبية لأوروبا، ولكنها غير معروفة بالكفاية في شمال القارة. وحتى في البلدان الجنوبية فهي معروفة على أنها مزودة للمواد الأولية الأساسية مثل زيت الزيتون والمنتجات الطازجة أو الوسيطة مثل التمور والحمضيات بالنسبة لتونس والحمضيات والطماطم وزيتون الطاولة بالنسبة للمغرب. وفي الواقع يعاني قطاع الصناعات الغذائية لدول اتفاقية أغادير من المقارنة مع المنتجين من أوروبا وآسيا الذين تمكنوا بوسائل ترويجية متنوعة من تشكيل صورة جاذبة في نظر المستوردين والموزعين والمستثمرين الأوروبيين.

وفي هذا الصدد ينبغي ذكر تركيا التي لديها أهم عامل في التنافسية في قطاع الصناعات الغذائية وهي الصورة التي تتميز بها والمتكونة من الشركات الكبرى والمنظمة حول القطب التكنولوجي ومراكز بحوث وتجديد مثل مركز VS بمدينة أزمير.

التغيير في صورة عرض أغادير بالأسواق الأوروبية

نوصي في هذا الإطار بوضع سياسة اتصالية قوية لبناء مفهوم "أغادير" وتعزيز صورة قطاع الصناعات الغذائية للبلدان الأربعة، كما يجب طبعاً على الواقع الصناعي للقطاع أن يتطور سريعاً لإكسابه صورة جديدة مثمنة ولكي لا يكون هنالك تضارب بين ما هو موجود والصورة الاتصالية التي نريد أن نوصلها إلى المهتمين بمنتجات القطاع.

لذلك يقترح إطلاق خطة إعلامية باستعمال الأدوات الاتصالية مثل الأفلام الترويجية والوثائق والنشرية التعريفية والأقراص المضغوطة والمواقع الإلكترونية التي سيتم استعمالها باتجاه السوق الأوروبي

1.1.3 إتحادات أغادير التنافسية القطرية Agadir Consortiums:

تصنف أغلبية الشركات المنتمية لقطاع الصناعات الغذائية بمنطقة أغادير على أنها شركات صغيرة ومتوسطة، مما ينجر عنه عدم القدرة على مجابهة المنافسة في الأسواق التصديرية الغربية (أوروبا والولايات المتحدة) والمتأنتية من تركيا وبلدان آسيا، لذلك يستوجب تشجيع المبادرات ذات الطابع التجميعي لقدرات الشركات تحت شكل إحداه الانتلاطات التي تمكن من تحقيق وفورات الحجم (economy of scale) وتدعيم الموارد وتوسيع وإنشاء العروض من المنتجات والخدمات. ولتسهيل إحداث هذه الانتلاطات صلب منطقة أغادير، يمكن انتهاج هيكله أنور ATOR (الفريق العامل المفتوح العضوية للحصول وتقاسم المنافع Arc Team Open Research) والتي يمكن أن تلعب دور الواجهة البينية وعاملتيسير لتحديد الشركاء المحتملين وتنظيم اللقاءات فيما بينهم. ومن جهة أخرى وكما هو معمول به في بعض البلدان المتوسطية، يكون من المستحسن تقديم تدقيق للجدوى لفائدة الشركات قصد حثها على خلق مثل هذه الانتلاطات.

إتحادات أغادير

إن فكرة إنشاء إتحادات التصدير Export Consortium للشركات الصغيرة والمتوسطة تعد وسيلة فعالة في الارتقاء بقدراتها التصديرية وتقليل التكاليف والتغلب على نقص المهارات، كما يمكن لهذه الآليات أن تجعل من الشركات الصغرى والمتوسطة فاعلا نشطا في منظومة التصدير وتمكن من تعزيز حصصها في الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى أن هذه الانتلاطات تسمح للشركات التابعة إلى تحسين الإنتاجية، وزيادة المعرفة واكتساب فرص أكبر لفتح أسواق التصدير وتلبية طلبات كبيرة من المشترين الأجانب والغير متيسرة لمؤسسة واحدة ذات حجم صغير.

وإتحادات التصدير هي تحالف طوعي للشركات يهدف إلى تعزيز الصادرات من السلع والخدمات لأعضائها من خلال العمل المشترك، أي أن إتحادات التصدير منظمة رسمية لتعزيز التعاون الاستراتيجي بين الشركات على المدى المتوسط إلى المدى الطويل، وذلك بتنظيم أنشطة مشتركة لتسهيل الوصول إلى الأسواق الأجنبية. كما أنها عبارة عن تنظيم رسمي يتكون من مجموعة من الشركات الصغيرة والمتوسطة من قطاع تجاري واحد، ويهدف هذا التعاون إلى جعل هذه الشركات قادرة على المنافسة عالميا من خلال تعزيز تصدير السلع والخدمات الخاصة بأعضائها، عن طريق تشجيع العمل الجماعي.

فالشركات الصغيرة والمتوسطة عادة ما تواجه صعوبة في التصدير إلى الأسواق الخارجية حيث أنها قد تقتصر إلى المعرفة اللازمة والتمويل، أو قد تنتج منتجات بكميات أو نوعية غير ملائمة بالنسبة للمشترين الأجانب، و غالبا ما يمكن التغلب على هذه المشاكل من خلال التعاون بين الشركات الصغيرة والمتوسطة، من خلال الجمع بين معارفها،

والموارد المالية والاتصالات ضمن ائتلافات التصدير، بما يمكن الشركات الصغيرة والمتوسطة من تحسين إمكاناتها التصديرية بشكل ملحوظ وتقليل التكاليف والمخاطر التي ينطوي عليها النفاذ إلى الأسواق الخارجية. والجدير بالملاحظة أن أعضاء إتحاد التصدير يحافظون ضمن الائتلاف باستقلاليتهما على المستوى المالي، والقانوني، والإداري، والتجاري.

1.1.1.3 مختلف أنواع الإتحادات:

ويمكن تقسيم ائتلافات التصدير وفقا للمنتجات أو وفقا للنشاط

أولاً: أنماط إتحادات التصدير وفقا للمنتجات: يختص أعضاء التحالف بإنتاج ما يلي:

(1) نمط واحد من المنتجات (نفس القطاع): حيث تلتزم كافة الشركات التي تنتمي إلى عضوية التحالف بتصنيع نفس المنتج. ومن مزايا هذا النمط نذكر زيادة الكميات، واستهداف نفس الأسواق وقنوات التوزيع، وتنفيذ نفس الحزمة من الأنشطة الترويجية.

(2) منتجات تكملية (قطاع واحد أو قطاع مختلف): قد تنتمي الشركات الأعضاء إلى قطاع واحد، بينما تختص كل منها بتصنيع منتجات مختلفة وتكميلية. ومن مزايا هذا النمط من الائتلاف هو أنه لا توجد منافسة بين الأعضاء، وإمكانية الزيادة في نطاق المبيعات، واستهداف الأسواق وقنوات التوزيع ذاتها، وتنفيذ نفس أنشطة الترويج. وقد تنتمي الشركات التي تنسب إلى عضوية الإتحاد إلى قطاعات مختلفة، بينما تستهدف كل منها فئات واحدة من العملاء.

ثانياً: أنماط إتحادات التصدير وفقا للنشاط

(1) أنشطة ترويجية: الالتزام فقط بتنفيذ أنشطة ترويجية لصالح الشركات التي تنتمي إلى عضوية التحالف (تضطلع الشركات بمسؤوليات المبيعات وإصدار الفواتير) وتعتبر مهام يسيرة خلال المراحل الأولى من خلق الائتلافات.

(2) المبيعات: تنفيذ أنشطة الترويج والدعاية ودعم مبيعات المنتجات الخاصة بالشركات الأعضاء (يختص الائتلاف بشراء المنتجات من الأعضاء، ثم إعادة طرحها للتصدير للعملاء).

الخدمات التي توفرها الإتحادات:

الخدمات الأساسية:

- خدمات إدارية (فاكس، هاتف...)
- الترجمة والاستشارات المتعلقة بالتصدير
- المساندة القانونية
- إحداث نظام معلوماتي موحد لنشر المعلومات التجارية بين الأعضاء
- المساندة للتصرف في الإجراءات الجمركية
- ربط الصلة مع المؤسسات الجهوية أو الوطنية

الخدمات المتعلقة بترويج منتجات الشركات الأعضاء

- الإعلانات المشتركة (التلفزيون، الكتلوجات، مواقع الانترنت...)
- الترويج والتنسيق وتنظيم المشاركة بالمعارض الوطنية أو الخارجية
- مشاركة مندوبي الشركات الأعضاء بالاتحاد في الجولات الدراسية والمهام التجارية بالخارج
- الاستقبال الجماعي للمستوردين المحتملين

- خلق ماركات مسجلة للاتحاد ودعائمتها من خلال العمليات الترويجية
- وضع خطة اتصالية للترويج والتسويق
- العلاقات العامة وعمليات الضغط
- الخدمات التي تتعدى مجرد العمليات الترويجية:
- المعلومات حول التطور التكنولوجي بالقطاع
- تنظيم ورشات تدريبية جماعية
- دراسات الأسواق
- إدخال معايير الجودة
- تحديد الموزعين والمستوردين
- البحث عن النظم لتحسين نظم الإنتاج
- البحث عن تطوير منتجات جديدة
- اختيار مزودين للمواد الأولية
- التفاوض حول اتفاقات تفضيلية مع المؤسسات المصرفية، وكالات الأسفار...
- ضمان أخلاقيات المهنة لدى الشركات الأعضاء

2.1.1.3 كيفية إحداث الإتحادات:

تعتبر مرحلة الإحداث هي المرحلة الحاسمة في حياة الإتحادات، إذ أن القرارات التي سيتم اتخاذها ستؤثر على ديمومة ونجاح الإتحادات، وفي هذا الإطار فقد ساعدت منظمة الأمم المتحدة للتنمية (يونيدو) بالتعاون مع جامعة إتحادات التصدير الإيطالية Federexport على خلق الإتحادات في كل من تونس والمغرب والأرجنتين والبرازيل، والمكسيك، وعلى أساس هذه التجارب يمكن تقديم المراحل التالية لإحداث إتحادات التصدير:

المرحلة الأولى : تحديد منسق كفاء

منسق الاتحاد: الذي يجب أن يتواجد منذ بداية عملية إحداث اتحاد التصدير، فهو لا يملئ على الشركات الأعضاء برنامج معين لكن يجعلها تحدد أولوياتها بحرية، ومن مهامه:

- المساعدة في تحديد أهداف الائتلاف،
- اقناع الشركات المحتملة بجدوى الانضمام الى الاتحاد،
- التدخل عند الاقتضاء لتجاوز العقبات ذات الطابع القانوني والترتيبي،
- تسهيل عملية انتخاب المجلس
- يمثل حلقة الربط بين الاتحاد والمؤسسات الرسمية

هذا ويمكن أن يكون المنسق صاحب شركة مصنعة للمنتجات الغذائية وعضو محتمل في الاتحاد المزمع احداثه

المرحلة الثانية: تحديد الأعضاء المحتملين

من المعايير التي يمكن اعتمادها في اختيار أعضاء الاتحاد يمكن أن نذكر حجم الشركة وسمعتها التجارية، الاستقرار المالي، والعرض من السلع والخدمات، منتجات ذات جودة وتنافسية، بالإضافة إلى معايير أخرى مثل المواصفة مع نظم الجودة الأوروبية، ولها قابلية للتعاون المشترك.

المرحلة الثالثة: إجراء عملية مسح للاهتمام والاتصال بالشركات

اثر تحديد الشركات المحتملة وفقا للمعايير المعتمدة، يتم تنظيم عدد من اللقاءات مع الأعضاء المحتملين على أساس نموذج استقصاء لتمكين الشركات من التعبير عن مجالات اهتمامها لمبدأ اتحاد التصدير، عند ذلك يتدخل منشط الائتلاف للاتصال بالشركات التي أعربت عن رغبتها للانضمام لائتلاف التصدير لتأكيد الانضمام.

المرحلة الرابعة: تكليف المندوبين

يجب على كل شركة تعيين مندوب لها ممثلا لدى اتحاد التصدير للدفاع عن مصالح الشركة صلبه وله القدرة على أخذ القرارات. تجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أهمية العلاقة التي ستبنى بين ممثلي الشركات صلب الاتحاد التي ينبغي أن تتميز بالثقة والانسجام والعلاقات الشخصية التي سيكون لها الدور الكبير في إنجاح عملية الائتلاف.

المرحلة الخامسة: تنظيم لقاءات بين الأعضاء المحتملين

على اثر الاجتماع الأول بين المنشط وأعضاء الائتلاف، يتم عقد عدد من اللقاءات لتحديد أهداف الاتحاد والخطة التنفيذية. ويقترح أن يكون أولى هذه الاجتماعات تحت مظلة رسمية (وزارة الصناعة).

المرحلة السادسة: مباشرة إعداد دراسة الجدوى ومخطط الأعمال

ما إن تم قبول الاقتراح لإحداث اتحاد التصدير وتحديد الأعضاء في هذا الاتحاد، يجب إعداد مخطط عمل على أساس الحاجيات والأولويات وعلى أساس الاستقصاء ودراسة الجدوى.

تمكن دراسة الجدوى من ضمان أن الأهداف المرسومة واقعية وقابلة للإنجاز والتي تشمل الناحية الإجرائية والموارد المالية والبشرية اللازمة لإحداث الاتحاد. كما تشمل الدراسة نقاط القوة والضعف لدى الشركات التي ستمكن من وضع إستراتيجية أنشطة واضحة تحدد الأسواق والقنوات والآليات المعتمدة. ويحد مخطط الأعمال الأنشطة التي يود الأعضاء القيام بها والمصاريف المجرة عنها.

المرحلة السابعة: الإنشاء الرسمي والفعال للاتحاد

في هذه المرحلة يجب على الشركات أن تلتزم باحترام القانون الأساسي للاتحاد التصدير، الالتزام بدفع المصاريف المتفق عليها، الالتزام التجاري للتصدير نحو الأسواق المستهدفة من طرف الاتحاد. إحداث هيكلية للاتحاد تمكن الأعضاء من التركيز على الأنشطة المتفق عليها. وفي هذه المرحلة يجب تسمية المدير التنفيذي لاتحاد التصدير وتحديد المقر الرئيسي والذي يجب أن يكون على مقربة من الشركات الأعضاء.

المرحلة الثامنة: المتابعة والمساندة

مزيد التعرف بين أعضاء الاتحاد عن طريق الاجتماعات الفردية والجماعية لبث روح الثقة بينهم وأخذ القرار بصفة جماعية وإزالة العراقيل التي تحول دون المواصلات في تطور الاتحاد لإرساء منطق الشراكة بين الأعضاء، وفي هذه المرحلة يمكن القول أن فرص نجاح الاتحاد كبيرة.

مراحل إحداث الاتحادات

- (1) تحديد منسق كفاء
- (2) تحديد الأعضاء المحتملين
- (3) إجراء عملية مسح للاهتمام والاتصال بالشركات
- (4) تكليف المندوبين
- (5) تنظيم لقاءات بين الأعضاء المحتملين
- (6) مباشرة إعداد دراسة الجدوى ومخطط الأعمال
- (7) الإنشاء الرسمي والفعال للاتحاد
- (8) المتابعة والمساندة

3.1.1.3 العوامل التي يمكن أن تعيق إحداث الاتحادات:

- تردد بعض الشركات حول فاعلية هذه الآلية الجديدة
- نقص في الثقة بين الأعضاء
- عدم وجود قائد من ضمن الشركات الذي يستطيع التأثير على وجود المشروع
- توقف المشروع بسبب مختلف المصالح المتعلقة بالتصدير
- عدم الالتزام بالمساهمات المالية
- بعض الشركات التي تصدر نحو الأسواق الخارجية لا تجد جدوى من الانضمام إلى الاتحاد، لكنه مفهوم خاطئ.
- استغلال الاتحاد للوصول إلى المآرب الخاصة الضيقة
- صعوبة تقديم صورة مشتركة وجماعية للاتحاد
- الإطار القانوني غير ملائم لإحداث الاتحادات
- عدم تواجد الهياكل المؤسسية للمساندة على المستوى الجهوي والوطني.

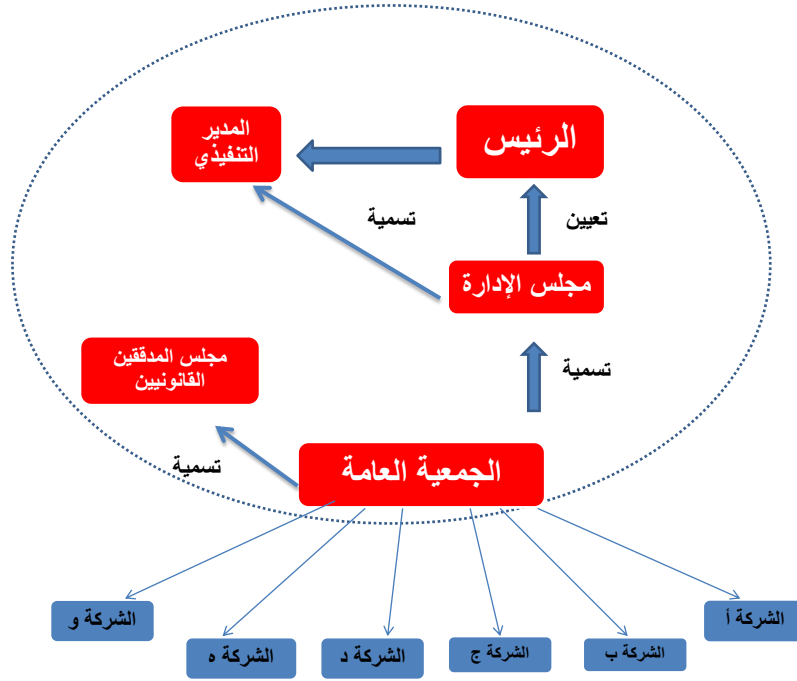
ويتوقف نجاح الاتحادات على مدى استعداد الاطراف المعنية من سلطات رسمية وقطاع خاص للانخراط في هذا التمشي وعلى مدى روح الشراكة بين مؤسسات الصناعات الغذائية للعمل الجماعي، مع العمل على توفير الاطر القانونية الملائمة والحوافز المالية والتشجيعات، وتجنب الانشطة التنافسية بين أعضاء اتحادات التصدير.

4.1.1.3 حجم الاتحادات

لا توجد قاعدة تحدد عدد الشركات المنضوية تحت إتحادات التصدير، والعامل الأساسي لتحديد ذلك يرجع إلى الأهداف التي تم من أجلها بعث الاتحاد، بالإضافة إلى درجة الوعي لدى الشركات حول التعاون والشراكة مع الغير،

وقد بينت تجربة الهند وتونس في هذا المجال أن عدد الأعضاء يكون بين 8 إلى 12 شركة مكونة للاتحاد ويمكن الزيادة في هذا العدد في مرحلة متقدمة من عمله. في حين أن عدد الأعضاء في الاتحادات الإيطالية التي تعتبر رائدة في المجال يكون بين 11 و 50 شركة، وحسب دراسة أنجزتها الجامعة الإيطالية للاتحادات للتصدير Federexport من بين 111 اتحادا للتصدير فان نسبة 30.6% منها تتكون من عدد اقل من 10 شركات، ونسبة 46% متكونة من 11 إلى 50 شركة، ونسبة 23.4% من الاتحادات الإيطالية متكونة من لا يقل على 50 شركة.

الهيكل التنظيمي لاتحادات التصدير



المنوبين الدائمين ■ الشركات الأعضاء ■ ائتلاف التصدير

5.1.1.3 مقترحات اتحادات التصدير بدول اتفاقية أغادير:

بالإضافة إلى الأهداف من إحداث اتحادات التصدير والمذكورة أعلاه، فإن اتحادات أغادير المقترحة يمكن أن تلعب دورا هاما في الاندماج بين مختلف القطاعات الفرعية مما يؤدي إلى تكامل العرض وقدرة تنافسية كبيرة. وسيقتصر اقتراحنا على إنشاء في مرحلة أولى أربع ائتلافات في بلدان أغادير والتي ستمثل مشاريع نموذجية ، ويبقى المجال مفتوحا لخلق ائتلافات جديدة أخرى حسب الضرورة وحسب الدراسات التي سيمولها صندوق أغادير لدعم الصادرات. كما يقترح في مرحلة أولى أن تكون هذه الائتلافات في مجملها ذات طابع عمودي لشركات متكاملة لها نفس الأهداف المشتركة وهي التصدير نحو الاتحاد الأوروبي، باعتبار أن ثقافة التعاون وتقاسم الفائدة بين الشركات المصنعة في بلدان أغادير لا تزال غير منتشرة.

كما بينت التجارب في كل من تونس والمغرب أن نجاح هذه الائتلافات كان مرده أساسا للصيغة القانونية التي تم اعتمادها، إذ انطلاقا من أن كل شركة عضو في الائتلاف لها مصالحها وأهدافها الخاصة، فالصيغة التي تم إتباعها هو تجنب أن يوكل للائتلاف مسألة البيع أو الشراء، وانتهاج الصيغة التي يمكن أن تتلاءم مع مرحلة تطور الشركات المصدرة والقدرة على التعاون والمشاركة في النفع والربحية، وأفضل إطار قانوني يمكن اقتراحه بالنسبة لبلدان أغادير هو المجموعات ذات النفع الاقتصادي (Economic Interest Grouping EIG)

ولتفادي المطبات المتأتية من التنافسية بين أعضاء الائتلاف فقد إعتدنا أيضا مقارنة مماثلة لتلك التي تم اعتمادها بفرنسا، إذ يمكن تطبيقها على كيفية إحداث ائتلافات أغادير، والتي تتطلب جميع مختلف الفاعلين من نفس سلسلة القيمة.

وعلى هذا الأساس نقترح تكوين الائتلافات الآتية:

مصر: إحداث ائتلاف بمصر كمجموعة ذات نفع إقتصادي تخضع للقانون المصري يعنى بترويج منتجات الصناعات الغذائية أساسها البطاطس نحو الاتحاد الأوروبي. وفي هذا الإطار يقترح أن يكون هذا الائتلاف ذو طابع عمودي يشمل على الأقل شركة لها من الخبرة الكافية والموارد البشرية في مجال تصدير مشتقات البطاطس نحو الاتحاد الأوروبي لتكون الشركة القيادية ضمن هذا الائتلاف، ويشمل هذا الائتلاف كذلك الشركات المتخصصة في المنتجات الوسيطة التي لها صلة وثيقة بالمزارعين عبر نظام عقود الإنتاج بالإضافة إلى مركز بحوث وتنمية في مجال البذور. وبذلك تكون الحلقة مكتملة تجمع أهم الفاعلين من مختلف بلدان أغادير.

الأردن: إحداث بالأردن ائتلاف يخضع للقانون الأردني ويعنى بترويج المنتجات الشرقية ومحضرات الخضر نحو الاتحاد الأوروبي، وبأخذ هذا الائتلاف طابعا عمودي يضم شركات من مختلف بلدان أغادير منتجة لسلع متصلة ومتكاملة .

المغرب: إحداث بالمغرب ائتلاف يضم شركات من مختلف بلدان أغادير ويخضع للقانون المغربي يعنى بترويج محضرات الخضر خاصة زيتون الطاولة لأسواق الأوروبية، يكون هذا القطاع ذو طابع عمودي يضم شركات منتجة لسلع متصلة ومتكاملة

تونس: إحداث بتونس ائتلاف يضم شركات من مختلف بلدان أغادير ويخضع للقانون التونسي يعنى بترويج محضرات الطماطم نحو الأسواق الأوروبية، يكون هذا الائتلاف ذو طابع عمودي يضم شركات منتجة لثاني تركيز

الطماطم، وثلاثي الطماطم المركزة والكتشب ويستحسن أن تكون ضمن هذا الائتلاف شركات قيادية لها من الخبرة والموارد البشرية ما يمكنها من أن تكون عامل توحيد للقدرات المتوفرة لدى الشركات الأعضاء.

وتبقى هذه المقترحات مفتوحة على قطاعات فرعية أخرى على غرار العصائر في المغرب أو مصر، وزيت الزيتون في بلدان أغادير وعلى حسب الطلب واستعداد الجهات المعنية لذلك التي ستبرزها اللقاءات المزمع القيام بها خلال الحملات التوعوية.

كما يمكن عقد لقاءات التوعية في البداية لاختيار وتحديد المنتجات الخاصة بالاتحادات ومن ثم تحديد المنسق واتباع باقي الإجراءات الخاصة بإنشاء الائتلافات.

المقاربة العنقودية للاتحادات :

وبناء على التحاليل السابقة فسنعتمد أيضا المقاربة العنقودية لتعزيز القدرة التنافسية للشركات الصغرى والمتوسطة، علما بأنه تم تطوير الخارطة العنقودية لمايكل بورتير Michael Porter ، والتي تشمل مجموعة كاملة من الصناعات المترابطة تتقاسم التكنولوجيا والمهارات والمعلومات والمدخلات والعملاء والقنوات.

هذه المقاربة ماثلة لتلك التي تم اعتمادها بفرنسا وتم توسيعها ببلدان أوروبية أخرى، إذ يمكن تطبيقها على كيفية إحداث ائتلافات أغادير، والتي تتطلب تجميع مختلف الفاعلين من نفس سلسلة القيمة، ويكمن نجاح هذه المقاربة في مدى التأقلم والمرونة حسب السياق لديناميكية الصناعة.

وتهدف هذه الاتحادات إلى صياغة إستراتيجية موحدة لأعضائها والتي تتطلب تنفيذ تدابير ملموسة لتوفير حلول لأولوياتها في الأسواق الحالية واستغلال الفرص الجديدة والمتاحة.

ولضمان تطور هذه الاتحادات سوف تستند عملية اختيار المستفيدين بطريقة تدريجية، وعلى أساس قدراتها على التنمية. ولتحقيق ذلك يتم إعداد حملة إعلامية في بلدان أغادير بالتعاون مع الدوائر المعنية من غرف للتجارة وجمعيات القطاع الخاص.

وتعتمد المقاربة العنقودية على المراحل التالية:

- التهيئة : تحديد التحديات المشتركة والرؤية الإستراتيجية
 - البلورة : تنشيط الشراكات والتعاون
 - التطوير : هيكلة المشاريع الجماعية مع التحالفات الخارجية
 - التوقع : الذكاء الاقتصادي وإستراتيجية سلسلة القيمة، البحث عن مزايا تنافسية جديدة
- وتتمثل المنهجية في إجراء تحاليل جماعية، والتعرف على المشاكل وتحديد الفرص. وعند الحصول على رؤية جماعية سيكون دور المنشط (الميسر) تحديد التوقع الاستراتيجي للاتحاد العمودي وإعداد برنامج عمل على المدى المتوسط والبعيد، وتحديد العملية الدورية لتحسين خطة العمل حسب ما يطرأ من تغيرات على الواقع.

و لهيكلة مشروع طويل الأجل فمن الضروري على الفاعلين الحصول على الخطوات المناسبة:
الخطوة الأولى تتمثل في الموافقة على التحليل الشامل لنقاط القوة ونقاط الضعف والقيام بالمقارنة بأفضل الممارسات وتحديد التحديات المشتركة التي ستمكن من إنشاء مجموعة التركيز يعهد لها بدء الحوار بين القطاعين العام والخاص والتي يمكن أن تؤدي إلى التسريع في الإجراءات المقترحة.

- إجراء التوجيه اليومي بإقامة التدريبات الضرورية للتأقلم مع مختلف السياقات
- تحديد الشركاء للجولات الدراسية والبعثات التجارية والمننديات المخطط لها مسبقا، وتنظيم الاجتماعات المشتركة للاتحاد
- الاستفادة من أفضل الممارسات وبناء علاقات جديدة مع ائتلافات دولية
- دعم مشروع التجميع من خلال التوجيه المنهجي والتدريب على أفضل الممارسات
- السماح للاتحادات المعنية لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة لتنفيذ استراتيجيات وخطط عمل مشتركة
- تنظيم وقيادة مجموعات عمل لدعم قيام المشاريع الجماعية
- مرافقة ومساعدة الاتحادات في تنفيذ مشاريعها وبناء شراكات دولية، وتشمل المساعدات الرصد والبحث عن شركاء بالأسواق الخارجية
- تعزيز القدرة على التوقع لدى الاتحادات لضمان الوصول إلى درجة النضج واستدامة المشروع

6.1.1.3 المساندة المالية والفنية لإتحادات التصدير

تبين الجداول التالية مقارنة بين بعض البلدان التي شجعت الإتحادات للتصدير لتطوير صادرات المؤسسات الصغرى والمتوسطة:

جدول المساعدات المالية للإتحادات حسب البلد والنشاط

البلد	استكشاف الأسواق / التمثيل التجاري	البحث عن الأسواق / المعلومات التجارية	التسويق / الترويج	التصرف الإداري للائتلاف	مستويات أخرى
الأرجنتين	*			*	
البرازيل	*	*	*		التجديد التكنولوجي
شيلي	*	*		*	التحليل الأولية، التدريب
الدنمرك				*	دراسات الجدوى، برامج العمل
اسبانيا	*	*	*	*	دراسات الجدوى
ايطاليا	*	*	*	*	
تركيا	*	*	*	*	البحوث والتنمية، ورشات تدريبية، الملكية الصناعية، دراسات الجدوى، البرمجيات

المرجع: يونيدو UNIDO جدول المساعدات الفنية لإتحادات التصدير

البلد	اللقاءات وتطوير الشبكة	التدريب	البحوث/المعلومات	التسويق/الترويج	مستويات أخرى
الأرجنتين	*	*	*	*	
البرازيل		*	*		نصائح عامة حول التصدير
ايطاليا	*	*	*	*	الاستشارات القانونية

البيرو	*			تقديم المشورة الفنية التي تخص المعايير، التجديد، الإنتاجية، القوانين والإجراءات
تركيا	*	*	*	الاستشارات الإستراتيجية، الهياكل العملية (مكاتب، معدات) ملفات طلب الدعم المالي
أروغواي	*	*	*	

المراجع: يونيدو UNIDO

المساندة المالية الفعلية:

التجربة الإيطالية: دعم مالي سنوي بقيمة 77000 يورو بالنسبة للإتحادات التي لا يتعدى أعضائها 25، و103000 يورو للإتحادات عدد أعضائها بين 25 و75، و155000 يورو للإتحادات التي يتعدى عدد أعضائها 75.

التجربة الإسبانية: تمتد المساندة المالية للإتحادات على ثلاث سنوات وتغطي جميع المراحل من الانجاز إلى الأنشطة ويسقف سنوي بقيمة 180000 يورو، وتكون نسبة المنحة المالية 50% في السنة الأولى، و45% في السنة الثانية و 40% في السنة الثالثة.

التجربة التونسية:

- يتدخل صندوق تنمية القدرة التنافسية (FODEC) تحت إشراف مكتب تأهيل الصناعة (وزارة الصناعة) عن طريق منحة مالية بنسبة 10% من الاستثمارات المادية للإتحادات، ونسبة 70% من الاستثمارات الغير مادية
- دعم مادي بنسبة 80% من طرف صندوق النهوض بالصادرات للعمليات الترويجية (مواقع الانترنت البروشورات، دراسات الأسواق، العمليات الاستكشافية، المشاركة بالمعارض بالخارج) في حين إن الصندوق يدعم الشركات بصفة فردية بمنح نسبها بين 30 و40% من تكلفة هذه الأنشطة الترويجية.
- دعم مادي بنسبة 80% من تكلفة انجاز مخططات التصدير من طرف صندوق اقتحام الأسواق الخارجية مقابل تدخل بنسبة 50% بالنسبة للمخططات الفردية.

وفي هذا الاطار يمكن أن نذكر أن التجارب في تونس حول الاتحادات شملت عدد من القطاعات بصيغ قانونية مختلفة (شركات مساهمة، شركات خفية الاسم و المجموعات ذات النفع الاقتصادي GIE) والجدير بالذكر أن الصيغة القانونية التي برزت كمثال ناجح هي المجموعات ذات النفع الاقتصادي اذ يتكفل الاتحاد بالبحث عن الفرص التجارية بالاسواق الخارجية ولا يتدخل في ابرام العقود التجارية بين الشركات الاعضاء والعملاء الاجانب.

التجربة المغربية:

- المساعدة على احداث الاتحاد، منحة 50% من المصاريف بسقف 100.000 درهم مغربي
- المساندة المالية للأنشطة الترويجية (75% السنة الأولى، 60% السنة الثانية، 50% السنة الثالثة ويسقف 200.000 درهم مغربي
- المساندة المالية للإتحادات حسب القطاعات ذات الأولوية
- الهياكل المشرفة على إحداث وتطوير الإتحادات:
- بالنسبة لتونس: وزارة الصناعة (برنامج تأهيل الصناعة)، وزارة التجارة (مركز النهوض بالصادرات) والاتحاد التونسي للصناعة والتجارة والصناعات التقليدية.

- بالنسبة للمغرب: وزارة التجارة الخارجية والمركز المغربي لإنعاش الصادرات، الوكالة المغربية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والجمعية المغربية للمصدرين
- واستثناسا بهذه التجارب وبالنسبة للبلدان الأخرى يقترح أن تكون الوزارة المعنية بتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي التي تشرف على وضع الإطار القانوني لخلق الاتحادات.

2.1.3 صندوق أغادير لتشجيع الصادرات

إحداث صندوق أغادير لتشجيع الصادرات Agadir Export Support Fund، وهو آلية مالية تهدف الى تعزيز القدرات التنافسية عند التصدير للشركات العاملة بقطاع الصناعات الغذائية ببلدان أغادير، وتكون من مهامه المساندة المالية الأنشطة التالية:

1.2.1.3 مساندة اتحادات أغادير

يتدخل في جميع مراحل خلق "اتحادات أغادير" وتكون من مهامه: وضع استراتيجية لحث الفاعلين في قطاع الصناعات الغذائية للتجمع في اطار الاتحادات، تحديد الشركاء في الاتحادات، واعداد دراسات الجدوى ومخططات الأعمال والترتيب المالي والقانوني.

عدد أيام الخبرة اللازمة لانجاز المساندة لفائدة الائتلافات : 200 يوم (50 يوم لكل بلد)
استهداف خلق ومتابعة 4 ائتلافات
الميزانية : 200.000 يورو (بحساب 1000 يورو ليوم الخبرة)

2.2.1.3 تقييم جاهزية الشركات فيما يتعلق بالمواصفات ذات العلاقة

على مستوى المؤسسة وباعتبار أن السلاسل الكبرى لتجارة التجزئة تعتبر من مسالك التوزيع المستهدفة، فمن الضروري تقييم جاهزية هذه الشركات ومتطلبات هذه الصيغ من مسالك التوزيع خاصة فيما يتعلق بجانب الجودة ونذكر من أهمها المواصفات القياسية IFS والمواصفات القياسية لاتحاد شركات تجارة التجزئة البريطانية (British Retail Standards BRC).

تحديد منحة بمقدار 2500 يورو لتقييم جاهزية الشركات من حيث المواصفات المطلوبة من طرف سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة
استهداف 20 شركة عاملة في قطاع الصناعات الغذائية من كل بلد عضو
الميزانية : 200000 يورو

3.2.1.3 الخطط التسويقية المتكاملة لفائدة الشركات المصنعة

كما هو معلوم فإن توجه أي مؤسسة نحو الأسواق الخارجية ليس اعتباطيا لكن يجب أن يتم على أسس سليمة تضمن ديمومة الصادرات ومنها الجاهزية لدى المؤسسات المعنية التي تعتبر من الضوابط الخلفية لكل المخططات الاستكشافية والترويجية، وكذلك بالنسبة للتوجه نحو الأسواق التصديرية إذ لا يجب اقتصار البحث عن مستوردين عبر الحضور بالمعارض المختصة، لكن أدبيات التسويق الحديث تؤكد على إعداد خطط تسويقية متكاملة تشمل جميع المراحل التي يجب أن تمر بها المؤسسة التصديرية والتي تخولها النفاذ الفعلي إلى السوق المستهدفة. وفي هذا الإطار من الضروري انتهاج الخطط التسويقية المتكاملة من خلال مخططات التصدير Export Marketing Plan بالنسبة لشركات الصناعات الغذائية وهنا يمكن الاستئناس بالتجربة التونسية من خلال صندوق اقتحام الأسواق الخارجية FAMEX وهو برنامج ممول من طرف البنك الدولي ومحور من محاور برنامج تنمية الصادرات Export Development Project PDE، ويغطي جميع مراحل تدويل الشركات (internationalization) بدءا من التشخيص إلى غاية التواجد التجاري بالأسواق التصديرية ويعمل هذا الصندوق على أساس مناصرة التكاليف المنجرة عن المخططات التصديرية وبأسقف يتم تحديدها مسبقا. وقد بينت مختلف عمليات التقييم لهذا الصندوق أن كل دولارا يتم صرفه كدعم مالي للشركات فان عائد الاستثمار يكون بمعدل عشرة دولارات.

المنهجية المقترحة:

- ✓ تشخيص القدرات التسويقية للشركة من طرف خبراء في التصدير وتحديد المنتجات القابلة للتصدير واختيار الأسواق الخارجية المستهدفة
- ✓ وضع مخطط تصديري متكامل على امتداد سنة أو أكثر حسب نسبة الانجاز ويغطي:
 - تكلفة انتداب خبير في التصدير في حال استعانت الشركة بمستشار في المجال
 - اعداد الوسائل الاتصالية: بروسورات وكاتالوجات ومطويات اعلانية، وأشرطة دعائية
 - العمليات بالسوق المستهدفة: استكشاف الأسواق الخارجية، المشاركة الفردية للمعارض والصالونات، دعوة موردين أجانب، الحملات الدعائية بالأسواق الخارجية
 - الأنشطة الاستراتيجية: دراسات الأسواق، دراسة فتح فروع بالأسواق الخارجية، تسجيل العلامات التجارية، الابتكار في مواد التعبئة والتغليف،

يتدخل الصندوق بنسبة 50% من إجمالي تكاليف انجاز المخطط التسويقي بسقف 50000 يورو

يتدخل الصندوق بنسبة 50% من تكاليف فتح مكاتب بالخارج بسقف 25000 يورو

برنامج يستهدف 20 شركة من كل بلد من بلدان أغادير

الميزانية : 6.000.000 يورو

وبذلك تكون ميزانية صندوق اغادير لتشجيع التصدير كما يلي

المحور	الميزانية
مساندة اتحادات أغادير	200000 يورو
تقييم جاهزية الشركات فيما يخص المواصفات الخاصة	200000 يورو
الخطط التسويقية المتكاملة لفائدة الشركات المصنعة	6000000 يورو
المجموع	6400000 يورو

3.1.3 الأنشطة الترويجية الجماعية

كما أسلفنا سابقا من الضروري التوجه نحو الأسواق الأوروبية ككتلة واحدة تحت عنوان "عرض أغادير" وذلك عبر الأنشطة الترويجية الجماعية التي تتمثل أساسا في خارطة الترويجية لمنتجات الصناعات الغذائية لبلدان أغادير Road Show. وعلى هذا الأساس يتم اختيار أربع بلدان أوروبية لتنظيم أيام ترويجية لقطاع الصناعات الغذائية لبلدان أغادير.

المنهجية المقترحة:

- ✓ اختيار الأسواق الأوروبية المستهدفة
- ✓ إعداد المواد الدعائية "عرض أغادير" بلغات الأسواق المستهدفة
- ✓ اختيار الشركات من بلدان أغادير للمشاركة في هذه الأيام الترويجية والتي تستوفي عدد من الشروط من أهمها الجاهزية للتوجه نحو الأسواق المستهدفة
- ✓ الاستعانة بمكاتب متخصصة بالبلدان المستهدفة للمساعدة على انجاز الأيام الترويجية حسب كراس شروط تكون من مهامها:
- تحديد النشريات المتخصصة لإجراء إعلانات حول مكونات وميزات عرض أغادير
- ترتيب اللقاءات مع المستوردين ومركزيات الشراء مع حد أدنى بعشر لقاءات وانجاز ايام تجارية صلب سلاسل التجزئة الكبيرة

البرنامج الترويجي لفائدة قطاع الصناعات الغذائية لدول اتفاقية أغادير

العملية	الأهداف	الميزانية
اللقاءات المهنية بالدول الأوروبية (400.000 يورو)		
أيام شراكة ولقاءات مهنية بفرنسا مع مستوردين ومركزيات الشراء وسلاسل البيع بالتجزئة (*)	20 مشارك من كل بلد 100 مؤسسة فرنسية	100.000 يورو
أيام شراكة ولقاءات مهنية بالمملكة المتحدة مع مستوردين ومركزيات الشراء وسلاسل البيع بالتجزئة	20 مشارك من كل بلد 100 مؤسسة انجليزية	100.000 يورو
أيام شراكة ولقاءات مهنية بأسبانيا مع	20 مشارك من كل بلد	100.000 يورو

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

مستوردين ومركزيات الشراء وسلاسل البيع بالتجزئة	100 مؤسسة إسبانية	
أيام شراكة ولقاءات مهنية بايطاليا مع مستوردين ومركزيات الشراء وسلاسل البيع بالتجزئة	20 مشارك من كل بلد 100 مؤسسة إيطالية	100.000 يورو
المواد الدعائية (80.000 يورو)		
موقع الكتروني خاص بالقطاع باللغتين الفرنسية والانجليزية	مزيد التعريف بالقطاع عبر شبكة الانترنت منصة إعلامية موجهة إلى الشركات بمنطقة أغادير والاتحاد الأوروبي	10.000 يورو
قرص مضغوط في 10.000 نسخة مع	يتضمن تقديم القطاع في بلدان أغادير ودليل المؤسسات وشريط إعلامي	10.000 يورو
فيلم ترويجي بخمس لغات	إبراز الميزات التفاضلية للقطاع في منطقة أغادير	50.000 يورو
مطوية اشهارية حول القطاع	وثيقة إعلامية فاخرة في 10.000 نسخة تبرز أهم مؤشرات والمزايا التفاضلية للقطاع يتم توزيعها خلال التظاهرات الإعلامية	10.000 يورو
الجانب الإعلامي (120.000 يورو)		
نشر إعلانات ترويجية حول القطاع	نشر إعلانات ترويجية حول القطاع بالمجلات المختصة لابراز صورة القطاع لدى الأوساط المهنية بالأسواق المستهدفة ويكون ذلك بالتوازي مع تنظيم الأيام الترويجية الجماعية	100.000 يورو
الندوات الإعلامية	تنظيم ندوات إعلامية في بلدان أغادير لحث الشركات للانخراط في البرنامج الترويجي (بحساب 5000 يورة لكل ندوة في بلدات أغادير)	20,000 يورو
المجموع	600000 يورو	

(*) بخصوص أيام شراكة ولقاءات مهنية مع مستوردين ومركزيات الشراء وسلاسل البيع بالتجزئة فأن الميزانية المقترحة تقدر بـ 100.000 يورو لكل تظاهرة وتنقسم كالاتي:

الميزانية	المحور
25000	انتداب مكتب دراسات لتنظيم التظاهرة
25000	كراء قاعة العرض مع التجهيز
30000	كلفة نقل المشاركين
20000	انجاز عمليات تذوق للمنتجات الغذائية بسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة

4.1.3 مجالات تطوير الاعلام التجاري:

- إحداث بنك المعلومات للشركات من مصدري (الشركات المصنعة والشركات التجارية المصدرة) ومستوردين والعاملة في قطاع الصناعات الغذائية في منطقة أغادير، بالإضافة إلى دليل يتعلق بالمستوردين والموزعين بالاتحاد الأوروبي.
- إحداث بورصة للتعاقد بالباطن تمكن من المعلومات بين المهنيين ببلدان أغادير. ويتمثل هذا النظام في ربط الصلة الكترونيا عن طريق موقع الكتروني، طلبات وعروض المهنيين. ويتم ربط هذه البوابة في مرحلة أولى مع بنوك المعطيات للصناعات الغذائية في بلدان أغادير، وبعدها يتم ربطها مع القواعد الالكترونية المماثلة في الاتحاد الأوروبي.
- بعث نشرية إلكترونية مخصصة لقطاع الصناعات الغذائية **Agro Food News** لفائدة الشركات العاملة في المجال في بلدان الاتفاقية وتهتم بمستجدات القطاع في كل بلد، وتعرض المعلومات العملية تتعلق بالقوانين والمعارض والأسواق والتوزيع وأنشطة المنظمات المهنية للقطاع، وتكون هذه النشرة باللغات العربية والفرنسية والانجليزية.
- إرساء نظام اليقظة الاقتصادية باعتبار أن التمكن من المعلومات العملية يعتبر عنصرا من عناصر التنافسية، فمن الضروري وضع نظام لاستقاء المعلومة والتنثبث منها وتوزيعها على الشركات المهتمة، ويمكن الحصول على هذه المعلومات عبر موقع الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير وتوزع عبر النشرة الالكترونية. وتخص اليقظة الاقتصادية النقاط التالية: الأسواق الخارجية (المنافسة، المنتجات، الدراسات، المعارض المتخصصة)، المواصفات المعتمدة، النسب الجمركية المعتمدة بالأسواق الخارجية، الاتفاقيات المتعددة الأطراف، القوانين المتعلقة بالبيئة، والقوانين المختلفة. يعطي هذا النظام الأسبقية للشركات للتأقلم الحيني مع المعطيات الجديدة التي تبرز في الأسواق الخارجية من خلال الوقوف على تحركات المنافسة، تطور المواصفات والمعايير، تطور أذواق المستهلكين
- تنظيم في كل بلد من بلدان الاتفاقية لقاءات مزودين ومستوردين للاستفادة من آلية تراكم المنشأ وتكون فرصة لتمتين العلاقات التجارية بين مختلف الفاعلين في قطاع الصناعات الغذائية في منطقة أغادير.

5.1.3 الفرص الأخرى لترويج منتجات أغادير

❖ استغلال شبكة المؤسسات الأوروبية **Entreprise Europe Network EEN**

هذه الشبكة متواجدة في تونس ومصر فقط ومن الضروري تعميمها في كل من المغرب والأردن نظرا للخدمات التي تقدمها لفائدة الشركات خاصة في الجانب المتعلق بالبحث عن مستوردين والترويج للفعاليات التجارية. وللاضمام الى هذه الشبكة يمكن للوزارة المكلفة بالتجارة أو بالصناعة الاتصال بمفوضية الاتحاد الاوروي ببلدان أغادير. كما أن هذه شبكة تعتبر داعمة للابتكار والأعمال وهي مُمولة من الاتحاد الأوروبي وموجودة فيما يقرب من 600 منظمة محلية في 54 دولة. وتقوم هذه الشبكة بفتح المجال وتسهل تعامل الشركات مع الخارج وإيجاد شركاء في مجالات الأعمال والتكنولوجيا بالإضافة للحصول على تمويل من الاتحاد الأوروبي...يسمح وجود هذه الشبكة في

أوروبا والشرق الأوسط وآسيا وأمريكا، المشاريع الصغيرة والمتوسطة بالحصول على موطئ قدم في الأسواق العالمية الراسخة والأسواق التي تنشأ عنها. أما الخدمات التي توفرها هذه الشبكة فهي:

- إمكانية لقاء الشريك التجاري عند توجه الشركات نحو الأسواق العالمية، تنظيم الوساطة بين أعضاء الشبكة فيما يتعلق بالفعاليات في جميع أنحاء أوروبا حيث يمكن أن يجتمع الشركاء التجاريين المحتملين، وجدولة الاجتماعات والمساعدة على الاستعداد لها، أحداث الوساطة في المعارض الدولية
- نقل التكنولوجيا: باستخدام أكبر قاعدة بيانات في أوروبا للتكنولوجيات المتطورة، وتحتوي على أكثر من 23000 من بيانات الشركات، وشبكة تجمع بين البحوث والتطبيقات التجارية. ويتم تحديث قاعدة البيانات مع التشكيلات الجديدة على أساس أسبوعي.

❖ الشراكة مع شركات التجارة الدولية:

يمكن أن تلعب مثل هذه الشركات دورا مهما في العلاقة بين المنتجين والأسواق العالمية من ناحية استقاء المعلومات لفائدة الصناعيين حول الأسواق العالمية وتطورها واتجاهاتها، كما يمكن لبعض الشركات الغير متنافسة باعتبارها شركات صغيرة ومتوسطة أن توكل عملية استكشاف عن السواق الخارجية للشركات التجارة الدولية التي عادة ما تكون لديها القدرات البشرية المؤهلة للقيام بدراسة الأسواق الخارجية.

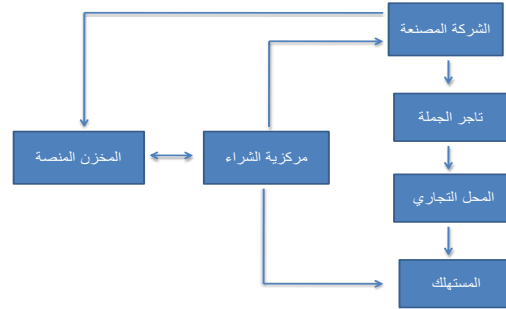
المحور : تحسين أداء الصادرات	
الأهداف	تطوير صادرات منتجات الصناعات الغذائية وديمومتها بين بلدان أغادير وياتجاه الاتحاد الأوروبي
المشاكل الحرجة	ضعف إستراتيجية التسويق عدم وجود صورة للقطاع في الأسواق الأوروبية حجم شركات القطاع في بلدان أغادير لا تمكن من النفاذ إلى الأسواق الخارجية
الأنشطة	إحداث أربع اتحادات أغادير إحداث صندوق أغادير لتشجيع الصادرات العمليات الترويجية الجماعية Road Show إحداث بنك معطيات بورصة للتعاقد بالباطن نشرية الكترونية لتحسين صورة أغادير إرساء نظام اليقظة
النتائج المرتقبة	الزيادة في الصادرات البينية ونحو الاتحاد الأوروبي
مؤشرات النجاح	تتامي حصص الصادرات في الأسواق العالمية

6.1.3 مسالك التوزيع بالاتحاد الاوربي

1.6.1.3 لمحة عامة:

بالنسبة للمواد الزراعية الخام فمسالك التوزيع المعهودة تتمثل في المنصات التجارية المتخصصة في استيراد الخضر والفواكه الطازجة والفواكه الجافة (أسواق الجملة) التي يتحكم فيها الوكلاء (الوسطاء) لتحديد أسعار الاستيراد وتدفقات البضائع والتوزيع على المستوى الأوروبي (مثل منطقة مرسيليا)، فالمصدر من البلدان النامية يقوم بشحن بضاعته (تسليم على ظهر الباخرة) التي يستلمها الوكيل ثم يقوم بعرضها صلب المنصة (البيع بالجملة)، وبعد عملية البيع يتم خصم كلفة النقل وإجراءات التخليص وهامش الربح من سعر البيع وتحويل المبلغ المتبقي للمصدر.

وبالنسبة للمواد الغذائية المصنعة فمسالك التوزيع، يمكن اختزالها إجمالاً في المستوردين تجار الجملة وسلاسل تجارة التجزئة، وكما سيتم تحليله لاحقاً فإن هذه الأخيرة تستحوذ على حصص كبيرة وأخذة في التزايد في تجارة المنتجات الغذائية بالأسواق الأوروبية بالإضافة إلى أن بين المصدر والمستهلك النهائي يوجد فقط وسيط واحد وهو سلاسل البيع بالتجزئة في حين أنه بالنسبة للمستوردين تجار الجملة فالحلقة تتكون من المصدر ثم المستورد بالجملة ثم مختلف الأنواع للبيع بالتجزئة (سلاسل البيع الكبرى والمحلات التجارية الصغيرة) إلى المستهلك النهائي.



2.6.1.3 قطاع تجارة التجزئة للمنتجات الغذائية بالاتحاد الأوروبي

سيتناول هذا الفصل قطاع تجارة التجزئة للمنتجات الغذائية في أهم الأسواق بالاتحاد الأوروبي، وخصوصيات هذه القنوات وتطور حصصها من تجارة التجزئة، وأهم الاتجاهات التي تتميز بها، كما سيتطرق إلى الطرق الكفيلة للتعامل مع هذه القنوات مع وضع خطة عمل لمقاربة سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة.

في ظل الاقتصاد المعولم فإن توحيد أذواق وتطلعات المستهلكين كان أساس تدويل قنوات التوزيع، وقد ظهر ذلك جلياً في بداية الثمانينات حيث شهدت تلك الفترة تطوراً حقيقياً لقنوات التوزيع في أوروبا على اثر الجهود التي قامت

الشركات المصنعة لعبور حدود بلدانها والتوجه نحو السواق الأخرى. وقد شهد النصف الثاني من هذه العشرية توسع قنوات توزيع المنتجات الغذائية، إذ قامت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة الفرنسية باقتحام الأسواق الإسبانية والبرتغالية في حين توجهت السلاسل الألمانية نحو غرب أوروبا.

وتتكون قنوات التوزيع لتجارة التجزئة من الانماط التجارية التالية:

❖ تجارة التجزئة الكبيرة والتي تعادل أو تفوق مساحتها 2500 م² (Hypermarkets) وهي الانماط الأكثر تطورا منذ بداية الثمانينات، إذ كانت حصصها من تجارة المواد الغذائية في الاتحاد الأوروبي سنة 1980 لا تتعدى 14% لتصل سنة 2011 إلى نسبة 36% (المراجع: Nielsen Grocery Univers)، ويضم هذا النوع من تجارة التجزئة تشكيلة من المنتجات تعد بين 25000 و 40000 مرجعا (منتجا) منها بين 3000 و 4000 مرجعا من المنتجات الغذائية، وتمثل تجارة المواد الغذائية نسبة 64% من رقم معاملاتها.

❖ تجارة التجزئة المتوسطة (Large Supermarkets) التي تتراوح مساحتها بين 1000 و 2500 م² والتي تضم ما بين 3000 و 5000 مرجعا (منتجا) منها بين 500 و 1500 مرجعا من المنتجات الغذائية، وقد تطورت حصص السوق لهذا النمط من تجارة التجزئة للمواد الغذائية من 12% سنة 1980 إلى نسبة 25% في سنة 2011 (المراجع: Nielsen Grocery Univers).

❖ تجارة التجزئة الصغيرة (Small Supermarkets) التي تتراوح مساحتها بين 400 و 1000 م² والتي تغطي عليها تجارة المنتجات الغذائية، وحصصها من السوق لم تتطور كثيرا منذ الثمانينات (26% سنة 1980 و 28% سنة 2011)، لكن هذه الإحصائيات تخفي نوعا من التفاوت، إذ أن مساحات تجارة التجزئة الصغيرة التقليدية تشهد نقصا من حيث التطور والعدد، وفي المقابل نجد تناميا كبيرا لمتاجر الخصم (Hard Discounts).

❖ المتاجر التقليدية الصغيرة أو المتعارف عليها بتجارة المقربة (القرب من المستهلك) التي تراجعت نسب حصصها من تجارة المواد الغذائية من 48% في سنة 1980 إلى 11% في سنة 2011 (المراجع: Nielsen Grocery Univers).

خصوصيات البلدان الأوروبية في تجارة التجزئة

تختلف حصص أنماط تجارة التجزئة للمنتجات الغذائية من بلد إلى آخر صلب الاتحاد الأوروبي، إذ تغطي على تجارة المواد الغذائية المساحات التي تفوق 1000 م²، فنجد هيمنة تجارة التجزئة الكبيرة (هايير ماركت) بالنسبة لفرنسا والمملكة المتحدة، جمهورية التشيك، سلوفاكيا والمجر. في حين هيمنة تجارة التجزئة المتوسطة (Large Supermarkets) في كل من هولندا، بلجيكا، اسبانيا، السويد، سويسرا وإيرلندا.

بالنسبة للبلدان الأخرى فإن تجارة التوزيع للمواد الغذائية تمر في معظمها عن طريق تجارة التجزئة الصغيرة ذات المساحة التي تقل عن 1000 م² (Small Supermarkets)، مع اختلاف كبير بالنسبة لألمانيا والنمسا والدنمرك والنرويج أين تغطي متاجر الخصم (Hard Discount) وهي عادة ما تكون مساحتها أقل من 1000 م². وتغطي التجارة التقليدية في كل من بلونينا وتركيا والموجهة نحو تجارة المقربة.

السوق الفرنسية

لدى فرنسا شبكة للتوزيع متنوعة وقد احتكرت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة نسبة 56% من تجارة المواد الغذائية في سنة 2011. وتتصدر هذه المجموعات : كارفور Carrefour وتبرز هذه المجموعة كأول موزع للمنتجات الغذائية في فرنسا وتحتل المرتبة الثانية عالميا، تليها مجموعة لكارلر Leclerc في تجارة التجزئة للقطاع الغذائي في فرنسا، وتستحوذ هاذين المجموعتين نسبة 40% من تجارة المواد الغذائية في على السوق الفرنسية، وتتنافس في ذلك مع مجموعة أنتارمارشي (Intermarché) ITM Entreprises بنسبة 14% ومجموعة كازينو CASINO بحصة من السوق بنسبة 10% (المرجع الإدارة العامة للمنافسة – وزارة الاقتصاد والمالية الفرنسية).

وقد اعتمدت هذه المجموعات سياسة التوسع العالمية عبر الاستثمار المباشر في الأسواق العالمية خاصة مؤسسة كارفور في حين انتهجت المجموعات الأخرى مبدأ الامتياز (Franchising) مثل مجموعة كازينو.

هناك تساؤلات كبيرة حاليا حول مستقبل تجارة التجزئة في أوروبا من حيث الاتجاهات وميول المستهلكين ورجوع تجارة المقربة والبيع عن بعد وتطور نموذج Drive للمبيعات الذي يعتمد اقتناء الحاجيات من المنتجات الغذائية عبر الانترنت ورفعها من طرف الزبون من أقرب نقطة للتزود. ومن نقاط القوة التي تتميز سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة هي القدرة على التكيف مع تطور ميول المستهلك الأوروبي وسرعة انتهاز هذه النماذج الجديدة في خدماتها لتجارة التجزئة.

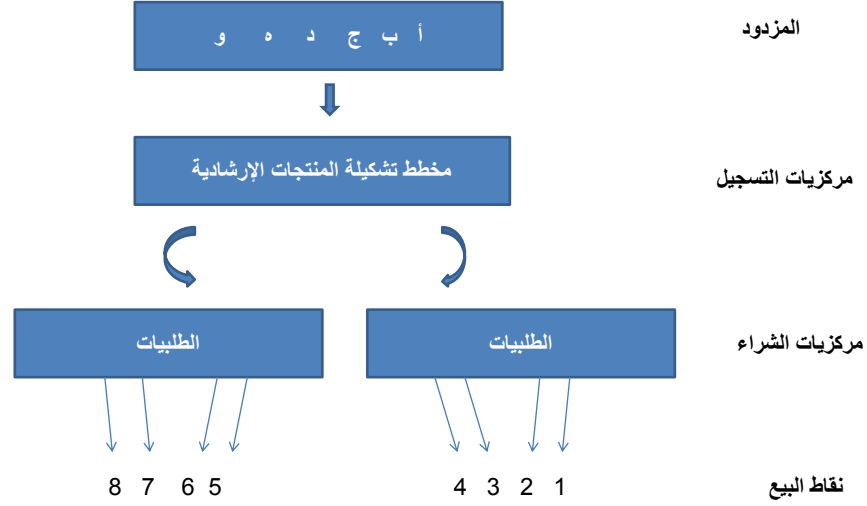
ولم يعد عامل السعر هو العامل المحدد لاقتناء البضاعة بالنسبة للمستهلك الفرنسي، لذلك تراجعت السنوات الأخيرة (2010-2012) محلات تجارة الخصم Hard Discount لفائدة عوامل أخرى والمتمثلة أساسا في الثقة التي يمنحها المستهلك في العلامة التجارية الخاصة بسلاسل التوزيع وعامل القرب وسرعة التزود.

وبين الجدول التالي تصنيف سلاسل التوزيع حسب معدل الأسعار المتداولة من الأرخص إلى الأعلى:

1 ليدل (discount) Lidl	7 كازينو Casino
2 أنتارمارشي Intermarché	8 شامبيون Champion
3 كارفور Carrefour	9 لوكلر Leclerc
4 ميدر برايس (discount Casino) Leader Price	10 كورا Cora
5 أوشان Auchan	11 مونوپري (casino) Monoprix
6 آتاك (Auchan) Atac	12 الأسواق المحلية

طرق التعامل مع سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة:

يتم تنظيم هيكلة الشراءات لدى السلاسل الكبرى على مرحلتين : عملية تسجيل المنتج (referencing) وعملية الشراء (الطلبية Order)، لذلك يستوجب التمييز بين مركزيات التسجيل ومركزيات الشراء، وبين الشكل التالي مبدأ المشتريات على مستويين:



المرجع : قنوات التوزيع Filser M

مبدأ التسجيل: بالنسبة لبعض سلاسل تجارة التجزئة مثل لوكلارك وسيستام يو Systeme U وانترمارشي فيمكنها أن تتعاقد مباشرة مع مزودين آخرين، أما بالنسبة لسلاسل التوزيع مثل كارفور وأوشان فمن الضروري أن تتزود من شركات حصرية تملئها مركزيات التسجيل.

مستويات التسجيل: هنالك ثلاث مستويات لتسجيل المنتج لدى سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة، وطنيا وإقليميا ومحليا، فبالنسبة لبعض القنوات مثل لوكلارك، يتم تسجيل المزود على المستوى الوطني وتشكيلة المنتجات على المستوى الإقليمي وتسجيل المنتج على مستوى نقاط البيع. أما بالنسبة لكارفور فكل القرارات يتم اتخاذها على المستوى الوطني.

معايير التسجيل:

- المعايير المتعلقة بالمزود (المصدر) نذكر منها الحجم، السمعة، الاقدمية، التنظيم التجاري، الخدمات، ميزانية التسويق لديه، رقم المعاملات...
- المعايير المتعلقة بالمنتج: الجودة، نسبة التجديد، سعر البيع للعموم، تموقعه بالنسبة للمنافسة، السمعة والصورة للمنتج، احتمالات هامش الربح، والشروط المالية المقترحة.
- المعايير المتعلقة باللوجستية: التصرف في تدفقات البضائع والمعلومات.

البيع تحت العلامة الخاصة: (Private Label – Marque de Distributeur MDD) التي تقدمها سلاسل البيع بالتجزئة هي جزء مهم من تشكيلة المنتجات والتي تغطي عموما فئات المنتجات التي تتميز برقم معاملات مرتفع. وفي سنة 2013 مثلت المنتجات المعروضة تحت العلامة الخاصة لسلاسل تجارة التجزئة في فرنسا 30% من رقم معاملات المنتجات الغذائية، ولأن تطورت المبيعات تحت هذا النموذج من حيث القيمة فقد تراجعت حصصها من سوق المنتجات الغذائية في فرنسا (المرجع: Nielsen Univers).

- وللحصول على العلامة التجارية لسلاسل تجارة التجزئة يستوجب مطابقة المنتج مع المواصفات القياسية الخاصة المعترف بها International Featured Standard IFS وهي مبادرة تم اطلاقها سنة 2002 في ألمانيا من طرف سلاسل التوزيع، وانضمت اليها الجامعة الفرنسية للتجارة والتوزيع FCD والتي تجمع كارفور، أوشان وكازينو.

المواصفات القياسية لشركات تجارة التجزئة الفرنسية:

تُقسم المواصفات القياسية (Standard Specifications) بشكل عام إلى مواصفات قياسية عامة ومواصفات قياسية خاصة. وتُنشر المواصفات القياسية العامة من جانب منظمات معترف بها، تكون عادةً منظمات التقييس، ويتم ذلك على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية.

تمتع المواصفات القياسية لشركات تجارة التجزئة، والتي تسمى أحياناً بالمواصفات القياسية المتخصصة، بأثر هائل على من يُورّدون (المصدرين والمزودين) إلى سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة والمتعددة الجنسيات مثل كارفور، ومترو، وتسكو، ويوني ليفير. إذ وضعت هذه الشركات المواصفات القياسية الخاصة بها للمنتجات الزراعية والأغذية المُصنّعة بغرض المنافسة وحماية علامتها التجارية، وقد تتوسع في مواصفاتها القياسية لتشمل مجالات أخرى في المستقبل.

تطبق هذه الشركات مواصفات قياسية مفصّلة جداً على مشترياتها لعدد من الأسباب، من بينها: لضمان أن المنتجات القادمة من الموردين ستكون بشكلٍ يقلل التكاليف ويزيد أرباحها؛ والضمان أنها تبيع منتجات مطابقة للمتطلبات الرسمية (المواصفات القياسية العامة، واللوائح الفنية وإجراءات الصحة والصحة النباتية)؛ وتقليل تعرضها لإجراء قضائي من جانب العملاء الغاضبين؛ وضمان مطابقة المنتجات لوجهات النظر الأخلاقية لعملائها فيما يتعلق بأمور مثل رعاية الحيوان وحماية البيئة؛ وإقناع العملاء أن السلع المعروضة للبيع أفضل لأنها أكثر أماناً أو ذات جودة أعلى نتيجة استعمال المواصفات القياسية الخاصة.

إذا أراد المورّد تقديم منتجات إلى منظمات تجارة التجزئة الكبيرة هذه، يجب أن تكون هذه المنتجات مطابقة لمتطلبات المواصفات القياسية المتخصصة ويمكن لمثل هذه المواصفات القياسية المتخصصة أن يكون لها الأثر الهائل على التجارة، فمن الناحية الإيجابية، تقدم منظمات تجارة التجزئة دعماً كبيراً إلى المؤسسات الصغيرة ومتوسطة الحجم لتتمكن من تلبية مواصفاتها القياسية، إلا أن تلبية متطلبات مشتر واحد لا تضمن تلبية متطلبات المشترين الآخرين.

سوق المملكة المتحدة

تحتل سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة في المملكة المتحدة المرتبة الثالثة عالمياً من حيث رقم المعاملات خلف الولايات المتحدة واليابان، وتمتلك هذه العلامات التشكيلة الأوسع من التخصصات الغذائية والمواد المستوردة، وتعتمد مقاربتها في التعامل مع المزودين على مبدأ "الإدارة حسب الفئة Category Management" التي تستند على المزود والشريك المتميز الذي يمنح لهذه السلاسل الخدمة الكاملة (تعريف تشكيلة المنتجات، تجزئة السوق، التوريد طيلة السنة، ضمان الجودة...).

كما هو الحال بالنسبة لباقي البلدان الأوروبية فحصة السوق لسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة الهايبرمركت تستحوذ على 59% من السوق، تليها تجارة التجزئة المتوسطة (Large Supermarkets) بنسبة 20%، ثم تجارة التجزئة

الصغيرة (Small Supermarket) بنسبة 10%، والمتاجر التقليدية الصغيرة بنسبة 11% وذلك في سنة 2011 (المرجع: Nielsen Grocery Unvers).

تختلف سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة في المملكة المتحدة عن مثيلاتها في أوروبا، وللتعامل مع هذه الصيغ من التوزيع في أحسن الظروف يستوجب معرفة خصائص السوق والسياسات المختلفة للموزعين ويمكن آنذاك عرض منتجات جديدة ومختارة بعناية. ويعتبر قطاع توزيع المواد الغذائية بالمملكة المتحدة الأكثر تركيزا في الاتحاد الأوروبي ويتكون من الصيغ التجارية التالية:

- أربع سلاسل كبرى (The Big Four) التي تستحوذ على 70% من تجارة التوزيع وهي تسكو (Tesco)، أسدا (Asda)، ساينزبوري (Sainsbury) وموريسون (Morrison).
- سلاسل أقل أهمية وأقل تخصص: سومرفيلد (Somerfield)، آيسلاند (Iceland)، وايتروز (Waitrose) والتي تمثل نسبة 10% من حصة السوق.
- القطاع التعاوني (Cooperative Sector) الذي يمثل بين 4 و 5% من السوق.
- متاجر الخصم (Discounter) التي تمثل نسبة ضعيفة من سوق توزيع المواد الغذائية (بين 4 و 6%).

الأربعة الكبار The Big Four

- **تسكو Tesco:** وهي المجموعة الأولى لتجارة التجزئة بالمملكة المتحدة والتي حققت رقم معاملات 84.5 مليار يورو على المستوى العالمي في سنة 2012، منها 51 مليار يورو داخل المملكة المتحدة، ولها فروع في ستة بلدان أوروبية. وقد احتلت هذه المجموعة في سنة 2013 المرتبة الرابعة عالميا (المرجع Supermarketsnews).
- **أسدا Asda:** وهي علامة تابعة لمجموعة وولمارت الأمريكية Wal Mart، وتحتل مجموعة أسدا المرتبة الثانية في تجارة التجزئة للمنتجات الغذائية بالمملكة المتحدة، وتمثل تجارة المواد الغذائية نسبة 75% من رقم معاملات هذه المجموعة وتعتمد على تطوير العلامات الخاصة بها.
- **ساينزبوري Sainsbury:** التي تحتل المرتبة الثالثة في سوق المملكة المتحدة لتجارة التجزئة وتتميز التزامها بالتنمية المستدامة والتجارة العادلة Fairtrade.
- **موريسون Morrison:** تتميز هذه المجموعة بتطوير العلامات الخاصة لتصل في نهاية سنة 2013 إلى عشرة آلاف مرجع من العلامات الخاصة المتواجدة بنقاط البيع بالمملكة المتحدة.



المواصفات القياسية لشركات تجارة التجزئة البريطانية:

تجدر الإشارة في هذا الصدد أن المواصفات القياسية الخاصة IFS لتجارة التجزئة في ألمانيا وفرنسا والتي تعتبر مرجعا للمزودين لهذه السلاسل تحت العلامات الخاصة، تختلف عن المواصفات القياسية لاتحاد شركات تجارة التجزئة البريطانية (British Retail Standards BRC) والتي تعتبر مواصفات قياسية عالمية وتضم الهاسب HACCP ونظام إدارة الجودة، والتدقيق الداخلي والإجراءات التصحيحية والتتبع.

وقد أنشأت أنظمة متطورة لمنح الشهادات لخدمة هذه المواصفات القياسية، فإذا أرادت شركة من بلدان أغادير تصدير منتجات غذائية ويستائية إلى الإتحاد الأوروبي، قد تساعد الشهادة على كسب حصة من السوق أو زيادة الربح. بيد أن الحصول على شهادة لا يكون بسعر زهيد، ولا هو بالإلزامي، فقرار السعي للحصول على الشهادة قرار تجاري محض يستند على مستوى المنافسة الذي يريد المصدّر الوصول إليه.

تم الاعتراف بمعيار اتحاد شركات تجارة التجزئة البريطانية من قبل المبادرة العالمية لسلامة المواد الغذائية Global Food Safety Initiative GFSI، وهي عبارة عن برنامج يهدف إلى تحقيق التوازن بين المعايير الدولية لسلامة المواد الغذائية، من خلال دعم كبرى شركات تجارة التجزئة ومصنعي المواد الغذائية في العالم. ومن ثم، فإن اعتراف المبادرة العالمية لسلامة المواد الغذائية يعني أنك تستطيع أن تستعين بالمعيار العالمي التابع لاتحاد شركات تجارة التجزئة البريطانية لاستيفاء متطلبات هذه الأطراف الرئيسية في إطار نظام واحد معترف به دوليًا لإدارة سلامة المواد الغذائية.

البيع تحت العلامة الخاصة: كانت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة بالمملكة المتحدة أول من طور هذا النوع من المبيعات، إذ قدرت حصة المنتجات التي يتم تسويقها تحت العلامات الخاصة بنسبة 50% من إجمالي رقم المعاملات لهذه السلاسل وهي أعلى نسبة ضمن الاتحاد الأوروبي، وقد تميزت في السنوات الأخيرة بالتوجه نحو تطوير العرض الموجه نحو المستهلك بانتهاج مبدأ التجارة العادلة للمنتجات fairtrade وتسويق للمنتجات العضوية والمنتجات حلال.

السوق الألمانية

تعتبر السوق الألمانية أكبر سوقا استهلاكية في أوروبا (80 مليون مستهلك)، وتتميز هيكلية التوزيع بالعدد الكبير من المحلات الصغيرة المستقلة ونسبة منخفضة لتركيز القطاع مقارنة بفرنسا والمملكة المتحدة، إذ أن نظام السلاسل الكبرى لتجارة التجزئة غير مهمة، وحسب مؤسسة نلسن (Nielson Univers) ففي سنة 2011 مثلت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة (الهايبر ماركت) نسبة 28% من إجمالي تجارة المواد الغذائية في السوق الألمانية، وتجارة التجزئة المتوسطة 15%، وتجارة التجزئة الصغيرة 52% والمتاجر التقليدية الصغيرة نسبة 3%. وتطغى على تجارة التجزئة للمواد الغذائية بألمانيا متاجر الخصم Hard Discount والتي تستحوذ على 40% من رقم معاملات المواد الغذائية ونسبة نمو سنوي تعادل 10% الذي أدى إلى منافسة شرسة بين المزودين والتخفيض في هامش الربح والذي مثل عائقا نحو التطوير ومزيد الاستثمار في سلاسل التجزئة الكبيرة.

أهم المجموعات لمتاجر الخصر بألمانيا هي ألدی Aldi وليدل Lidl

❖ ألدی Aldi : تحتل هذه المجموعة المرتبة الثامنة عالميا لتجارة التجزئة برقم معاملات 60 مليار يورو في سنة 2013، ونسبة كبيرة من المنتجات المعروضة للبيع بالتجزئة في مساحات هذه المجموعة متأتية من العلامات الخاصة بها، أذ أن المراجع ليست بالعدد الكبير (800)، مما مكن هذه القنوات من تخفيض هامش الربح وبالتالي سعر البيع للمنتجات.

❖ ليدل Lidl: تمتلكها مجموعة شوارتز Shwartz التي تحتل المرتبة السادسة عالميا من حيث رقم المعاملات

أهم المجموعات للسلاسل الكبيرة لتجارة التجزئة:

❖ سلسلة ريال Real التابعة مجموعة مترو Metro والمعروفة عالميا بالبيع بالجملة Cash and Carry والتي تملك كذلك سلسلة كوفهوف Kaufhof، وتستغل نقاط بيع في أكثر 30 بلدا في العالم. وبلغ رقم معاملات مجموعة مترو سنة 2011 قرابة 67 مليار يورو، وتستغل مجموعة مترو كذلك العلامات على السوق الألمانية لكل من وولمارت الأمريكية، وجيان وكازينو الفرنسية. وتعتمد المجموعة على المنتجات ذات الجودة وتشكيلة المنتجات العضوية.

❖ سلسلة ريوي Rewe وسلسلة أديكا-أوا Edeka-أوا وهي سلاسل لتجمع التعاونيات التجار الألمان وكان رقم معاملاتها سنة 2012 على التوالي : 36 و 45 مليار يورو.

السوق الإسبانية

تركزت تجارة التجزئة للمواد الغذائية في اسبانيا على الثلاث مجموعات التالية: كارفور Carrefour، ماركادونا Mercadona وواروسكي Eroski وتمتلك هذه المجموعات مركزيات شراء خاصة بها وتقوم بالتزود من المنتجات من المصنعين مباشرة. وحسب مؤسسة نلسن (Nielson Univers) ففي سنة 2011 مثلت سلاسل تجارة

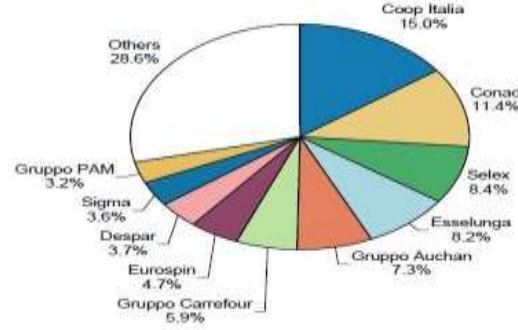
التجزئة الكبيرة (الهايبر ماركت) نسبة 26% من إجمالي تجارة المواد الغذائية في السوق الإسبانية، وتجارة التجزئة المتوسطة 36% ، وتجارة التجزئة الصغيرة 19% والمتاجر التقليدية الصغيرة نسبة 19%. وتعتبر اسبانيا من البلدان الأوروبية التي تركزت فيها تجارة التجزئة كما أن تجارة المقربة لازال لديها حصصا مهمة من تجارة المواد الغذائية. ولدى السلاسل الكبيرة لتجارة التجزئة مركزيات شراء وفي المقابل تجمعت الشركات الصغرى الأخرى في شكل مجموعات شراء وكونت أورومادي Euromadi و IFA برأسمال اسباني والتي تمثل كا منها نسبة 20% من شراعات المواد الغذائية خارج نطاق السلاسل الكبيرة للتجزئة. وتتخلص المحاور إستراتيجية سلاسل تجارة التجزئة للمواد الغذائية في اسبانيا في الأسعار المنخفضة، البيع تحت العلامات التجارية الخاصة، والتدويل خاصة في الأسواق الصاعدة. كما تتميز هذه السلاسل عن غيرها من البلدان الأوروبية بكثافة التواجد بالمناطق الجبلية، كما أن 89% من الأسبان يستهلكون المنتجات تحت العلامات التجارية MarcaBlancas.

السوق الإيطالية

نسب حصص السوق من تجارة المواد الغذائية لمختلف مسالك التوزيع تقريبا متوازية، وحسب مؤسسة نلسن (Nielson Univers) ففي سنة 2011 مثلت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة (الهايبر ماركت) نسبة 28% من إجمالي تجارة المواد الغذائية في السوق الإيطالية، وتجارة التجزئة المتوسطة 24% ، وتجارة التجزئة الصغيرة 26% والمتاجر التقليدية الصغيرة نسبة 22%. وتعتبر حصص السلاسل الكبرى لتجارة التجزئة أقل نسبة في أوروبا وأقل تركيزا فلازالت تجارة المقربة مفضلة من طرف المستهلك الإيطالي خاصة في جنوب البلاد. وتتصدر مجموعة كوب ايطاليا Coop Italie المرتبة الأولى في سلاسل التجزئة الكبيرة بنسبة 15% من حصة السوق يليها مجموعة أوشان Auchan وكارفور Carrefour. يتم تزويد السلاسل الكبرى لتجارة التجزئة بنسبة 35% من مركزيات الشراء، في حين أن ونسبة 65% من الشركات مباشرة أو عن طريق المستوردون تجار الجملة.

Exhibit 3

Italy: Grocery market share in 2013



Source: Nielsen, Morgan Stanley Research

السوق البلجيكية

نسب حصص السوق من تجارة المواد الغذائية لمختلف مسالك التوزيع تقريبا متوازنة، وحسب مؤسسة نلسن (Nielsen Univers) ففي سنة 2011 مثلت سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة (الهايبر ماركت) نسبة 11% من إجمالي تجارة المواد الغذائية في السوق البلجيكية، وتجارة التجزئة المتوسطة 49%، وتجارة التجزئة الصغيرة 34% والمتاجر التقليدية الصغيرة نسبة 6%.

ويمثل قطاع الصناعات الغذائية أكبر قطاعا يتم فيه التركيز بمسالك التوزيع البلجيكية، وتمثل حصص المجموعات التالية كارفور Carrefour ودلهايز Delhaize le Lion وكولرويت Colruyt نسبة الثلثين من إجمالي تجارة المواد الغذائية.

ومن ضمن التطورات الكبيرة لهذا القطاع في السنوات الأخيرة هو البيع تحت العلامات الخاصة Private label والتي تمثل نسبة 34% من مبيعات المنتجات الغذائية.

وتتقسم مسالك التوزيع بالتجزئة على النحو التالي:

- سلاسل التوزيع الكبرى أو مغازات F1 (هايبرماركت كارفور، سوبرماركت كولرويت Colruyt، سوبرماركت دلهايز Delhaize، سوبرماركت شامبيون Champion)
- متاجر الخصم الكبير (ألدي Aldi وليدل Lidl)
- مغازات نوعية F2 ذات المساحات المتوسطة (ألفو Alvo سوبرماركت سبار Spar، سوبرماركت دلهايز Delhaize...)
- مغازات نوعية F3 ذات المساحات أقل من 400 م²

ترتيب مجموعات سلاسل تجارة التجزئة الأوروبية عالميا

المرتبة عالميا	السلسلة	بلد المنشأ	رقم المعاملات سنة 2011 بالمليار دولار	عدد البلدان التي تتواجد بها
2	تسكو Tesco	المملكة المتحدة	101.3	13
4	كارفور Carrefour	فرنسا	98.8	31
6	شوارتز Shwartz	ألمانيا	87.2	26
7	مترو Metro AG	ألمانيا	85.8	32
8	ألدي Aldi	ألمانيا	73.0	17
11	مجموعة أوشان Auchan	فرنسا	59.0	13
14	أديكا Edeka	ألمانيا	55.9	1
16	كازينو Casino	فرنسا	53.4	26
17	روي Rewe Combine	ألمانيا	49.0	11
18	لكلارك Leclerc	فرنسا	44.8	7
21	سايزبوري Sainsbury	المملكة المتحدة	36.8	1
25	دلهايذ Delhaize Group	بلجيكا	29.2	11

المراجع: Nielson Grocery Universe

3.4.1.3 البيع تحت العلامات الخاصة بالاتحاد الأوروبي:

حسب تقارير معهد نيلسن فقد تطور رقم المعاملات في المبيعات تحت العلامات التجارية وأصبحت تمثل حصصها من التوزيع في سنة 2013 نسبة 30% من إجمالي المبيعات في 15 بلدا من الاتحاد الأوروبي (www.plmaininternational.com). ويرجع ذلك الى أن نسبة 80% من المستهلكين يفضلون شراء المنتجات الغذائية خاصة تحت علامات السلاسل الكبرى لتجارة التجزئة بسبب جانب ضمان الجودة، في حين أن 40% منهم لمسائل أخرى تتعلق أساسا بميزانية المستهلك.

ومن ناحية وزن العلامات التجارية الخاصة في رقم المعاملات لسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة في أوروبا، فنجد أكبر نسبة في أسبانيا والمملكة المتحدة وألمانيا، كما أن هذه النسبة أقل في البلدان الجنوبية من القارة الأوروبية. ويبين الجدول التالي نسبة المبيعات من المنتجات الغذائية تحت العلامات الخاصة للسلاسل الكبيرة لتجارة التجزئة:

النسبة من مبيعات المنتجات الغذائية في سنة 2013	البلد
45	المملكة المتحدة
44	ألمانيا
51	اسبانيا
35	فرنسا
41	بلجيكا
20	إيطاليا

المراجع: نيلسن Nielson و www.plmaininternational.com

وتعني العلامات الخاصة لسلاسل التجزئة بالنسبة للمستهلك ضمان حد معين من الجودة، وتعتبر هذه الصيغة من البيع بالتنافسية غير السعرية، وقد أدت استراتيجيات العلامات الخاصة بالنسبة لسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة إلى ما يلي:

- الاستقلالية التدريجية لهذه السلاسل الكبرى تجاه المصنعين مع تنامي القدرة التفاوضية
- تنامي الإمكانيات أمامها للاستجابة لمتطلبات المستهلك
- التميز مقارنة بالمنافسة عبر العرض المتميز والحصري
- الولاء بين المتجر والمستهلك

3.6.1.3 المنتجات العضوية، منتجات الاقاليم Terroir Products والمنتجات الخالية من القلوتين ومن السكر ومنتجات الحمية

المنتجات العضوية :

مثل الاتحاد الاوروبي ثاني أكبر سوق عالمية للمنتجات العضوية بعد الولايات المتحدة برقم المعاملات أكثر من 20 مليار يورو في سنة 2013 (IFOAM) وتعتبر السوق الألمانية من أكبر الأسواق في أوروبا للمنتجات العضوية تليها السوق البريطانية ثم فرنسا فايطاليا والسويد والدنمارك. وهذا التوجه لدى المستهلكين يعبر عنه "بالغذاء المستدام Sustainable food".

أما تجارة المنتجات العضوية فقد هيمنت عليها سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة بنسبة 46,6% تليها شبكة المتاجر المتخصصة بنسبة 27.7% والبيع المباشر 13.2% والحرفيين التجار 5%.

منتجات الاقاليم Terroir Products :

يمكن تسميتها بالمنتجات الغذائية التقليدية أو المنتجات المحلية (Local Products) التي تحمل في طياتها الخصوصيات الجغرافية والثقافية للبلد المنتج نذكر منها الصبار، التمر، الرمان، التين، زيت الزيتون، مشنقات الفلفل الحار ومشنقات الطماطم، وزيت الأركان والكلمينتين والزعفران، والطحينة من الحمص والبادنجان والفول. وتقتصر مسالك التوزيع لمثل هذه المنتجات على سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة وعلى المتاجر الصغيرة التي عادة ما يمتلكها مهاجرون أو أصيلي بلدان المنشأ لبيع المنتجات المحلية نظرا لتواجد جالية مهمة بأوروبا.

ويعبر عن هذا التوجه في ادواق المستهلكين "بالعودة الى الاساسيات Back to basics"

سوق الاغذية الصحية :

شهد سوق الأغذية الصحية أو الاغذية الوظيفية تطورا كبيرا في السنوات الاخيرة بالتوازي مع تطور أدواق المستهلكين، مما أدى بالصناعات الغذائية الى التجديد في العرض من المنتجات لتلبية هذه الحاجيات المتنامية للمستهلكين. كما أن سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة كانت أولى القنوات التي استغلت هذا التوجه لدى المستهلكين والذي يعبر عنه بالمنتجات "خالي من Free From" عبر علامات المنتج (brand producer) و العلامات التجارية الخاصة بهذه السلاسل أو علامة الموزع (brand distributor)

الاستنتاجات:

- في مرحلة أولى يمكن التواصل مع الاسواق الاوروبية من خلال العمليات الترويجية الجماعية Road Show
- ويقترح كل من فرنسا والمملكة المتحدة واسبانيا وايطاليا لتنظيم هذه العمليات الترويجية الجماعية
- هذه العمليات الترويجية الجماعية ستكون فرصة للتعريف بعرض أغادير من الصناعات الغذائية لدى مختلف مسالك التوزيع (مستوردين تجار جملة و سلاسل تجارة التجزئة الكبيرة)

جدول تقديرات الميزانية التي تخص جانب تنمية وترويج الصادرات

الميزانية (بالیورو)	العنوان
6.400.00	صندوق أغادير لتشجيع الصادرات
200.000	مساندة اتحادات أغادير
200.000	برنامج تقييم جاهزية شركات الصناعات الغذائية فيما يتعلق بالمواصفات الخاصة (IFS و BRC)
6.000.000	الخطط التسويقية المتكاملة لفائدة الشركات
600.000	البرنامج الترويجي لفائدة قطاع الصناعات الغذائية
50.000	تحسين صورة أغادير (")
50.000	قاعدة بيانات لبورصة التعاقد بالباطن، والنشرة الالكترونية (")

فيما يخص البرنامج الترويجي لقطاع الصناعات الغذائية وباعتبار ما يكتسبه من أهمية لتحقيق التكامل بين بلدان أغادير للتصدير للاتحاد الأوروبي، تم ادراجه في برنامج أغادير للتكامل والاندماج للصناعات الغذائية

(") تشمل الأنشطة التعريفية بعرض أغادير في داخل فضاء أغادير وبالاتحاد الأوروبي والحملات الاتصالية العامة والغير مبرمجة في محور البرنامج الترويجي لفائدة قطاع الصناعات الغذائية الذي سيغطي الجانب الدعائي الخاص بكل تظاهرة فقط.

وتشمل هذه الأنشطة التعريفية :

- ترويج نتائج الدراسة لدى ممثلي وشركات القطاع ببلدان أغادير (الميزانية المقترحة 30000 يورو بمعدل 7500 يورو في كل بلد من بلدان أغادير وتغطي مصاريف إقامة وتنقل واللوجستية)
- ميزانية 20000 يورو للحملة الاتصالية التعريفية بقطاع الصناعات الغذائية بالمجالات المختصة بالاتحاد الأوروبي.

(") بالنسبة لقاعدة البيانات والنشرة الالكترونية (بميزانية 20000 يورو) وبورصة التعاقد بالباطن (بميزانية 10000 يورو)

انتداب خبير عالمي متخصص في نظام اليقظة له خبرة بالسوق الأوروبية لمدة 20 يوما لارساء نظام اليقظة الاقتصادية

2.3 المحور الثاني: تطوير التكامل الصناعي والاستثمار

1.2.3 شروط التكامل في قطاع الصناعات الغذائية

في المرحلة الأولى من الدراسة تم تحديد فرص التكامل وتراكم المنشأ من أجل الاستغلال الأمثل للطاقت الإنتاجية، وانتظام الصادرات وتنويع العرض التصديري، والاستغلال الفعال للتكنولوجيات الجديدة ذات الكفاءة العالية الحجم، والاستخدام الأمثل للمنتجات الزراعية والمنتجات من الدرجة الثانية مما سيؤدي إلى تحسن ملحوظ للإنتاجية والجودة.

قطاع الخضر والفواكه ببلدان أغادير

أبرزت تحاليل الصادرات لبلدان أن قيمة الصادرات من الخضروات لبلدان أغادير مرتفعة إذ بلغت 2406 مليون دولار أمريكي وبلغت مستورداتها 1040 مليون دولار وذلك في سنة 2013، وقد تصدرت مصر المرتبة الأولى (1040 مليون دولار)، تليها المغرب (828 مليون دولار) ثم الأردن (476 مليون دولار)، صادرات تونس من هذه المنتجات محدودة جدا.

من القطاعات الفرعية التي سيتم الاعتماد عليها لتطوير قطاع الصناعات الغذائية نظرا لتمييزها بالوفرة في العرض وامتدادها على فترة من السنة، بالإضافة إلى أن القطاع يشهد فائضا كبيرا في الميزان التجاري (نسبة تغطية الصادرات للمستوردات 231%). والبلدان التي لديها وفرة في الإنتاج هي مصر والمغرب والأردن.

كما بلغت صادرات بلدان اتفاقية أغادير من الفواكه والأثمار 2208 مليون دولار أمريكي في سنة 2013، مقابل قيمة المستوردات 819 مليون دولار أمريكي. وقد تصدرت مصر المجموعة (1010 مليون دولار أمريكي) يليها المغرب (700 مليون دولار) ثم الأردن (300 مليون دولار) وتونس (200 مليون دولار).

لبلدان أغادير فائض كبير في الميزان التجاري من هذه المنتجات (نسبة التغطية 269%) ويمكن اعتماد هذه المنتجات لتطوير مجال الصناعات الغذائية وتنمية التجارة البينية لبلدان أغادير والحصول على قيمة مضافة أكبر من خلال التحويل والتجهيز

وبذلك توجد فرصا للتكامل بين بلدان الاتفاقية من شأنه أن يسهل الاندماج بين البلدان ويطور قطاع الصناعات الغذائية:

- مصر تصدر البطاطس والبصل، والبقول والخضر المبردة والمجمدة
 - المغرب يصدر البندورة (الطماطم) الجزر والخضر المحفوظة مؤقتا والخضر المجففة
 - يصدر الأردن منتجات غير موسمية كالبنندورة والخص والخيار والكرنب
 - مصر تصدر العنب، والفواكه الاستوائية مثل المانجا، والجوفا، والبابايا
 - تُصدر المغرب الفراولة، والأفاوكادو، والبطيخ، والجزر، والتين، والفواكه المجمدة
 - تونس تصدر الخوخ وتعتبر المصدر الأول للتمور
 - تصدر الأردن الجوز، والشمام، والدراق، والنكتارين والكيوي
- إن تحسين الإنتاجية يمكن من عرض تصديري أكثر تنوعا وتوسعا بأسعار منافسة، والتي يمكن أن يصل إلى مستوى الصادرات التركية على المدى البعيد.

- للوصول إلى هذا المستوى يستوجب على بلدان أغادير أن تستوفي على غرار تركيا، الشروط التالية:
- الوصول إلى حجم السوق التركية للخضر والفواكه بتوفير حرية حركة السلع بين الأربع بلدان الأعضاء في اتفاقية أغادير وتوفير التدابير المرافقة لتحقيق الاندماج الصناعي
- ضمان انسجام قوانين المراقبة لعمليات التصدير والاستيراد في مجال الخضر والفواكه والمحضرات الغذائية أساسها الخضر والفواكه مع القوانين الأوروبية
- انسجام نظام الجودة الذي يحكم قطاع الخضر والفواكه في بلدان أغادير مع الاتحاد الأوروبي

1.1.2.3 حرية حركة السلع:

لمحة عن المبادئ العامة لحرية حركة السلع

أكدت معاهدة تأسيس المجموعة الاقتصادية الأوروبية (معاهدة روما لسنة 1957) على إن مبدأ حرية حركة السلع والمبين في الفصل (3) الفقرة (1)، على أنه وسيلة لتحقيق السوق المشتركة. وحرية حركة السلع صلب السوق المشتركة يتم ضمانها عبر منع دول الأعضاء من فرض عوائق مالية أو قيود كمية أو ترتيبية أمام التبادل التجاري البيني.

مجالات تطبيق حرية حركة السلع:

السلع المضمنة في معاهدة تأسيس المجموعة الاقتصادية الأوروبية تتعلق "بالسلع التي يتم تقييمها بالمال وتكون موضوع المعاملات التجارية" وفي موضوع الدراسة يتعلق الأمر بقطاع الخضر والفواكه. كما أن حرية حركة السلع تخص المبادلات تكون حصريا بين بلدان الجماعة الاقتصادية ولا تنطبق على المبادلات خارج المجموعة الاقتصادية (ضمن أحكام منظمة التجارة العالمية).

ويمنع الفصل 90 من معاهدة المجموعة الاقتصادية الأوروبية الضرائب التمييزية الداخلية، ويتكون هذا التمييز من تحميل العبء الضريبي على المنتجات المستوردة، والتي تؤدي إلى الفرق في النسب وفي احتساب القاعدة الضريبية.

حظر الحواجز المالية: تشمل العوائق المالية لحرية حركة السلع الرسوم الجمركية والرسوم ذات الأثر المماثل والضرائب الداخلية التمييزية أو الوقائية.

الرسوم الجمركية:

الرسوم الجمركية تعني الضرائب المدرجة للتعرفة الجمركية لكل بلد عضو. الاتحاد الجمركي الذي تم إرساءه من طرف السوق المشتركة والذي ينص على التعرفة الجمركية بين الأعضاء وتوحيد التعرفة الجمركية أمام العالم الخارجي. وطبقا لذلك فإن الرسوم الجمركية في المبادلات التجارية البينية ممنوعة منعاً باتاً.

يعتبر **الاتحاد الجمركي**، الذي يتميز بغياب الحدود الداخلية، من القواعد الأساسية للاتحاد الأوروبي والذي ينطبق على إجمالي المبادلات من السلع (الفصل 28 من الاتحاد الأوروبي). إذ يتم منع كل الرسوم الجمركية المطبقة على المستوردات والصادرات والرسوم ذات الأثر المماثل. وبالنسبة للحدود الخارجية يتم تطبيق تعريف موحدة مكمل

بالتعريف الجمركية المتكاملة للمجموعات الأوروبية، يتم توزيعها على السلع المستوردة من العالم الخارجي. فضلا على تطبيق آلية قانون الجمارك الموحد تضمن التطبيق المتماثل للمعايير من قبل المصالح الجمركية للدول الأعضاء.

تم إرساء الاتحاد الجمركي في يوليو (تموز) 1968 أثر مبادرة معاهدة روما لسنة 1957، والذي تطور آلياته للتأقلم مع التكنولوجيات الجديدة وضمان الأمن خاصة الحماية من التقليد والقرصنة. وهو اتفاق تجاري إقليمي تقوم من خلاله الدول الأعضاء بتوخي سياسة تجارية موحدة في مواجهة بقية بلدان العالم، تحدد هذه السياسة التجارية التعريفات الخارجية الموحدة وكذلك إعادة توزيع الإيرادات الجمركية فيما بينها، وكذلك سياسة موحدة للتعاون الخارجي.

تجربة الجماعة الأوروبية للفحم والصلب (European Coal and Steel Community) وهي منظمة تكونت سنة 1950 من ستة دول (فرنسا وألمانيا وبلجيكا وإيطاليا ولوكسمبورغ وهولندا) وكان الغرض الرئيسي للجماعة هو الرقابة على إنتاج وتسويق الفحم والصلب في الدول الأعضاء، وتحديث وتحسين الإنتاج والتقليص في الكلفة. في سنة 1967 تم دمج هذه الجماعة مع الجماعة الاقتصادية الأوروبية. هكذا بدأت معالم العملية التكاملية الأوروبية تتبلور وتظهر معالمها الجديدة بعد أن تمكنت من الانتقال من مستوى التكامل القطاعي (الفحم والصلب) الذي مهد الأرضية إلى التكامل الاقتصادي الشامل.

2.1.2.3 تطبيق حرية حركة السلع في إطار بلدان أغادير:

بينت مختلف التحاليل خلال الجزء الأول لهذه الدراسة أن لبلدان أغادير إمكانيات حقيقية ضخمة لا يمكن تجاهلها من حيث العرض من المنتجات الخام للخضر والفواكه إذ أن الميزان التجاري الزراعي للدول الأعضاء في منظمة أغادير إيجابيا في مجال التجارة بالفواكه والخضار، والتي شهدت أعلى نسق لنمو الصادرات خلال الفترة 2009-2013. وبذلك تعتبر حجر الزاوية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية ومن الشروط الموضوعية للتكامل بين بلدان الاتفاقية في هذا المجال.

ومن ضمن القواعد الأساسية لتحقيق ذلك هو توفير حرية حركة السلع بين بلدان الاتفاقية في القطاعات المذكورة من خلال تحضير مرحلة انتقالية تهدف الى ارساء **الاتحاد الجمركي** لقطاع الخضر والفواكه الطازجة أو المجمدة، والتي تعتبر المرحلة الأولى من مراحل التكامل، وهي ذات أهمية كبيرة تجعل النجاح في المراحل اللاحقة يعتمد عليها بشكل كبير. والهدف من إنشاء **الاتحاد الجمركي** هو تحقيق حرية انتقال السلع بين دولتين أو أكثر، والتي ستمكن من:

- إلغاء الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل المطبقة على هذه المنتجات بين البلدان الاتفاقية فيما بعضها وإرساء رسوم جمركية موحدة تجاه بقية البلدان الأخرى
- التقدم إلى المفاوضات الدولية ككتلة موحدة فيما يخص القطاع الزراعي ضمن منظمة التجارة العالمية
- القدرة على المفاوضات مع الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة لإزالة الحواجز الكمية على صادرات الخضر والفواكه، والتقدم في المفاوضات في إطار الجامعة العربية الرامية لاجتثاث اتحاد جمركي بين البلدان العربية.

- إنشاء إطار مواتي لتسهيل التجارة وموائمة مراقبة الصادرات والمستوردات يمكن أن يكون مشروع نموذجي لإرساء برنامج لتقييم المطابقة Agreements on Conformity Assessment and Acceptance of industrial products ACAA، كما يمكن من خلال هذا البرنامج النموذجي حل مشكلة التفاوض مع الولايات المتحدة لإرساء اتفاقية للتبادل الحر للخضر والغلال عبر توسيع الاتفاقية التي أبرمتها مع المغرب لباقي دول الاتفاقية
- توسيع هذا البرنامج النموذجي على منتجات غذائية أخرى يمكن أن يشمل في مرحلة أولى المنتجات من الاصل الحيواني مثل اللحوم البيضاء والحمراء. وأن يشمل بلدان أخرى مثل الجزائر وليبيا باعتبار أهمية هذه الاسواق في تطوير التجارة عبر الحدود.

كما أن تطوير التكامل بين بلدان أغادير نحو إرساء الاتحاد الجمركي لقطاع الخضر والفواكه يمكن أن يكون الأرضية الملائمة لإحداث "مجموعة أغادير للخضر والفواكه" على غرار الجماعة الأوروبية للحديد والصلب.

ومقارنة باتفاقية أغادير فإن الاتحاد الجمركي يوفر المزايا الإضافية التالية:

- رفع القيود الترتيبية المتأنية من اختلاف اجراءات التجارة الخارجية ومراقبة الجودة بين بلدان الإتفاقية
- يتم تطبيق تعريف موحدة يتم توظيفها على السلع المستوردة من العالم الخارجي فضلا على تطبيق آلية قانون الجمارك الموحد تضمن التطبيق المتماثل للمعايير من قبل المصالح الجمركية للدول الأعضاء ويمنع الضرائب التمييزية الداخلية، ويتكون هذا التمييز من تحميل العبء الضريبي على المنتجات المستوردة، والتي تؤدي إلى الفرق في النسب وفي احتساب القاعدة الضريبية وانعدام العدالة بين بلدان في الاستفادة من مزايا التحرير وهو ما يتسبب في عوائق كبيرة عند تطبيق الاتفاقية
- ويمكن كذلك تشريك الاتحاد الأوروبي للتخضير للاتحاد الجمركي من خلال فترة انتقالية حسب ظروف كل بلد عضو من اتفاقية أغادير، كما يمكن أن تهدف هذه الفترة الانتقالية كذلك لتحقيق الوحدة الجمركية مع أوروبا كما هو الشأن بالنسبة لتركيا.

كما أن الأهمية الإستراتيجية للاتحاد الجمركي لدفع الفضاء الاورومتوسطي ستكون عامل تحفيزي للاتحاد الأوروبي لتمويل البرامج لدفع الاستثمار البيئي وجلب الاستثمار الأجنبي لتطوير البحث وتطوير البنية التحتية للجودة. وهو ما سيساهم في توسيع سلسلة القيمة والرفع من قيمة صادرات أغادير من المنتجات الغذائية المصنعة بعشر مرات على غرار تركيا والصين.

وعلى هذا الأساس وجب انجاز دراسة جدوى لإحداث الاتحاد الجمركي ومردوديته على كل بلد من اتفاقية أغادير، وفي كل الحالات فان توحيد الإجراءات والقوانين للتجارة الخارجية وملائمة نظم مراقبة الجودة وضمان حرية السلع، تعتبر من العوامل الأساسية لتحقيق التكامل كما تبينه التجربة الأوروبية.

2.2.3 الفرص المحتملة عند التكامل الصناعي

محضرات الصناعات الغذائية (الفصل 20)

إذا ما توفرت الشروط الملائمة لمصر لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقات التحويلية والتتويج في الإنتاج فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المصرية تقدر بـخمس مرات الصادرات الحالية، وقد تكون عشرة مرات إذا ما قورنت بإيطاليا.

إذا ما توفرت الشروط الملائمة للمغرب لتطوير الصناعات الغذائية تضاهي المستوى التركي من حيث وفرة الإنتاج الخام والاستغلال الأمثل للطاقات التحويلية والتتويج في الإنتاج فان الفرص المحتملة للزيادة في الصادرات المغربية تقدر بتسع مرات للصادرات الحالية.

كذلك الشأن بالنسبة لتونس والأردن بتوفير الشروط الملائمة يمكن الزيادة بأضعاف الصادرات الحالية من الصناعات الغذائية

ويمكن تطوير المنتجات من المحضرات الغذائية من خلال توفر العرض من المواد الخام من الخضر والفواكه المجمدة المحلية أو المستوردة من بلدان أغادير (الفصلين 07 و 08)، و لاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي التصدير إلى الاتحاد الأوروبي من خلال العلامات الخاصة لسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة . كما يمكن اعتبار المنتجات من محضرات الخضر والفواكه كمواولفة لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات المتواجدة في بلدان أغادير أو في الاتحاد الأوروبي والتي تنتج صناعات غذائية متطورة (من الفصل 21)

المحضرات الغذائية المتنوعة (الفصل 21)

هنالك إمكانية تطوير منتجات الصناعات الغذائية تحت هذا الفصل عبر توفر العرض من الخضر والفواكه المجمدة المحلية أو المستوردة من بلدان أغادير (الفصلين 07 و 08) أو المحضرات الغذائية من الخضر والفواكه (الفصل 20)، والاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي. كما يمكن التصدير إلى الاتحاد الأوروبي عن طريق العقود بالباطن لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات والعمل على استجلاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة لتصنيع المنتجات الغذائية المتطورة.

محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر (الفصل 19)

أن توفر العرض من المحضرات الغذائية من الخضر والفواكه (الفصل 20) وتوفر العرض من الفواكه الجافة والمكسرات ومن المنتجات العضوية (الأرز العضوي) والاستفادة من تراكم المنشأ بين بلدان أغادير للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي، تمكن من تطوير منتجات الصناعات الغذائية المنتمة لهذا الفصل خاصة في تصنيع المنتجات الخصوصية (الحمية ومرضى السكري والخالية من القلوتين) لفائدة الشركات المتعددة الجنسيات، شريطة تطوير نظم الجودة وتطبيق المعايير الأوروبية المطلوبة.

3.2.3 تطوير سلسلة القيمة عبر تطوير الاستثمارات والتكامل الصناعي

1.3.2.3 تطوير الاستثمارات

إن تطوير سلسلة القيمة تكون عن طريق التوسع الرأسي وتنمية المواد الوسيطة والمحضرات الغذائية والمواد الخصوصية وكذلك المنتجات من الصنف الرابع مثل الوجبات الجاهزة. ويغطي تطوير الاستثمار وسلسلة القيمة المحاور التالية:

❖ تطوير المنتجات الوسيطة مثل البطاطس المجمدة، الخضر والفواكه المجمدة، مركزات العصائر المجمدة، معجون الطماطم بتقنية Hot Break وتقنية Cold Break المرتبطة ببعضها لإنتاج كتشب Ketchup ذات جودة عالية.

❖ تطوير المنتجات المتطورة ومن الصنف الرابع أساسها البطاطس، الأرز ومنتجات الحبوب التي تمكن من الاندماج الكامل للقطاع بدءا من إنتاج البذور، إنتاج البطاطس المجمدة التي تمكن من تزويد المصانع المتخصصة في منطقة أغادير، وإنتاج رقائق البطاطس، والوجبات الخفيفة ومشتقات البطاطس، المكملات الغذائية من الحبوب، الوجبات الجاهزة لتغطية كل الأصناف من المنتجات المتطورة التي أساسها البطاطس والحبوب والخضر الإضافية

كما أن تنويع المنتجات والاندماج القطاعي يمكنان من استغلال الإمكانيات الإنتاجية طوال السنة، ومن التخفيض من نسب التلف والاستفادة من وفورات الحجم.

❖ تطوير المنتجات الغذائية الشرقية التي أساسها البقول والخضر مثل الحمص والبادنجان والفل، كذلك منتجات من الصنف الرابع مثل السلطات والوجبات الجاهزة.

❖ تطوير المنتجات المتطورة أساسها الزيتون، الصلصة الحارة (هريسة) والسلطة المشوية وقلب الخرشوف وخضر أخرى وكذلك السلطات والوجبات الجاهزة المستعملة خضر أخرى

❖ تطوير المنتجات المتطورة أساسها الطماطم، الطماطم المركزة وصلصات الطماطم

❖ تطوير الاستثمار لإنتاج الكتشب من خلال تطوير الاستثمار الثنائي في الكسر بالبارد والكسر بالساخن اللازمة لإنتاج كتشب من الجودة العالية.

❖ تطوير الأغذية الصحية للأطفال أساسها الخضر والفواكه والحبوب المطبوخة، والتي تقدم منتجات متنوعة تمكن من استغلال طاقات الإنتاج كامل السنة.

❖ تطوير منتجات متنوعة من المربي والهلام أساسها الفواكه الاستوائية المجمدة والمنتجات الاستوائية المصرية والتي تمكن من استغلال طاقات الإنتاج كامل السنة

- ❖ تطوير منتجات متنوعة من عصائر الفواكه والمشروبات أساسها مركّزات العصائر المجمدة، مثل مركز الليمون من مصر، التي تمكن من استغلال الطاقات الإنتاجية كامل السنة وتساعد في ربحية الوحدات الإنتاجية وتشجيع الاستثمار في القطاع والتقليص في نسبة التلف في قطاع الفواكه
 - ❖ تطوير الصناعات الغذائية الأمامية كقطاع الحلويات والفطائر التي تستعمل الخضر والفواكه
 - ❖ تطوير المنتجات العضوية والخصوصية الخالية من القلوتين والكولسترول والسكر
 - ❖ تطوير المنتجات المحلية (منتجات الاقاليم)
 - ❖ تطوير المضافات الغذائية والمنكهات عبر تشجيع الاستثمار الأجنبي ببلدان أغادير
 - ❖ سيساهم الاستثمار الأجنبي بدرجة كبيرة في نقل التكنولوجيا لتطوير البذور والاعشاب الطبية
- وفي مرحلة ثانية أن التوسع الراسي سيشمل المنتجات المشتقة من اللحوم البيضاء بما فيها المنتجات الوسيطة للحوم المحضرة، اللحوم المستعملة في الهمبرجر والمنتجات من الصنف الرابع والوجبات الجاهزة أساسها اللحوم البيضاء.
- كذلك تطوير التوسع الراسي للمنتجات المشتقة من الأسماك وفواكه البحر المجمدة والمعلبة عبر الاستثمار في إنتاج الإطباق الجاهزة أساسها الأسماك وفواكه البحر.

من الأهداف الرئيسية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية هو الرفع من قدرتها التنافسية بالأسواق الخارجية ومنها الحصول على نصيب أكبر من سلسلة القيمة العالمية وبمعنى آخر كيف يمكن التوصل إلى إنتاج سلع متطورة ذات قيمة مضافة أعلى من تلك التي يتم تصديرها حالياً. وفي إطار هذه الدراسة ومن خلال ما تم إبرازه في الجزء الأول من التحليل لعرض بلدان أغادير من المنتجات الزراعية الخام، وتطور نسب الصادرات لديها مع فائض كبير للميزان التجاري، بالإضافة إلى نسب محترمة من حصص الأسواق العالمية، وهي عوامل جوهرية لتكريس مبادئ تراكمية المنشأ والتصدير بين بلدان أغادير ونحو الاتحاد الأوروبي من المنتجات المنتمية إلى قطاع الصناعات الغذائية. غير أن الوفرة من المواد الزراعية ليست كافية للاستفادة من فرص التكامل والشراكة المتاحة بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير، إذ يجب أن تتوفر عدد من الشروط الموضوعية صلب كل بلد وبين بلدان الاتفاقية والتي تم تطويرها ضمن خطة العمل بالجزء الثاني لهذه الدراسة.

وقد أكدت التحاليل خلال الجزء الأول من هذه الدراسة عن تواجد إمكانات حقيقية وفرصا لتراكم المنشأ بين بلدان اتفاقية أغادير للتصدير فيما بينها ونحو الاتحاد الأوروبي، ولتوضيح هذا الجانب سنعتمد بعض القطاعات الفرعية التي أبرزتها الدراسة كنموذج لبيان كيفية تحقيق الأهداف المذكورة.

ولذلك سنفترض أن الظروف الموضوعية المواتية قد توفرت والمتمثلة في:

- عدم وجود عوائق جمركية بين بلدان أغادير لتبادل السلع المنتمية لقطاع الصناعات الغذائية
- التقارب والمواءمة بين نظم المراقبة الفنية للمستوردات بين بلدان أغادير ومع الاتحاد الأوروبي

- أنشطة إعلامية توعوية وتنسيقية لخلق الإرادة القوية لدى الأطراف المعنية من قطاع خاص ودوائر حكومية لتطوير صادرات قطاع

عصائر الفواكه المركزة والمجمدة

- لدى مصر والمغرب القدرة والميزة التنافسية لتصدير عصير الفواكه المركزة والمجمدة لبلدان أغادير أين يتم استغلالها كمدخلات لإنتاج عصائر فواكه ومشروبات أخرى يمكن تصديرها إلى الاتحاد الأوروبي
- وترتكز هذه الميزة التنافسية على معدل نسب النمو السنوية لعصير الفواكه المصرية مرتفع 9% خلال الفترة 2009-2013، مع وجود فائض تجاري كما تبرزه تحاليلنا السابقة في تقرير المرحلة الأولى
- توفر بمصر منتجات متنوعة منها الاستوائية بكميات كبيرة تغطي كامل السنة
- توفر في المغرب كميات كبيرة من إنتاج الحمضيات
- وهذه الميزة التنافسية تمكن شركائنا بلدان أغادير من استعمال عصائر الفواكه المركزة كمدخلات لإنتاج العصائر والمشروبات، مما سيؤدي إلى:
- توفير 15% من الرسوم الجمركية عبر تراكم المنشأ إذ أن الملحق رقم (2) يشترط أن تكون العصائر قد تم الحصول عليها كلياً من بلد المنشأ وذلك عند التصدير إلى الاتحاد الأوروبي
- خلق وحدات إنتاجية للعصائر في بلدان أغادير وخاصة منها تونس والمغرب فيما يخص الحمضيات، التي ليس لها جدوى في الوقت الحالي بالاعتصار على حجم الإنتاج الزراعي من الحمضيات في هذه البلدان لأنها ستستغل على أقصى تقدير لمدة شهرين، لكنها تصبح مجدية وتشتغل كامل السنة باستيراد عصائر الفواكه المجمدة المتواجدة في مصر كامل السنة
- التقليل من نسب الفاقد بالنسبة لبلدان أغادير في قطاع الحمضيات
- كما أن ازدياد الإنتاجية في بلدان أغادير يجعل من المنتج ذو قدرة تنافسية بالأسواق العالمية بكلفة أقل، وهو ما سيمكن بدوره من ازدياد الطلب على منتجات مصر من العصائر المجمدة، ومن ثم إمكانية تطوير هذه الصناعة بالمغرب وإعطائها أكثر جدوى بمصر وبالتالي التقليل من نسب التلف بهذه البلدان وتحسين تنافسيتهن، وهو ما يعبر عنه بعملية تضاعف الاندماج الصناعي (multiplier of integration)

وبناء على هذا المثال فإن ذلك سيؤدي بالنسبة للشركات العصائر المجمدة:

← استغلال وفورات الحجم

← استغلال الطاقات الإنتاجية

← التصدير إلى بلدان أغادير الأخرى

← مجابهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

بالنسبة للشركات المصنعة للعصائر ببلدان أغادير فإنه سيؤدي إلى:

← مجابهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

استغلال الطاقات الإنتاجية

استغلال تراكم المنشأ للتصدير نحو الاتحاد الأوروبي والزيادة في الميزة التفاضلية لمنتجات الصناعات الغذائية المصدرة عبر النفاذ الاتحاد الأوروبي بدون عوائق جمركية

توسيع سلسلة القيمة

يمكن استنتاج إمكانية تطوير الاستثمارات التالية:

- مشاريع إنتاج العصائر المجمدة خاصة بمصر والمغرب
- مشاريع إنتاج العصائر المتنوعة بكل بلدان أغادير
- مشاريع إنتاج المشروبات المتنوعة بكل بلدان أغادير

البطاطس المبردة والمجمدة

لدى مصر القدرة والميزة التفاضلية لتصدير البطاطس المبردة والمجمدة لبلدان أغادير أين يتم استغلالها كمدخلات لإنتاج رقائق البطاطس ومنتجات أخرى أساسها البطاطس يمكن تصديرها إلى الاتحاد الأوروبي

- وترتكز هذه الميزة التفاضلية على معدل نسب النمو السنوية للبطاطس مرتفع 7% خلال الفترة 2009-2013، مع وجود فائض تجاري كما تبرزه تحاليلنا السابقة في تقرير المرحلة الأولى
- كما يتوفر لدى مصر إنتاج البطاطس بكميات كبيرة تغطي كامل السنة

وهذه الميزة التفاضلية تمكن شركات بلدان أغادير من استعمال البطاطس المجمدة والمبردة كمدخلات لإنتاج رقائق البطاطس ومنتجات أساسها البطاطس يمكن من تحقيق المزايا التالية:

- توفير 15% من الرسوم الجمركية عبر تراكم المنشأ إذ أن الفصل الملحق رقم (2) يشترط أن تكون رقائق البطاطس قد تم الحصول عليها كلياً من بلد المنشأ
- خلق وحدات إنتاجية لمشتقات البطاطس في تونس والأردن التي ليس لها جدوى في الوقت الحالي بالاعتصار على حجم الإنتاج الزراعي من البطاطس في تونس لأنها ستشغل مدة زمنية محددة، لكنها تصبح مجدية وتشغل كامل السنة باستيراد البطاطس المبردة و المجمدة المتواجدة في مصر وفي حال نقص الإنتاج الزراعي المتقلب

كما أن ازدياد الإنتاجية في تونس والأردن يجعل من المنتج ذو قدرة تنافسية بالأسواق العالمية بكلفة أقل، وهو ما سيمكن بدوره من ازدياد الطلب على منتجات مصر من مشتقات البطاطس، ومن ثم إمكانية تطوير الصناعة بمصر وبالتالي التقليل من نسب التلف وتحسين تنافسية المنتجات، وبناء على هذا المثال فإن ذلك سيؤدي بالنسبة للشركات البطاطس المبردة والمجمدة من:

استغلال وفورات الحجم

استغلال الطاقات الإنتاجية

التصدير إلى بلدان أغادير الأخرى

مواجهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

بالنسبة للشركات المصنعة لمشتقات البطاطس ببلدان أغادير فإنه سيؤدي إلى

مواجهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

استغلال الطاقات الإنتاجية

استغلال تراكم المنشأ للتصدير نحو الاتحاد الأوروبي والزيادة في الميزة التفاضلية لمنتجات الصناعات الغذائية

المصدرة عبر النفاذ الاتحاد الأوروبي بدون عوائق جمركية

توسيع سلسلة القيمة من مجرد مصدر مواد أولية خام إلى مصدر منتجات غذائية متطورة ذات قيمة مضافة أعلى

تجنب العوائق الجمركية لتصدير البطاطس الخام إلى الاتحاد الأوروبي والتي تخضع إلى حصص سنوية للبلدان

الموقعة على اتفاقية التبادل الحر مع الاتحاد الأوروبي

يمكن استنتاج إمكانية تطوير الاستثمارات التالية:

- مشاريع إنتاج البطاطس المجمدة خاصة بمصر والمغرب وتونس والأردن
- مشاريع إنتاج مشتقات البطاطس
- مشاريع إنتاج محضرات غذائية تستعمل البطاطس

الطماطم الطازجة - محضرات الطماطم

كل بلدان أغادير تتمتع بالقدرة والميزة التفاضلية لإنتاج الطماطم الطازجة في موسمها وغير موسمها على امتداد كل السنة

- النسب السنوية لنمو الصادرات مرتفعة خلال الفترة 2009-2013 (11% لصادرات المغرب، 26% لصادرات مصر و 14% لصادرات الأردن) وحصص من الصادرات العالمية كبيرة خاصة للمغرب والأردن (5% و 3.6%)
- إنتاج كبير للطماطم الموسمية في تونس التي يتم تحويل نسب منها إلى ثاني مركز طماطم للاستهلاك المحلي والتصدير
- القدرات التحويلية الكبيرة لإنتاج ثاني مركز الطماطم متواجدة في تونس وبصفة أقل في مصر

وهذه الميزة التفاضلية ستمكن من خلق قدرات في تحويل الطماطم مما سيؤدي إلى:

- التقليل في نسب التلف ومزيد استغلال الطماطم من الدرجة الثانية
- عرض مواد أولية (مشتقات الطماطم) بكميات وافرة ومنظمة لإنتاج صلصات الطماطم للبيزا والبساتا Passata وعصير الطماطم والكيوتشوب (التي تتطلب علاوة على إنتاج معجون الطماطم ثاني التركيز بطريقة تقنية Hot Break في تونس، إلى إنتاج معجون الطماطم بطريقة تقنية Cold Break عبر بعث وحدات إنتاجية في كل من مصر والمغرب للغرض).

- تنويع الإنتاج من مشتقات الطماطم وتعزيز المنتجات المنتمية إلى الفصيلين 20 و 21 (المحضررات الغذائية والمحضررات الغذائية المتطورة)
- الاستغلال الأمثل للطاقات الإنتاجية على امتداد مدة زمنية أكبر خارج المواسم
- كما أن ازدياد الإنتاجية في تونس والمغرب ومصر يجعل من الصناعات التحويلية أساسها الطماطم ذات قدرة تنافسية بالأسواق العالمية وبكلفة أقل، وهو ما سيمكن بدوره من ازدياد الطلب على معجون الطماطم والتي تصبح في هذه المرحلة مادة أولية بسيطة، ومن ثم إمكانية تطوير الصناعة بمصر والمغرب وبالتالي التقليل من نسب التلف وتحسين تنافسية المنتجات،
- بالنسبة للشركات المصنعة لمشتقات الطماطم ببلدان أغادير فإنه سيؤدي إلى

← مجابهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

← استغلال الطاقات الإنتاجية

- ← استغلال تراكم المنشأ عند تصدير صلصات الطماطم والكيوتشب نحو الاتحاد الأوروبي والزيادة في الميزة التفاضلية لمنتجات الصناعات الغذائية المصدرة عبر النفاذ الاتحاد الأوروبي بدون عوائق جمركية
- ← توسيع سلسلة القيمة من مجرد مصدر مواد أولية خام إلى مصدر منتجات غذائية متطورة ذات قيمة مضافة أعلى
- ← تجنب العوائق الجمركية لتصدير معجون الطماطم إلى الاتحاد الأوروبي والذي يخضع إلى حصص سنوية للبلدان الموقعة على اتفاقية التبادل الحر مع الاتحاد الأوروبي (1200 طن بالنسبة لتونس) وذلك عبر تصدير المنتجات المتطورة والمذكورة أعلاه

منتجات متنوعة من المربى والهلام (Jams Jellies) أساسها الفواكه الاستوائية المجمدة المصرية

- وفرة الإنتاج من المواد الأولية الخام من الفواكه
- تواجد طلب في بلدان أغادير من الفواكه والفواكه الاستوائية المجمدة
- وهذه الميزة التفاضلية ستمكن من خلق قدرات في تحويل الفواكه المجمدة مما سيؤدي إلى:
- التقليل في نسب التلف
- عرض مواد أولية (الفواكه المجمدة) بكميات وافرة ومنتظمة لإنتاج المربيات، وأغذية الأطفال والفواكه المطبوخة عبر بعث وحدات إنتاجية في بلدان أغادير
- تنويع الإنتاج من مشتقات الفواكه المجمدة وتعزيز المنتجات المنتمية إلى الفصيلين 20 و 21 (المحضررات الغذائية والمحضررات الغذائية المتطورة)
- الاستغلال الأمثل للطاقات الإنتاجية على امتداد مدة زمنية أكبر خارج المواسم
- بالنسبة للشركات المصنعة لمشتقات الفواكه المجمدة ببلدان أغادير فإنه سيؤدي إلى

← مجابهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

← استغلال الطاقات الإنتاجية

استغلال إمكانية التكامل عند التصدير نحو الاتحاد الأوروبي والزيادة في الميزة التفاضلية لمنتجات الصناعات الغذائية المصدرة عبر النفاذ الاتحاد الأوروبي بدون عوائق جمركية

توسيع سلسلة القيمة من مجرد مصدر مواد أولية خام إلى مصدر منتجات غذائية متطورة ذات قيمة مضافة أعلى

تطوير الصناعات الغذائية الأمامية كقطاع الحلويات والفطائر التي تستعمل الخضر والفواكه

الميزات التفاضلية تكمن في وفرة الإنتاج وتنوعه من الفواكه والخضر المجمدة، مما من شأنه أن يطور الطلب على بعض الصناعات الأمامية المستعملة لمشتقات الفواكه والخضر (مثل لب الفواكه أو الخضر المقشرة أو مسحوق الفواكه) كقطاع الحلويات والفطائر الذي يشهد طلب كبير ببلدات أغادير.

وهذه الميزة من شأنها أن تؤدي إلى :

- خلق قدرات كبيرة لتحويل الفواكه والخضر المجمدة والتي ستمكن من التقليل في نسب التلف،
- تطوير صناعات متصلة بقطاع الفواكه والخضر المجمدة،
- تطوير التجارة البينية لبلدان أغادير من هذه المنتجات المطلوبة كمدخلات إنتاج.
- تطوير صناعات موجهة إلى قطاع الحلويات ببلدان أغادير

المنتجات الشرقية أساسها الخضر مثل الطحينة والحمص والبادنجان والفل، كذلك منتجات من الصنف الرابع مثل السلطات والوجبات الجاهزة

الميزات التفاضلية لبلدان أغادير تكمن في :

- وفرة العرض من المواد الزراعية الخام ببلدان الاتفاقية الأربعة
- وفرة العرض الزراعي من الخضر والبقوليات (الطماطم، فليفلة، الباذنجان، الحمص والعدس والفل)
- لدى هذه المنتجات فرصا كبيرة للتصدير نحو الاتحاد الأوروبي باعتبار تواجد جالية عربية
- مرحلة التصنيع لهذه المنتجات نسبيا متقدمة في بلدان أغادير

وهذه الميزة من شأنها أن تؤدي إلى:

- خلق قدرات كبيرة لتحويل الخضر المبردة والمجمدة والمجففة والتي ستمكن من التقليل في نسب التلف،
- تطوير صناعات متطورة وذات خصوصية ثقافية ببلدان أغادير والتي يمكن توجيهها إلى الاتحاد الأوروبي
- تطوير التجارة البينية لبلدان أغادير من هذه المنتجات المطلوبة كمدخلات إنتاج

بالنسبة للشركات المصنعة للمنتجات الشرقية ببلدان أغادير فانه سيؤدي إلى

مواجهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

استغلال الطاقات الإنتاجية

استغلال تراكم المنشأ للتصدير نحو الاتحاد الأوروبي والزيادة في الميزة التفاضلية لمنتجات الصناعات الغذائية

المصدرة عبر النفاذ الاتحاد الأوروبي بدون عوائق جمركية

توسيع سلسلة القيمة من مجرد مصدر مواد أولية خام إلى مصدر منتجات غذائية متطورة ذات قيمة مضافة أعلى

المنتجات المتطورة أساسها الزيتون، الصلصة الحارة (هريسة) والسلطة المشوية وقلب الخرشوف وخضر أخرى وكذلك السلطات والوجبات الجاهزة المستعملة لخضر أخرى

الميزات التفاضلية تكمن في:

- وفرة العرض الزراعي بالنسبة للمغرب ومصر من الزيتون
 - وفرة العرض الزراعي من الخضر والبقوليات (الطماطم، فليفلة، الباذنجان، الحمص والعدس والفاصوليا)
 - وفرة العمالة باعتبار أن هذه الصناعات مكثفة لليد العاملة
- وهذه الميزة من شأنها أن تؤدي إلى:
- تنويع الإنتاج من مشتقات الخضر وتعزيز المنتجات المنتمية إلى الفصيلين 20 و 21 (المحضررات الغذائية والمحضررات الغذائية المتطورة)
 - تطوير التجارة البينية لبلدان أغادير في حال هنالك نقص من المواد الأولية الوسيطة والتي يمكن استيرادها من باقي بلدان أغادير
- بالنسبة للشركات المصنعة لهذه المنتجات ببلدان أغادير فإنه سيؤدي إلى:

← مجابهة عدم انتظام الإنتاج الزراعي

← الاستغلال الأمثل للطاقت الإنتاجية بتوفر مدخلات الإنتاج من بلدان أغادير

← الاستثمار في صناعات عمودية تمكن من توسيع سلسلة القيمة (منتجات متطورة، زيتون معلب وليس سائب، محضررات الخضر مع مزيج من زيت الزيتون والنباتات العطرية ، الخضر المطبوخة والمعدة في معلبات بلورية، المحضررات الغذائية من الصنف الرابع والتي تستعمل الطماطم الجافة والمسحوقة، الفلفل المشوي، سلطة مشوية، سلطة الجزر المطبوخ، شكشوكة Ratatouille،...)

المنتجات المحلية (Local Products –Produits de Terroir)

- لبلدان أغادير عدد من المنتجات المحلية ذات التسميات المثبتة للأصل التي يقصد بها اسم البلد أو الجهة الطبيعية أو بعض أجزائها والتي يتأتى منها أي منتج ويستمد قيمته وخاصياته منها بالنظر إلى محيطها الجغرافي (AOC appellation d'origine contrôlée)، نذكر الصبار، التمر، الرمان، التين، زيت الزيتون، مشتقات الفلفل الحار ومشتقات الطماطم، وزيت الأركان والكليمنتين والزعفران، ويمكن إدراج ضمن هذه الفئة المنتجات الشرقية المحلية المذكورة أعلاه مثل الطحينة من الحمص والباذنجان والفاصوليا.
- ويمكن أن تكون هذه المنتجات حاملة لعلامة بيان المصدر وتكون في نفس الوقت منتجات عضوية، تحمل صورة كاملة عن بلد المنشأ في ذهن المستهلك الأوروبي.

وباعتبار تنامي حصص بيع هذا النوع من المنتجات خاصة بسلاسل تجارة التجزئة الكبيرة في الاتحاد الأوروبي، فمن الضروري تطوير هذه المنتجات عبر مزيد تشجيع الاستثمار والحوافز وتحيين الأطر القانونية لحماية هذه المنتجات من التقليد.

الصناعات المساندة لقطاع الصناعات الغذائية

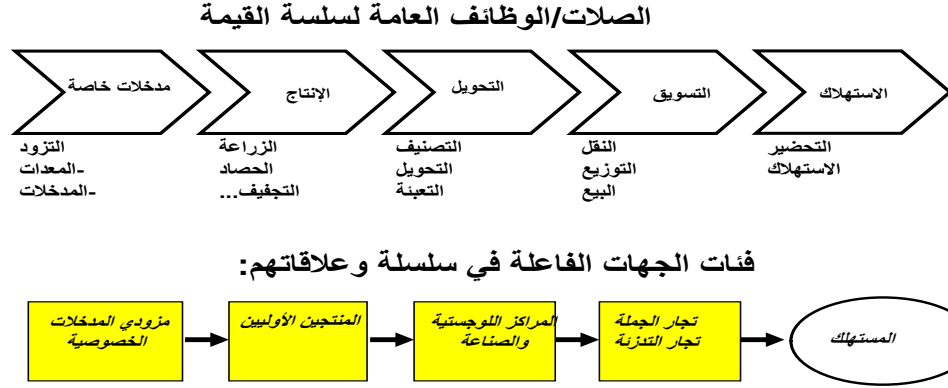
كما أبرزه الجزء الأول من الدراسة وخاصة من خلال بالبحث الميداني أن هنالك ضرورة لتطوير بعض القطاعات المساندة أو القطاعات الخلفية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية من أهمها:

- ✓ صناعة التعبئة والتغليف: يعاني قطاع الصناعات الغذائية من نقص في جودة العبوات البلاستيكية المختلفة لتغليف زيت الزيتون ومحضرات الخضار والفواكه، مواد التعبئة من الكرتون لمنتجات الألبان Tetrapack وجل الشركات المصدرة تستعين باستيراد هذه المواد لتلبية رغبات المستوردين الأجانب مما يمثل تكلفة إضافية تؤثر على سعر المنتج النهائي، لذلك يستوجب تشجيع الاستثمار في هذا القطاع المساند للصناعات الغذائية خاصة وان مواد التعبئة تعتبر من الجوانب الرئيسية الجالبة للمستهلك (من الناحية الصحية ومن الناحية الجمالية). وفي هذا الإطار نوصي ضمن برامج تأهيل الصناعة التدخل لفائدة الشركات الصناعية من خلال الإحاطة الفنية، والتصميم وابتكار مواد التعبئة والتغليف وتطوير جوانب الجودة لمواد التعبئة والتغليف.
- ✓ مشاريع إنتاج البذور والشتلات: نسبة كبيرة من هذه المنتجات المغذية للقطاع الزراعي يتم استيرادها، وتشجيع الاستثمار في هذا المجال وبالتوازي مع أعمال مراكز البحوث والتنمية سيتمكن من سد نسبة من احتياجات القطاع الزراعي محليا وبالتالي التخفيض في الميزان التجاري الزراعي، وأهم من ذلك هو توفير بذور ملائمة لخصوصيات الأراضي الزراعية.

2.3.2.3 النتائج المحتملة للتكامل الصناعي

المفهوم العام لسلسلة القيمة

تصف مجموعة كاملة من الأنشطة ذات القيمة المضافة الضرورية لدفع منتج أو خدمة من خلال مختلف مراحل الإنتاج، بما فيها التزود من المواد الأولية ومدخلات أخرى، التجميع والتحويل المادي والحصول على الخدمات الضرورية مثل النقل والتخزين والتبريد، وأخيرا تلبية رغبات المستهلك النهائي (Kaplinsky et Morris, 2002)



أبرز تقرير الجزء الأول من الدراسة أن حصص السوق لكل بلد من بلدان أغادير بالنسبة للفصلين 20 و 21 (محضرات غذائية ومحضرات غذائية متنوعة) ضعيفة وقد تصل إلى عشر (10/1) حصصها من الخضر والفواكه من الفصلين 07 و 08.

وهو ما يدل على إمكانية قوية لبلدان أغادير للاندماج الكلي لسلسلة القيمة لمنتجات الصناعات الغذائية أساسها الخضر والفواكه، وتقديم منتجات ذات قيمة مضافة عالية على غرار الصين وتركيا وإيطاليا التي استطاعت أن تبلغ حصص من السوق من المحضرات الغذائية أعلى من حصصها من الخضر والفواكه. وبالتالي فإن بلدان أغادير على فرضية بلوغها مستوى الاندماج الصناعي التي بلغته تركيا والصين وبأقل درجة من المستوى التي بلغته إيطاليا، يمكنها مضاعفة حصصها من السوق العالمية لمنتجات الصناعات الغذائية. وبفرضية التوصل إلى تحقيق التكامل في إطار التحضير لبناء الاتحاد الجمركي أو صيغة مشابهة بين بلدان أغادير في مجال الخضر والفواكه ومحضراتها فإن إنتاج أغادير من الخضر والفواكه يوفر قاعدة إنتاجية وتنوع يفوق تركيا الأمر الذي يمكن من التدرج في سلسلة القيمة إلى مستوى تركيا على الأقل وذلك خلال فترة سبع سنوات 2016-2022. وباعتبار هذه الفرضية فإن النتائج المرتقبة ستكون بقيمة 3828 مليون دولار بالنسبة لتزايد الصادرات الجمالية لبلدان أغادير، و بقيمة 1914 مليون دولار بالنسبة لزيادة الاستثمارات كما يبينه التحليل التالية:

الآثر على تطور الصادرات :

إن ازدياد الصادرات المتوقعة لسنة 2022 ستكون نتيجة عاملين اثنين:

أولاً: نمو الصادرات المتأاتي من ازدياد الطلب العالمي

ثانياً: نمو الصادرات الذي مرده تطور الاستثمار والإنتاجية المتأتية عن الاندماج الصناعي بين بلدان أغادير الذي يوفره الاستعمال الأمثل لطاقت الإنتاج وللمواد الأولية والوسيط.

تقدير نمو الصادرات المتأتية من ازدياد الطلب العالمي:

وعلى هذا الأساس قمنا في الجدول التالي بتقدير قيمة الصادرات للمحضرات الغذائية (الفصل 20) التي أساسها الخضر والفواكه لسنة 2022 المتأتية من ازدياد الطلب العالمي بنسبة نمو سنوية بـ8% والتي افترضنا أنها تعادل نسبة النمو العالمية لهذه المنتجات للفترة 2009-2013

الوحدة: بالآلاف دولار

مصر	الأردن	تونس	المغرب	مجموع اغادير
340273	43113	44334	194439	
صادرات الفصل 20 سنة 2013				
680546	86226	88668	388878	
(*) صادرات الفصل 20 سنة 2022				

وبخصوص المحضرات الغذائية المتنوعة (الفصل 21) فقد اعتبرنا نسبة النمو 9% والتي افترضنا أنها تعادل نسبة النمو العالمية لهذه المنتجات لهذه المنتجات خلال الفترة 2009-2013

الوحدة: بالآلاف دولار

مصر	الأردن	تونس	المغرب	مجموع اغادير
215170	101761	29613	64524	
صادرات الفصل 21 سنة 2013				
473374	223874,2	65148,6	141952,8	
(*) صادرات الفصل 21 سنة 2022				

نمو الصادرات المتأتية من الاندماج الصناعي

في هذا الإطار قمنا بتقدير الصادرات المحتملة لسنة 2022 المتأتية من تحقيق التكامل بين بلدان أغادير اذ افترضنا أن هذا التكامل يمكن كل بلد من بلدان أغادير من تحقيق مستوى التخصص في سلسلة القيمة يساوي مستوى تركيا باعتبار أن توفير حرية حركة السلع بين بلدان أغادير وتنفيذ استراتيجية التعاون المصاحبة يمكن للوصول إلى حجم السوق التركبية وما توفره من تنوع في منتجات تستجيب لمتطلبات السوق الأوروبية ووفرة في المواد الأولية والمنتجات الوسيطة التي تمكن من تحقيق وفورات الحجم والاستعمال الأمثل للموارد وطاقات الإنتاج.

وعلى هذا الأساس قمنا بضرب صادرات سنة 2022 المتأتية من ازدياد الطلب العالمي بنسبة نمو (مضاعف) لحصص أسواق أغادير في السوق العالمية المتأتية من التكامل الاقتصادي

وهذه النسبة تساوي = مستوى التخصص لسلسلة القيمة لتركيا / مستوى التخصص لسلسلة القيمة لكل بلد من بلدان أغادير،

مع التذكير أن مستوى التخصيص لتركيا للفصل 20 الذي قمنا بتقديره في التقرير الأول يساوي النسبة المئوية لحصة سوق تركيا من المحضرات الغذائية أساسها الخضر (فصل 20) والفواكه من حصة سوقها من الخضر والفواكه (فصلي 07+08).

وعلى هذا الأساس فإن الجداول الآتية تقيم نسب نمو حصص أسواق بلدان أغادير من السوق العلمية :

الفصل 20

مصر	الأردن	المغرب	تونس	
%50	%19	%38	%37	نسبة التخصيص في سلسلة القيمة
%107	%107	%107	%107	نسبة التخصيص في سلسلة القيمة لتركيا
2,1	5,6	2,8	2,9	المضاعف للنمو المحتمل لخصص الاسواق

الفصل 21

مصر	الأردن	تونس	المغرب	
%28	%41	%22	%11	نسبة التخصيص في سلسلة القيمة
%41	%41	%41	%41	نسبة التخصيص في سلسلة القيمة لتركيا
1,5	1	1,9	3,7	المضاعف للنمو المحتمل لخصص الاسواق

وتمثل نسبة نمو حصص الاسواق المضاعف الاقتصادي الذي ينتج عن تطور نسب الاندماج بمصفوفة التكامل الصناعي ليونتيف Leontief .

النتائج المحتملة للاندماج الصناعي بالنسبة للفصل 20 المحضرات الغذائية

الوحدة: ألف دولار أمريكي

مصر	الأردن	تونس	المغرب	مجموع اغادير	
340273	43113	44334	194439		صادرات الفصل 20 سنة 2013
680546	86226	88668	388878		(*) صادرات الفصل

20 سنة 2022					
(**) المضاعف للنمو المحتمل لحصص الاسواق	2,1	5,6	2,9	2,8	
الصادرات المحتملة لسنة 2022	1456368	485589	256418	1094999	
قيمة الصادرات المضافة نتيجة الاندماج الصناعي	775822	399363	167750	706121	2049056

النتائج المحتملة للاندماج الصناعي بالنسبة للفصل 21 المحضرات الغذائية المتنوعة

الوحدة: ألف دولار أمريكي

مصر	الأردن	تونس	المغرب	مجموع اغادير	
215170	101761	29613	64524		صادرات الفصل 21 سنة 2013
473374	223874,2	65148,63	141952,8		(*) صادرات فصل 21 سنة 2022
1,5	1	1,9	3,7		(**) المضاعف للنمو المحتمل لحصص الاسواق
693155	223874	123782,34	525225,36		الصادرات المحتملة لسنة 2022
219781	0	58633,71	383272,56	661688	قيمة الصادرات المضافة نتيجة الاندماج الصناعي

وبذلك تكون نتيجة الاندماج الصناعي بين دول أغادير في قطاع الخضر والفواكه ومحضراتها مفصلة بالجدول التالي

الوحدة: ألف دولار أمريكي

نتائج الامدماج الصناعي على صادرات الفصل 20	2049056
نتائج الاندماج الصناعي على صادرات الفصل 21	661688
مجمل النتائج على الصادرات	2710744
نتائج التكامل على الاستثمار	1355372

تم الأخذ بعين الاعتبار لحساب هذه المؤشرات :

(*) تنامي الصادرات لسنة 2022 باعتبار نسبة نمو سنوية تساوي تلك لمعدلات الفترة 2009-2013

(**) النمو المحتمل لحصص الاسواق بنفس مستوى تركيا: وذلك بمقارنة مستوى التخصص في سلسلة القيمة لتركيا على مستوى التخصص في سلسلة القيمة لكل بلد من بلدان أغادير

(***) الصادرات المحتملة 2022 متأتية من تحقيق بلدان أغادير نفس مستوى التخصص لتركيا

كما تم اعتبار أن كل دولارا يستثمر في قطاع الصناعات الغذائية ينتج عنه في المعدل دولارين من التصدير، وذلك بالاعتماد على بطاقات المشاريع التي توفرها البوابة الالكترونية لوكالة النهوض بالصناعة والتجديد بتونس.

4.2.3 برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية

ولتحقيق ذلك نقترح الخطة التنفيذية التالية:

- أحداث لجنة استشارية لاطلاق الاتحاد الجمركي في إطار لجنة التنسيق لقطاع الصناعات الغذائية لبلدان أغادير
- انجاز دراسة لموامة الرسوم الجمركية واللوائح وقوانين التجارة الخارجية والمراقبة الفنية عند الاستيراد والتصدير بين بلدان أغادير
- وضع برنامج مساعدة فنية لإحداث الاتحاد الجمركي الذي يشمل برنامج نقل التكنولوجيا وبرنامج إحداث منتجات جديدة
- تنفيذ برنامج لنقل التكنولوجيا والشراكة والبحوث والتنمية والتدريب
- تنظيم برنامج بمدينة بروكسيل لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية
- تنظيم منتدى في كل دولة من دول أغادير لتطوير الاستثمارات المشتركة

و في هذا الإطار يقترح انجاز "برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية" يتم تمويله من الاتحاد الأوروبي بناء على ما يوفره هذا البرنامج لبلدان أغادير من موامة نظم مراقبة الجودة وإجراءات التجارة الخارجية مع تلك المعمول بها بالاتحاد الأوروبي وتحقيق الاندماج الصناعي، مما من شأنه أن يطور التبادل مع البلدان الأوروبية ويكون لبنة في بناء الفضاء الاورومتوسطي، خاصة إذا قدمنا البرنامج على أنه برنامج ريادي لإنشاء الاتحاد الجمركي بين بلدان أغادير والذي قد يربط في مرحلة ثانية هذه البلدان مع الاتحاد الأوروبي في مجال الصناعات الغذائية على منوال ما يحدث مع تركيا.

صياغة وتنفيذ برنامج ممول من الاتحاد الأوروبي يهدف إلى تطوير التكامل الاقتصادي والاستثمار بين بلدان أغادير من جهة ومع الاتحاد الأوروبي من جهة ثانية في قطاع الصناعات الغذائية.

ويستهدف هذا البرنامج بالدرجة الأولى وخلال مدة ثلاثة سنوات، المنتجات التي أساسها الخضر والفاكهة. وعلى ضوء النتائج التي سيتم تحقيقها، يتم توسيع هذا البرنامج على المحضرات الغذائية التي أساسها منتجات الصيد البحري ولحوم الدواجن.

أهداف البرنامج :

- ✓ تطوير الاستثمار والتكامل الاقتصادي بين دول أغادير ومع الاتحاد الأوروبي في قطاع الصناعات الغذائية عبر استهداف في مرحلة أولى المنتجات التي أساسها الخضر والفواكه.
- ✓ تطوير الشراكة والشبكة بين المنظمات المهنية والمراكز الفنية ومراكز التدريب التي تعنى بقطاع الصناعات الغذائية في بلدان أغادير مع نظرائهم بالاتحاد الأوروبي.
- ✓ تطوير نقل التكنولوجيا

أنشطة البرنامج :

1. تطوير برنامج لموائمة الإجراءات والقوانين المتعلقة بالتجارة الخارجية والمراقبة الفنية للمنتجات التي أساسها الخضر والفواكه لبلدان أغادير مع تلك المعمول بها بالاتحاد الأوروبي.
وللغرض سيتم تنفيذ المهام التالية :
 - 1.1 انتداب خبير في مجال القوانين الأوروبية الذي سيساند لجنة الخبراء لبلدان أغادير المكلفة بقوانين التجارة الخارجية، من أجل موائمة الإجراءات والقوانين المتعلقة بالتجارة الخارجية والرسوم الجمركية للمنتجات التي أساسها الخضر والفواكه مع تلك المعمول بها بالاتحاد الأوروبي.
 - 2.1 انتداب خبير في نظام مراقبة الجودة للخضر والفواكه الذي سيساند لجنة الخبراء لبلدان أغادير في مجال الجودة وموائمة الإجراءات والقوانين لمراقبة الجودة عند الحدود للمنتجات التي أساسها الخضر والفواكه مع تلك المعمول بها بالاتحاد الأوروبي.
2. دراسة جدوى إقامة الاتحاد الجمركي للخضر والفواكه
3. تطوير برنامج شراكة يهدف إلى تنمية الاستثمار والصادرات بين بلدان أغادير من جهة وبلدان أغادير والاتحاد الأوروبي من جهة أخرى.

وللغرض سيتم تنفيذ المهام التالية :

- 1.2 انجاز برنامج ترويجي ذو صبغة جماعية بأربع دول أوروبية لقطاع الصناعات الغذائية Road Show
 - 2.2 انجاز برنامج لتطوير الاستثمارات البينية بدول أغادير والاستثمارات مع الاتحاد الأوروبي : وقد تم اختيار بروكسال في ما يخص الندوة المتعلقة بالاستثمار لقرتها من المؤسسات المالية التي تعني بالاستثمار و بمفوضية الإتحاد و الأوروبي أما الندوات التي ستقام في كل عن بلدان أغادير فهي إقليمية تضم ممثلين عن كل بلد و كل المستثمرين المستهدفين في تطوير مشاريع التكامل و الاندماج الصناعي.
 4. تطوير برنامج لنقل التكنولوجيا يهدف إلى:
 - إحداث نظام اليقظة التكنولوجية يمكن من تحديد التكنولوجيا الجديدة والمنتجات الجديدة المتطورة في القطاع.
- وللغرض سيتم تنفيذ المهام التالية :

- انتداب خبير في اليقظة التكنولوجية في قطاع الصناعات الغذائية الذي سيساعد في إحداث مرصد للتكنولوجيات الجديدة وتطوير منتجات جديدة، وضع دليل للمواقع الالكترونية الأوروبية المتخصصة ونظام البحث عن المعلومات المتصلة بها.
- انتداب خبير في تكنولوجيا المعلومات لإدماج المرصد بالموقع الالكتروني للوحدة الفنية لاتفاقية أغادير مما سيتم من توزيع المعلومات المتعلقة بالابتكارات لدى الفاعلين الاقتصاديين لبلدان أغادير.
- انتداب خبير لمدة ثلاثة سنوات لإدارة المرصد
- تطوير البحوث في مجال بذور البطاطس والخضر والفواكه الأخرى. وللغرض سيتم تنفيذ المهام التالية :
- انتداب خبير في مجال البحوث لتطوير البذور قصد انجاز دراسة جدوى للمشاريع المندمجة للبذور وتحديد الخبرة اللازمة لوضع برنامج للأنشطة التدريبية في مجال البذور.
- انتداب خبراء في التدريب والبحوث متخصصة حسب المنتج لتطوير المشاريع المعتمدة في البذور.
- تطوير جانب التدريب المتعلق بخلق المنتجات الجديدة التي تمكن من التوسع في سلسلة القيمة. وللغرض سيتم تنفيذ المهام التالية :
- انتداب خبراء في التدريب لتمكين التطوير في المنتجات الجديدة وإحداث مشاريع جديدة
- انتداب خبراء في دراسات الجدوى لإحداث مشاريع جديدة ومبتكرة لمنتجات جديدة.

وتكون ميزانية البرنامج كالاتي:

الانشطة	عدد أيام الخبرة	يوم الخبرة باليورو	اجمالي ايام الخبرة باليورو
تطوير برنامج لموائمة الإجراءات والقوانين			
انتداب خبير في مجال القوانين الأوروبية	50	1000	50000
انتداب خبير في نظام مراقبة الجودة للخضر والفواكه	50	1000	50000
تغطية مصاريف الخبراء لاغادير	200	400	80000
دراسة الجدوى للاتحاد الجمركي	90	1000	90000
تطوير برنامج الشراكة			
انجاز برنامج ترويجي ذو صبغة جماعية Road Show(*)			600000
انجاز برنامج لتطوير الاستثمارات (**)			330000
تطوير برنامج لنقل التكنولوجيا			
إحداث نظام اليقظة التكنولوجية	100	1000	100000
انتداب خبير في تكنولوجيا المعلومات	100	500	50000
انتداب خبير لمدة ثلاثة سنوات لإدارة المرصد	680	250	170000

تطوير البحوث في مجال بذور البطاطس والخضر والفواكه الأخرى			
انتداب خبير في مجال البحوث لتطوير البذور	50	1000	50000
انتداب خبراء في التدريب والبحوث لتطوير المشاريع في البذور	100	1000	100000
تطوير جانب التدريب المتعلق بخلق المنتجات الجديدة			
انتداب خبراء في التدريب لتمكين التطوير في المنتجات الجديدة وإحداث مشاريع جديدة	110	1000	110000
انتداب خبراء في دراسات الجدوى لإحداث مشاريع جديدة ومبتكرة لمنتجات جديدة	400	1000	400000
المجموع	2180000		

❖ ملاحظة (*): فيما يخص البرنامج الترويجي لقطاع الصناعات الغذائية وباعتبار ما يكتسبه من أهمية لتحقيق التكامل بين بلدان أغادير للتصدير للاتحاد الأوروبي، تم إدراجه في هذا البرنامج رغم أنها أنشطة ترويجية تم تفسيرها باطناب في الجزء السابق.

❖ ملاحظة (**): انجاز برنامج لتطوير الاستثمارات
تفصيل ميزانية تنظيم برنامج بمدينة بروكسيل لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية لقطاع الصناعات الغذائية موضوع هذه الدراسة. 90000 يورو

الانشطة	الميزانية
كلفة كراء الفندق	5000
كلفة الدعاية للملتقى	5000
انتداب مكتب خبرة للتنظيم	10000
تكلفة السفر والإقامة لأعضاء الوفد	60000
الكلفة اللوجستية	10000

تفصيل ميزانية تنظيم منتدى في كل دولة من دول أغادير لتطوير الاستثمارات المشتركة. الميزانية لكل تظاهرة 60000 يورو

الانشطة	الميزانية
تكلفة السفر والإقامة لأعضاء الوفد	45000
الكلفة اللوجستية وكراء مكان التظاهرة	15000

المحور: تطوير الاندماج الصناعي والاستثمار	
الأهداف	تسهيل انسياب السلع وحرية حركة البضائع بين بلدان الاتفاقية في مجال الخضار والفواكه ومحضراتها بهدف تطوير الاندماج الصناعي والاستثمار
المشاكل الحرجة	عدم الاستغلال الكامل للقدرات الانتاجية عدم القدرة على التنويع في المنتجات الغذائية ضعف سلسلة القيمة ضعف التبادل التجاري البيني
الأنشطة	أحداث لجنة استشارية لبعث الاتحاد الجمركي انجازدراسةلمواعمةالرسومالجمركيةواللوائح وضعبرنامج مساعدة فنية لاحداث الاتحاد الجمركي الذي يشمل برنامج نقل التكنولوجيا وبرنامج احداث منتجات جديدة تنفيذ برنامج لنقل التكنولوجيا والشراكة والبحوث والتنمية والتدريب تنظيم برنامج بمدينة بروكسيل لاستقطاب الاستثمارات الاجنبية تنظيمأربعةمنتدياتفيكلدولة مندولأغاديرلتطويرالاستثماراتالمشتركة
النتائج المرتقبة	تطوير الاستثمار البيني جلب الاستثمار الاجنبي وتطوير الصادرات نحو الاتحاد الاوروبي والتجارة البينية
مؤشرات النجاح	حصص الصادرات في الأسواق الاوروبية، نسبة ازدياد التجارة البينية، نسبة ازدياد الاستثمار، الاقترب من المؤشرات التركيبية على مستوى سلسلة القيمة وحصص السوق

3.3 المحور الثالث: تطوير الجودة وتهيئة بيئة جودة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة

لقد تبين من خلال التشخيص لوضع التبادل التجاري بين بلدان أغادير أن من بين العوائق لتطوير التبادل في مجال المنتجات الغذائية مسألة اختلاف المواصفات المطبقة في كل بلد وتعدد اجراءات المراقبة عند التوريد بهذه البلدان والعوائق غير الجمركية التي تلاقيها منتجات المنطقة عند تصديرها نحو السوق الأوروبية وقصد الحد من هذه الإشكاليات وفي إطار السعي إلى توحيد تشريعات التجارة الخارجية ومراقبة الجودة عند الاستيراد والتصدير والاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة يقترح :

1.3.3 تطوير الجودة

تطوير آليات وإجراءات مراقبة جودة المنتجات عند التصدير

- ❖ اعتماد مبدأ التصديق على نظم المراقبة من طرف اللجنة الأوروبية وفق مقتضيات المادة 7 من الترتيب الأوروبي عدد 2001/1148 المؤرخ في 12 جوان 2001 والمتعلق بمراقبة مطابقة مواصفات المطابقة في ترويج الغلال والخضر الطازجة، وقصد طلب تطبيق مقتضيات هذه المادة وجب على بلدان اتفاقية أغادير :
- اعتماد تراتيب ومواصفات مواعمة للتراتب والمواصفات الأوروبية في مراقبة المنتجات الموجهة للتصدير إلى السوق الأوروبية
- حصر التراتيب العامة التي تستوجب التعديل ودراستها وإقرار مبدأ تعديلها بما يتماشى مع متطلبات المواعمة مع التراتيب الأوروبية ومع متطلبات المصادقة من طرف اللجنة الأوروبية على نظام المراقبة.
- تعديل النصوص العامة والمتعلقة بالمراقبة عند التصدير أو المعتمدة لترويج المنتجات عموما مع تعديل النصوص الخاصة بالمنتجات المزمع تصديرها نحو السوق الأوروبية

عدد أيام الخبرة اللازمة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 20 يوم

- ❖ اعتماد مواصفات كودكس في تصدير المنتجات نحو بلدان أغادير مع اعتماد نظام الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة وذلك بإعداد وتفعيل اتفاقيات اعتراف متبادل متعددة الأطراف بشهادات المطابقة لقائمة أولية محددة من المنتجات الأكثر تبادلا بين بلدان المنضوية تحت اتفاقية أغادير مع وضع آليات لتطوير الاتفاقيات ومراجعتها.

ويقترح في هذا المجال أن لا تعتمد مراقبة جودة المنتجات في إطار هذه الاتفاقيات على المراقبة المباشرة لكل دفعة انتاج برفع عينات منها للتحليل بالمختبرات، واعتماد نظام مراقبة متطور يركز أساسا على المصادقة القبلية على نظام المراقبة ونظم الجودة المعتمدة من قبل المؤسسات المنتجة من جهة والمصادقة على نظام المراقبة المعتمد من قبل السلطات المختصة في كل بلد من جهة أخرى.

ويترتب على المقترح 1 و 2 عدة تعديلات على المستوى المؤسسي والتنظيمي والقانوني لأنظمة رقابة جودة المنتجات.

عدد أيام الخبرة اللازمة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 50 يوم

❖ مساندة مخبريين للصناعات الغذائية في كل بلد للحصول على شهاد الاعتماد للتحاليل المتعلقة ببقايا المبيدات والملوثات (سموم الفطريات والمعادن الثقيلة)

عدد أيام الخبرة اللازمة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 40 يوم

تطوير أنظمة الجودة بالمؤسسات الخاصة

رغم تطور أنظمة الجودة بكل بلدان المنطقة وخاصة بالمؤسسات المصدرة نحو أوروبا وخاصة تمكن عدد هام من المنتجين الصناعيين من ارساء نظام التصرف في سلامة الأغذية وفق ISO22000 ، إلا أن تنوع المواصفات الخاصة من منطقة إلى أخرى في العالم ونسق التغيرات المسجلة في هذه المواصفات يجعل من مسايرتها في بلداننا مهمة متواصلة ويجعل تظافر مجهودات الهياكل العمومية والمؤسسات الخاصة في هذا المجال أمرا مفروضا ليحافظ الصناعيين والمصدرين على قدرتهم التنافسية، لذا يقترح :

❖ مساندة المؤسسات ببلدان اتفاقية أغادير لإرساء نظم التصرف في سلامة الأغذية وفق عدد من المواصفات العالمية الخاصة تركز أساسا على نظام التحكم في النقاط الحرجة هاسب واقتفاء الأثر نذكر خاصة ISO22000، IFS، BRC، GMP و Global Gap وذلك وفق برنامج العمل التالي لكل بلد :

نشاط المؤسسة	المواصفة	عدد المؤسسات
منتجات التغذية الخاصة	GMP	03
الخضر والغلل الطازجة	Global Gap	05
الخضر والغلل المحولة	IFS/ISO22000	02
الخضر والغلل المحولة	BRC/ISO22000	03

عدد أيام الخبرة اللازمة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 360 يوم

2.3.3 وضع برنامج للبحث والتنمية واحداث منتجات جديدة

تحسين طرق تخزين الخضر والغلل باستعمال التبريد أو التجميد :

- بالنظر لما يميز مرحلة ما بعد الجني ببلدان اتفاقية أغادير، حيث تشير بعض التقديرات إلى أن نسبة الفاقد ما بعد الحصاد (الفاقد الزراعي) تصل إلى 30% من إجمالي إنتاج الخضر ونسبة 20% بالنسبة للفواكه وذلك لعدم كفاية طاقة التبريد والتخزين أو عدم التحكم في تقنيات ووسائل التخزين والتبريد والتجميد وفي هذا الإطار يقترح :

- مساندة تقنية لـ 10 مؤسسات عاملة في هذا القطاع بإنجاز تشخيص تكنولوجي للطرق والمعدات المستعملة في الخزن والتبريد والتجميد قصد تقييمها واقتراح خطط عمل لتأهيلها ومساندة المؤسسات في إنجازها.
 - تدريب 5 مستشارين من كل بلد ينتمون إلى القطاع العام للمساندة التقنية في مجال التشخيص التكنولوجي وتأهيل مراكز التبريد والتصرف فيها. (يتم التكوين التطبيقي في إطار التشخيص المنجز في المؤسسات التي ستتمتع بالمساندة التقنية)
- عدد أيام الخبرة اللازمة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 50 يوم

الرفع من القيمة وتطوير وتجديد في المنتجات الغذائية المصدرة

- ❖ بالنظر لما يميز مرحلة ما بعد الجني ببلدان اتفاقية أغادير، حيث تشير بعض التقديرات إلى أن نسبة الفاقد ما بعد الحصاد (الفاقد الزراعي) تصل إلى 30% من إجمالي إنتاج الخضار ونسبة 20% بالنسبة للفواكه وذلك لعدم كفاية طاقة التبريد والتخزين أو عدم التحكم في تقنيات ووسائل التخزين والتبريد والتجميد وفي هذا الإطار يقترح :
- ❖ مساندة تقنية لـ 10 مؤسسات عاملة في هذا القطاع بإنجاز تشخيص تكنولوجي للطرق والمعدات المستعملة في الخزن والتبريد والتجميد قصد تقييمها واقتراح خطط عمل لتأهيلها ومساندة المؤسسات في إنجازها.
- ❖ تدريب 5 مستشارين من كل بلد ينتمون إلى القطاع العام للمساندة التقنية في مجال التشخيص التكنولوجي وتأهيل مراكز التبريد والتصرف فيها. (يتم التكوين التطبيقي في إطار التشخيص المنجز في المؤسسات التي ستتمتع بالمساندة التقنية)
- ❖ مساندة الهياكل المعنية بالمساندة التقنية في مجال الصناعات الغذائية لبعث مشاريع بحثية تطبيقية خاصة في تحويل المنتجات بخمسة منتجات استراتيجية لكل بلد، تهدف إلى التجديد والتطوير من أجل الترفيع في القيمة المضافة للمنتجات المصدرة.

عدد أيام الخبرة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 100 يوم

- ❖ تدريب 5 مستشارين من هياكل المساندة للقطاع العام في كل بلد على تقنيات وآليات تشخيص حاجيات المؤسسات في قطاع الصناعات الغذائية ومن أبحاث تطبيقية تخول من تثمين المنتجات الغير محولة المنتجات المحولة تحويل أولي، وبلورة مواضيع بحثية تطبيقية بالشراكة مع المؤسسات المنتجة ومراكز البحث الجامعي بالداخل والخارج.

عدد أيام الخبرة لإنجاز المساندة الفنية لكل بلد : 20 يوم

العدد الاجمالي لكل بلد من أيام الخبرة : 260 يوم خبرة

ميزانية المحور الثالث: تطوير الجودة وتهيئة بيئة جودة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة

العدد الاجمالي لكل بلد من أيام الخبرة : 490 يوم خبرة

المجموع (باليورو)	تكلفة اليوم خبرة (باليورو)	مجموع أيام خبرة	عدد أيام خبرة بالنسبة لكل بلد من دول الاتفاقية	
980.000	500	1960	490	الجودة
520.000	500	1040	260	تطوير المنتجات الجديدة
1.500.000				المجموع (باليورو)

المحور : تطوير الجودة وتهيئة بيئة جودة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة	
الأهداف	مواءمة متطلبات السوق الأوروبية تحسين جودة المنتجات تهيئة بيئة مواتية للبحث وتطوير المنتجات الجديدة
المشاكل الحرجة	ضعف المواءمة بين بلدان أغادير والاتحاد الأوروبي على مستوى الجودة الفروق في أنظمة الجودة المعتمدة من طرف بلدان أغادير مما يعطل التجارة البينية عدم الاعتراف المتبادل لشهادات المطابقة
الأنشطة	مواءمة أنظمة الجودة مع تلك الموجودة بالاتحاد الأوروبي تطوير أنظمة الجودة بشركات الصناعات الغذائية التحسين من جاهزية الشركات على مستوى البنية التحتية للجودة للقيام بالبحث وتطوير منتجات جديدة
النتائج المرتقبة	المواءمة مع متطلبات السوق الأوروبية على مستوى الجودة ودفع التجارة البينية
مؤشرات النجاح	ازدياد صادرات بلدان أغادير نحو الاتحاد الأوروبي والتجارة البينية تسهيل في انطلاق برنامج المعونة الفنية لتتبع المنتجات

4.3 المحور الرابع: التعاون مع البرامج الوطنية لتأهيل قطاع الصناعات الغذائية

كل بلدان أغادير لديها برامج لتأهيل الصناعة والتي شملت قطاع الصناعات الغذائية، ويتم من خلالها توفير المساعدات الفنية لتطوير القدرة التنافسية لمنتجات الوطنية بالأسواق العالمية. وإن الجهات المانحة للبرامج الإقليمية تشترط من جهة توجه الدعم بالأساس نحو أنشطة التعاون بين هذه البلدان المستفيدة وضرورة التنسيق مع البرامج الوطنية لتفادي التكرار والتداخل بين المسؤوليات السيادية والعمل الإقليمي. وعلى هذا الأساس فإن المقترحات التي تخص تأهيل (تحديث) قطاع الصناعات الغذائية بكل بلد من بلدان أغادير يتم ضمن إطار البرامج الوطنية في حين أننا اقتصرنا في وضع برنامج المساندة الذي ستشرف عليه اتفاقية أغادير على الأنشطة التي تدفع نحو تطوير المبادلات التجارية والتكامل الصناعي موضوع هذه الدراسة.

ولتعميم الاستفادة من البرامج الوطنية وإبراز حرصنا على تنسيق بين هذه البرامج وخطة عمل أغادير لتطوير التبادل التجاري والتكامل في قطاع الصناعات الغذائية نقترح إحداث لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية التي ستعنى من ضمن مهامها إنجاز ومتابعة مختلف التوصيات المنبثقة عن خطة العمل المقترحة.

وعلى المستوى المحلي يمكن إحداث لجنة فرعية باتصال مع لجنة تنسيق الصناعات الغذائية تحت إشراف وزارة الصناعة ووزارة التجارة وممثلي القطاع الخاص وعند الاقتضاء الجهات المعنية بالموضوع، تكون مهمتها التنسيق بين البرامج الإقليمية والوطنية، وتوجيه بعض احتياجات خطة عمل أغادير نحو ما توفره البرامج الوطنية لانجاز بعض برامج تأهيل الصناعة والنفوذ إلى الأسواق وتحسين الجودة.

ومن بين الأنشطة التي يجب توجيهها نحو البرامج الوطنية نخص بالذكر:

- التدريب وبرنامج دعم القدرات البشرية:
 - إعادة النظر في القدرات البشرية وتشخيص حاجياتها من حيث التدريب
 - تدريب المدربين
 - تطوير المهارات لخلق المنتجات الجديدة واستعمال التكنولوجيا الحديثة
 - نقل التكنولوجيا عبر برامج تعاون مع المراكز الفنية ومؤسسات التدريب الأوروبية
 - انتداب خبراء أجانب يقومون بالتدريب الميداني والإرشاد Coaching
- الاستراتيجيات التجارية والتخطيط
- التشخيص الاستراتيجي وتعزيز المخططات
- مخططات العمل
- نظم الإنتاج والتي تتعلق:
 - المقارنة التكنولوجية
 - تسهيل طرق الإنتاج
 - نظام دعم الإنتاجية
 - مخططات الإنتاج والمراقبة
 - المواصفات الكلية للإنتاج

- نظام التصرف في الجودة
- التصرف في سلسلة الإمداد
- التصرف والائتمان الذي يشمل:
 - نظام حساب التكلفة
 - النظم الإدارية للمعلومات
 - التخطيط المالي وإعداد الميزانية
 - إجراءات التقييم المالي
 - تحليل السيولة
- الدعم المالي والذي يغطي
 - دعم رأس المال المشارك
 - صناديق دعم الاستثمار
 - الائتمان
 - التوجيه المالي
 - تمويل راس المال العامل عبر القروض الموسمية
- مساندة التصدير من خلال:
 - إسناد منح على كلفة النقل
 - إسناد منح للمشاركة في المعارض بالخارج
 - إسناد منح لإعداد المواد الترويجية
 - إسناد منح لدراسة واستكشاف الأسواق الخارجية
 - إسناد منح لفتح مكاتب وفروع في الأسواق الخارجية
 - إسناد منح للمشاركة القطاعية الجماعية في الفعاليات التجارية بالخارج
- مساندة الجودة عبر:
 - تمويل أحداث المختبرات
 - ارساء أنظمة الجودة

5.3 المحور الخامس: تحسين بيئة الأعمال

أدت برامج السياسات الاقتصادية المعتمدة ببلدان أغادير خلال السنوات الأخيرة الى تحسين بيئة الأعمال، ورغم تراجع مراتب بلدان الاتفاقية في سنة 2015 حسب تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي، نلاحظ القرب التدريجي في بعض المجالات من أفضل الممارسات لبلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD). ومن أهم المحاور التي ينبغي على دول أغادير العمل على تطويره هو محور التجارة عبر الحدود كما تم إبرازه في الفصل المتعلق بتيسير التجارة وخلق المحطة الواحدة حسب المعايير الدولية والتي من شأنها أن تقلص من التكلفة وسرعة التخليص خاصة بالنسبة في قطاع الصناعات الغذائية مجال الدراسة الحالية. كما يعتبر محور التجارة عبر الحدود من أهم المؤشرات لجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة والتي يعتمد المستثمرون الأجانب للتوجه نحو البلدان.

كما أن لبلدان أغادير الأطر القانونية لتطوير الاستثمار المحلي وجلب الاستثمار الأجنبي، والتي تم إرساءها منذ مدة لا تقل عن العشرين سنة، ورغم أن هذه الأطر قد تم تنقيحها في عديد من المرات إلا أنها لا زالت تعتمد جاذبية الاستثمار على أساس متدني كلفة العمالة (Labor lowcost)، في حين أن بلدان المنافسة قد طورت صور أخرى لجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة خارج نطاق متدني اليد العاملة، ونذكر من أهمها العمالة الماهرة والمدرية، تواجد مراكز التدريب في جميع الجهات في القطاعات المرغوبة، ومراكز للبحوث والتنمية.

وهناك توجه ببلدان أغادير يستوجب تدعيمه يتمثل في الأولوية القطاعية والذي يجب أن يتضمنه أي تعديل في قوانين الاستثمار، وفي حالتنا هذه، نوصي بإبلاء العناية اللازمة لقطاع الصناعات الغذائية بهدف دفع الاستثمار المحلي في القطاع وجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

وقد تفاوتت مراتب بلدان أغادير من حيث المؤشرات المعتمدة من طرف البنك الدولي في تقريره حول ممارسة الأعمال، فيمكن اعتماد أفضل الممارسات ببلدان أغادير والتي برزت فيها البلدان الأعضاء على أثر انتهاج سياسات مكنت من تحسين بيئة الأعمال في المجالات موضوع تقرير البنك العالمي.

اذ أظهر التقرير أن المغرب قد تحسن في مجالي ممارسة الأعمال والتجارة عبر الحدود، وبرزت مصر في مجال الحصول على الائتمان، والأردن في مجال استخراج تراخيص البناء وتونس في مجال الحصول على الكهرباء، لكن تبقى بلدان أغادير بعيدة عن أفضل الممارسات العالمية والتي تعتبر الهدف المثالي لتطوير بيئة الأعمال في دول الاتفاقية.

هذا وسيعهد للجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية المقترح إحداثها النظر في أفضل الممارسات في العالم وفي بلدان أغادير من حيث تطوير بيئة الأعمال والتي لها تأثير مباشر على قطاع الصناعات الغذائية وتقديمها إلى البلدان الأعضاء لمساعدتها على تحسين الظروف الملائمة لتطوير القطاع.

❖ أحداث المحطة الواحدة:

وفي هذا الإطار وباعتبار أن كل بلدان اتفاقية أغادير قد طورت البنية التحتية للاستثمار عبر المناطق الصناعية والمناطق الحرة، فمن الضروري الاهتمام أكثر بالجانب المتعلق بالحصول على الكهرباء والحصول على رخص البناء وتسهيل التجارة عبر الحدود للتخفيض من كلفة الاستثمار والتصدير، والتي تعتبر مؤشرات هامة بالنسبة للإعمال وذلك مقارنة بأفضل الممارسات في العالم مثل كوريا الجنوبية وسنغافورة التي اعتمدت نظام المحطة الواحدة بكل منطقة صناعية لخدمات المستثمرين والمصدرين في المجالات المذكورة لفائدة الشركات وتغطي هذه المحطة الواحدة جميع المراحل اللازمة لتحقيق الخدمة عن طريق توفير المعلومات والخبرات الضرورية والشركات الفنية المعتمدة.

❖ الإقطاب التكنولوجية:

في إطار المقارنة مع بلدان المنافسة مثل تركيا، يمكن القول بأن من الميزات التنافسية للمنتجات التركية هو تطورها لمركز أزمير للصناعات الغذائية يتضمن المنشآت الصناعية والبحوث والتنمية والتدريب، لذلك نعتبر أن الأقطاب التكنولوجية للصناعات الغذائية التي لا زالت في بدايتها في البلدان أغادير يمكن أن تلعب دورا محوريا في تطوير القطاع.

نوصي في هذا الإطار بعقد اتفاقية شراكة بين المشاريع الثلاثة المتواجدة حاليا في المغرب وتونس ومصر (القطب التكنولوجي (تكنوبوليس) مكناس تافيلالت بالمغرب، القطب التكنولوجي للصناعات الغذائية ببنزرت بتونس، مشروع Megafarm بسياء بمصر) لتبادل التجارب والخبرات وإحداث أقطاب جديدة.

❖ دعم القروض الموسمية عبر المصارف الزراعية والنظام المصرفي

❖ إحداث صناديق لمجابهة الكوارث الطبيعية على غرار ما هو معمول به بالاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية. وهذا الصناديق موجهة للشركات التي تتعاقد مع المزارعين أو المزارعين أنفسهم الذين تتعرض محاصيلهم للكوارث الطبيعية (الحرائق، الفيضانات، الأمراض النباتية، الجفاف).

6.3 المحور السادس: تحسين لوجيستية النقل

تنفيذ توصيات دراسة الحد من تكاليف النقل

أبرزت المرحلة الأولى من الدراسة أن أهم المشاكل التي تواجه التجارة بين دول أغادير هي عدم الانتظام والمدة العالية التي يستغرقها النقل بين هذه الدول والذي يؤدي إلى إعاقة ضمان سرعة تسليم السلع في الوقت المحدد للشركات الأمر الذي يقلص من تنافسية المنتجات خاصة الغذائية منها في الأسواق العالمية، وقد أدى ذلك إلى ارتفاع تكلفة النقل مقارنة بالمنافسين وعدم استفادة تلك الشركات من ميزة قربها لبعضها ومن الاتحاد الأوروبي.

وقد مكنت الدراسة الإقليمية حول تخفيض تكاليف النقل للشركات التي تطبق تراكم المنشأ بين بلدان اتفاقية أغادير إلى صياغة التوصيات التالية:

- إحداث مؤسسة بمساهمة مشتركة بين الدولة التونسية والمصرية و المغربية والقطاع الخاص تعنى بإدارة خط النقل البحري تقوم بالربط بين الإسكندرية وجرجيس ومرسيليا وبالعكس وذلك على غرار شركة الجسر العربي .
- كما ويستحسن مساعدة شركة الجسر العربي في بعث المؤسسة المذكورة بغاية استفادة هذه الأخيرة من تجربة الأولى في مجال النقل البحري بين البلدان العربية وكذلك تنمية النقل بين الأردن وأوروبا وبلدان أغادير عبر هذا الخط.
- الفرضية الأولى :تقوم المؤسسة باقتناء باخرة درجة تجهزه ببوابة لشحن الحاويات وإنزالها من السفينة وكذلك حاملة للحاويات بقيمة 38.5 مليون دولار أمريكي، ومن شأن هذا الخيار أن يمكن من تأمين 3 رحلات في الأسبوعين،
- الفرضية الثانية :تقوم المؤسسة باقتناء باخرتي درجة تجهزتين ببوابة لشحن الحاويات وإنزالها من السفينة وكذلك حاملتين للحاويات بقيمة 77 مليون دولار أمريكي، ومن شأن هذا الخيار أن يمكن من تأمين 3 رحلات أسبوعية، والجدير بالملاحظة أن هذا الخيار معقول حيث أثبتت الدراسة أن الطلب يفوق 7 بواخر في الأسبوع
- أما باخرة الدرجة التي ستؤمن خط السخنة (الأديبة) العبة فيقترح أن تقوم شركة الجسر العربي باقتنائها، وكذلك الحال بالنسبة لخط طنجة-مرسيليا فيقترح تأمينه عن طريق ما هو موجود حالياً وتعزيزه في المستقبل باقتناء باخرة درجة تأمين خط طنجة-مرسيليا.
- غيرأنه باعتبار ارتفاع حجم الاستثمار يستحسن اعتماد تجنب المخاطرة وذلك باعتماد الفرضية الأولى كمرحلة أولى قبل اقتناء تجهيزات أخرى لاحقاً على ضوء النتائج المنتظرة
- وفي هذه الحالة سيبلغ رأسمال المؤسسة 13 مليون دولار أمريكي، أما البقية فيمكن تمويلها عن طريق قرض يوفره البنك الأوروبي للتنمية، والذي يمنح قروض بنسبة فائدة ميسرة بنسبة 5% لاقتناء بواخر بهدف تحقيق تنمية التبادل التجاري الأورومتوسطي، وفي حالة اقتناء البواخر حسب دراسة جدوى الخطوط المقترحة ،سيتم بتمويل من البنك الأوروبي للبناء والتنمية في حدود 70% من كلفة البواخر ورأس المال العامل وبنسبة فائدة 5%.

ولتحقيق ذلك هنالك يفترض تنفيذ الإجراءات التالية:

- ضرورة العمل في تناسق تام بين وسائط النقل من شحن وتفرغ وتحميل ونقل بحري و بري وإنتاجية عالية.

- توفير إمكانية تخليص البضاعة المستوردة و المصدرة في مخزن المصدر والمورد في الأردن ومصر.
- توحيد وتسهيل إجراءات التجارة الخارجية بين بلدان أغادير.
- تفعيل الاتفاقيات الضرورية بين دول أغادير وذلك لتحقيق:
- حرية الانتقال الفعلي للسائقين و المقطورات و الحاويات بين دول الاتفاقية.
- تذليل المعوقات الإدارية والإجرائية لتسهيل الحصول على تأشيرات دخول للسائقين.
- توحيد المواصفات الخاصة بالشاحنات بين دول أغادير و تطبيق الأنظمة المتعلقة بالسلامة
- السعي الى توحيد وثيقة النقل متعدد الوسائط بين دول اتفاقية أغادير
- توحيد الإجراءات والقوانين لتنظيم النقل بالمقطورات بين دول أغادير. (و نظرا لصعوبة تحقيق توحيد المواصفات والإجراءات والقوانين على المستوى القريب فان الدراسة اعتمدت سيناريو بديل لشحن المقطورات عن طريق الدرجة من الإسكندرية الى جرجيس و ذلك باقتناء باخرة حاملة للحاويات تقوم بشحن البضاعة عن طريق الحاويات و تحويلهم إلى المقطورات بجرجيس لكي يشحنوا بالدرجة إلى مرسيليا و يمكن هذا الحل الوسط من تخفيض كلفة و مدة النقل مقارنة بما هو موجود حاليا دون اللجوء إلى تفعيل نظام بوليصة الشحن الموحدة المعتمدة و توحيد الإجراءات والقوانين. غير ان هذا السيناريو لا يمكن من تحقيق النقل إلى أوروبا من الباب إلى الباب في أجل لا يتجاوز الأسبوع مثل ما هو الحال عند النقل عن طريق الدرجة)
- تبني المواصفات والمعايير الدولية التي تنظم تبادل الحاويات.
- خلق شبكة تعاون تربط وسطاء النقل لبلدان أغادير.
- إرساء نظم متكاملة لتبادل المعلومات
- تشجيع قطاع النقل بالمقطورات والعمل على تنظيمية على غرار شركة الجسر العربي كمرحلة أولى والتفكير في خلق أسطول مستقل للشركة المقترحة كمرحلة ثانية لضمان إنتاجيتها.
- الدعوة لإنشاء مكاتب ارتباط في كل من بلدان اتفاقية أغادير من شأنها تنظيم التسويق للخطوط المقترحة وتوسيع شبكة وسطاء الشحن العاملين لفائدة تلك الخطوط.
- تظهر دراسة هذه التوصيات أنه من الممكن التخليص بشكل كبير من تكلفة ومدة النقل بين دول أغادير وبين الاتحاد الأوروبي والأردن ومصر، والاستفادة من ميزة القرب للتصدير إلى أوروبا في الوقت المناسب، مع عرض منتجات قابلة للتلف مثل الفواكه والخضار ومحضرات غذائية ذات كلفة وجودة خدمات مماثلة لتلك التي من تركيا.
- كما أن استعمال النقل المتعدد الوسائط وهو من توصيات الدراسة، يمكن كذلك من التخفيض من نسبة التلف والحفاظ على جودة المنتجات الطازجة والمبردة والمجمدة عبر ضمان النقل المبرد في وقت قصير ومن دون إعادة الشحن من مستودع المصدر إلى غاية مستودع المستورد. والذي يعتبر مكسبا كبيرا لتنفيذ البرنامج النموذجي لإنشاء السوق المشتركة للمنتجات الغذائية أساسها الخضار والفواكه والذي سيكون من عرض تنافسي من حيث الكلفة والجودة.

- إن مشروع إحداث خطوط نقل منتظمة لبلدان أغادير يمكن أن ينجز في إطار مشروع شراكة بين القطاعين العام والخاص ويتمويل من البنك الأوروبي للاستثمار الذي يمنح في إطار برنامج FEMIP قروض طويلة المدى وبمعدل فائدة بـ 5% كحد أقصى، ونسبة للتغطية 70% من كلفة الاستثمار بما فيها رأس المال العامل.
 - للتأهل لهذا الائتمان يجب إجراء دراسة لتحديد مستثمرين من القطاع الخاص ودراسة الجدوى لمشروع الشراكة بين القطاعين الخاص والعام ضمن البرنامج الأوروبي MED 5 P، الذي يمول تكاليف الدراسة ويساعد بلدان أغادير على إرساء الخطوط البحرية المقترحة بناءً على مشروع الشراكة بين القطاعين الخاص والعام PPP Public Private Partnership.
 - كما أن البرنامج الأوروبي (إعداد المشاريع في الشراكة بين القطاعين العام والخاص في بلدان جنوب وشرق المتوسط) MED 5P هو آلية استشارية لمساعدة السلطات في مصر والأردن والمغرب وتونس في إعداد دراسات الجدوى والإحاطة في المناقصات العمومية وتنفيذ البنية التحتية في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
 - إن المبالغ الموضوعة تحت تصرف برنامج MED 5P يمكن أن تمول الخدمات الاستشارية القانونية والتقنية وتمويل إعداد مشروع الشراكة بين القطاعين العام والخاص. كما يمكن لهذا البرنامج الأوروبي أن يتدخل في مختلف المراحل، في دراسة ما قبل الجدوى وعمليات في مرحلة متقدمة التي تتطلب المشورة بشأن الهيكلة والصفقات العمومية والتنفيذ، إلى جانب الدعم المالي لتمويل الخدمات الاستشارية، ويمكن أيضاً توفير الدعم الفني كجزء من MED 5P خلال الصفقات العمومية.
 - أن برنامج MED 5P هو مبادرة من الاتحاد الأوروبي وتقوده البنك الأوروبي للاستثمار بالتعاون مع المنظمات الأخرى الشريكة لهذه الآلية وهي الوكالة الفرنسية للتنمية البنك الأوروبي للأعمار والتنمية für Kreditanstalt und gruppe Banken Wiederaufbau والاتحاد من أجل المتوسط كمرقب.
 - في إطار التحديد ودراسة الجدوى لمشاريع الشراكة بين القطاعين العام والخاص يضع البنك الأوروبي للاستثمار مساعدات غير قابلة للاسترجاع لفائدة السلطات في مصر والمغرب وتونس والأردن وكذلك المساعدة الفنية بعنوان برنامج MED 5P.
 - كما يقترح مزيد التعامل والشراكة مع الشبكة الأوروبية المتوسطية للمحطات اللوجستية LOGISMED لجيسماد وهي مبادرة من البنك الأوروبي للاستثمار لتطوير قطاع اللوجستية بالبلدان المتوسطية الشريكة والتي تهتم بإحداث شبكة من المنصات اللوجستية المتوسطية ذات خصوصيات محددة تهدف إلى إرساء منطقة أوروبية شاملة للتبادل الحر ، وعلى مستوى بلدان أغادير فقد انضمت إلى هذه المبادرة كل من المغرب ومصر وتونس. ويتم تمويل هذه المبادرة عن طريق ذراع البنك الأوروبي وهو المرفق الأوروبية للاستثمار والشراكة Facility for Euro-Mediterranean Investment and Partnership FEMIP
- كما يقترح البناء على التجربة التونسية لدعم النقل بين بلدان أغادير لمدة خمس سنوات حتى يكتمل إنشاء مشروع الخطوط البحرية المقترحة. علماً بأن دعم الصادرات على مستوى النقل مرخص به من طرف منظمة التجارة العالمية (WTO) بالنسبة للبلدان النامية كمرحلة انتقالية إلى حين يتم تحرير تجارة المواد الغذائية والزراعية.

حول التجربة التونسية لدعم النقل:

تم احداث صندوق النهوض بالصادرات منذ سنة 1984 لدعم الصادرات التونسية على الاسواق الخارجية، وتنفيذا لتوصيات المنظمة العالمية للتجارة فقد تم الغاء الدعم عل النقل للمنتجات الصناعية في سنة 1998، وتم الابقاء على دعم صادرات المنتجات الغذائية.

ويتدخل صندوق النهوض بالصادرات بنسبة 50% من النقل الجوي و ثلث النقل البحري لتصدير المنتجات الزراعية أو الصناعات الغذائية وذلك في حالتين:

- عند تصدير منتج جديد وجب تدعيم تنافسيته في مرحلة الانطلاق، أو
 - عند التصدير منتجات غذائية نحو أسواق جديدة
- الا أن هذا الدعم محدود زمنيا ويتم التخفيض فيه بنسبة 5% كل سنة.

ويتصرف في هذا الصندوق مركز النهوض بالصادرات تحت اشراف وزارة التجارة، كما يتم المصادقة على ملفات الدعم من طرف اللجنة الاستشارية للنهوض بالصادرات المتكونة من بعض الوزارات وممثلي القطاع الخاص.

7.3 المحور السابع: تحسين لوجيستية التبريد

من المسائل الحرجة التي تواجه قطاع الصناعات الغذائية في بلدان أغادير هو السلسلة اللوجيستية للنقل والتخزين المبرد، وكما تم إبرازه في الجزء الأول من الدراسة أن من عوامل عدم تنافسية القطاع هو النقص في التزود من المواد الأولية الزراعية وجودة هذه المنتجات الخام عند وصولها الى المنشآت التحويلية. لذلك فإن أهمية سلسلة التبريد تلعب دورا استراتيجيا مزدوجا في عملية الإنتاج والتسويق، أولا من حيث الحفاظ على جودة المنتجات بين فترة الحصاد والتسويق، ثانيا تجعل الحفاظ على المنتجات ممكنا على مدى أطول يمكن أن تصل الى ثماني أسابيع.

وقد دأبت بلدان أغادير مثل المغرب في إحداث منصات لوجيستية وتطوير التنافسية في هذا المجال والتي تهدف أساسا الى الاستغلال الأمثل للمنتجات الأولية وتجميع تدفقات الخدمات اللوجيستية من خلال إحداث شبكة من المحطات (المنصات) اللوجيستية لجمع وتوزيع البضائع باعتبارها مراكز لإحداث قيمة لوجيستية حقيقية، تكون على مقربة من الفاعلين الاقتصاديين والمستهلكين يتم استغلالها للتركيز والتحكم في التدفقات الضرورية لتطوير عرض خدمي منافس وذو قيمة مضافة عالية.

ويمكن لمصر أن تستفيد من هذه التجربة لانجاز محطات لوجستية قرب المناطق القريبة من الموانئ الإستراتيجية كالأديبة والسخنة التي تربط مصر بمنطقة الشرق الأوسط وآسيا، والإسكندرية وبور سعيد التي تربط مصر بأوروبا وشمال وغرب إفريقيا، وكذلك في منطقة الدلتا القريبة من أكبر مناطق الاستهلاك كالقاهرة، بإحداث محطات لوجيستية في إطار مشاريع الموانئ البرية. ويتطلب ذلك القيام بدراسة جدوى تحدد الاولويات والمكان والمساحة وحجم الاستثمار لضمان مردودية هذه المشاريع.

ومن أهم التحديات التي تواجه قطاع الصناعات الغذائية في مرحلة ما قبل الإنتاج وبعده هو النقص في البنية التحتية للتبريد لذلك يقترح في هذا الصدد:

- اعتبار الاستثمار في سلسلة التبريد مثل الاستثمار الزراعي ويحظى بنفس الامتيازات والحوافز ذات الطابع الجمركي والضريبي والائتماني
- مواصلة المجهودات لتطوير قوانين النقل للمواد الأولية الزراعية المعدة للتحويل
- تأهيل مراكز التجميع وتنظيم النقل والتزويد وسلسلة التبريد للوحدات الإنتاجية
- تشجيع استخدام عقود الإنتاج والدفع حسب الجودة مما سيدفع القطاع الخاص الى الاستثمار في مجال لوجيستية التبريد

8.3 المحور الثامن: تيسير التجارة

أغلبية اتفاقيات تبادل الجر المتعددة الأطراف مثل اتفاقية أغادير ومنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى مع الاتحاد الأوروبي، واجهت عديد من العراقيل في تطبيقها والتي تتصل بالعوائق غير الجمركية خاصة منها المتعلقة بإجراءات التخليص والمراقبة الفنية وتطبيق قواعد المنشأ. لذلك نجد العديد من اتفاقيات التبادل الحر تحاول حاليا إدراج قواعد تيسير التجارة لتحضير الخطوة الكبيرة في إرساء حرية حركة السلع التي يضمنها الاتحاد الجمركي. وفي هذا الإطار وخاصة بالنسبة للمواد القابلة للتلف من منتجات الصناعات الغذائية والتي تحتاج إلى مدة قصيرة لإيصال البضائع، من المهم أن تقوم اتفاقية أغادير بإدراج التدابير اللازمة لتيسير التجارة البينية والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي.

ويتعلق الأمر في وضع التدابير لموائمة وتوحيد وتبسيط إجراءات الاستيراد والتصدير وعلى وجه الخصوص إحداث لجنة إقليمية للتنسيق بين مجالس تيسير التجارة المحدثة في كل بلد من بلدان أغادير، وحسب اتفاق بالي Bali لسنة 2013 المتعلق بتيسير التجارة للمنظمة العالمية للتجارة، فإن هذه المجالس يعهد لها إعداد التدابير التي ستمكن من موائمة وتوحيد وتبسيط إجراءات التجارة الخارجية.

كما أن تقرير ممارسة أنشطة الأعمال للبنك الدولي يشمل فصلا حول التجارة عبر الحدود والتي تعالج المدة والكلفة والوثائق والإجراءات المطلوبة للتخليص الجمركي لحاوية عشرون قدما عند الاستيراد وعند التصدير ويتم مقارنة هذه العوامل مع 189 بلدا (انظر الجدول ضمن تقرير المرحلة الأولى للدراسة). وقد أصبح هذا المؤشر حافزا مهما لتحسين الإجراءات على الحدود ومنها تحسين الترتيب للبلدان.

وحسب هذا التقرير فإن بلدان أغادير ومن حيث عدد إجراءات الاستيراد فعددها 7 بالنسبة للاردن و 10 بالنسبة لمصر 6 بالنسبة للمغرب و 6 بالنسبة لتونس، في حين أن عددها 2 فقط بالنسبة لآيرلندا، كذلك الشأن بالنسبة للتصدير فعدد الإجراءات للاردن 5 ومصر 8 و 4 بالنسبة للمغرب و 4 بالنسبة لتونس في حين أن عددها بالنسبة لآيرلندا 2 فقط.

فيما يخص المدة المطلوبة لتخليص حاوية فهو بأربعة أيام للاستيراد بالنسبة لسنغافورة وفي المقابل فهي بمعدل 15 يوما في بلدان أغادير. وبالنسبة للتصدير فالمدة المطلوبة في بلدان أغادير فتقدر بـ 12 يوما مقابل 6 أيام للبلدان ذات الأداء الجيد.. مما يبين أن هنالك مجالات للإنتاجية من حيث تيسير التجارة يمكن لبلدان أغادير تقوم باستكشافها.

وفي حال تطبيق اتفاقية تيسير التجارة فإن ذلك سيمكن من التخفيض من كلفة التجارة العالمية بقيمة تتراوح بين 350 مليار دولار و 1000 مليار دولار (منظمة التجارة العالمية تقرير سنة 2013)، كما سيمكن التجارة العالمية من أن تنمو بقيمة 33 مليار دولار إلى 100 مليار دولار من الصادرات العالمية السنوية، و 67 مليار دولار للنواتج المحلي الإجمالي لبلدان العالم (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية تقرير OECD 2011)، وبصفة عامة فإن التوسيع المحتمل للتجارة بفضل اتفاقية تيسير التجارة يمكن أن تترجم بنمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي بقيمة 960 مليار دولار سنويا (Hufbauer & Schott, 2013). كما تقدر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إن تطبيق

كل التدابير التي تضمنتها اتفاقية تيسير التجارة سيؤدي إلى تخفيض تكاليف التجارة بمقدار 10% في الدول المتقدمة وبين 13% و15% في الدول النامية.

وقد طورت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية 12 مؤشرا لتيسير المبادلات والتي تتوافق مع هذه الفئات من التدابير (Moisé, Orliac et Minor, 2011). وأن نتائج الدراسات تقترح تخفيض كلفة التجارة والمتأنتية بشكل كبير من التدابير لترشيد الإجراءات والقرارات المبكرة. المجالات الأخرى التي فيها إمكانات تتعلق بالأتمتة (automation) والتدابير لترشيد الرسوم والتكاليف. كما تقدر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أن الإمكانية في تقليص التكاليف التراكمية لجميع هذه المؤشرات تقارب 10% من كلفة التجارة. وهذه المؤشرات تم اعتمادها في اتفاقية تيسير التجارة في المؤتمر الوزاري التاسع لمنظمة التجارة العالمية (بالي - اندونيسيا 2013).

وفيما يلي أحكام كل فصل والتي يستوجب على اللجنة الإقليمية للتنسيق بين مجالس تيسير التجارة لبلدان أغادير المقترح انشاءها للغرض أن تطلق دراسة لتشخيص الواقع وتحديد خطة عمل لضمان مطابقة الإجراءات المعمول بها واتفاقية بالي لتيسير المبادلات.

إن المجموعة الأولى من الفصول (من 1 إلى 5) وهي امتداد الفصل X من الاتفاقية العامة للتعرفة الجمركية والتجارة الجات GATT تتعلق أساسا بمسألة الشفافية التي تمكن من تطوير الثقة للفاعلين الاقتصاديين في اتفاقية أغادير وهو شرط أساسي لتنمية التجارة البينية لدول أغادير.

الفصل الأول: يجب على الدول الأعضاء نشر المعلومات الضافية المتصلة بالمتطلبات والإجراءات للتخليص الجمركي عند الاستيراد والتصدير. ويشمل ذلك الإجراءات والاستمارات والوثائق، النسب الجمركية والضرائب، قواعد الجمارك لتصنيف وتقييم السلع، وإجراءات وقيود التخليص، قواعد المنشأ، العقوبات وإجراءات الطعن، الاتفاقيات التجارية وترتيبات التصرف في الحصص التعريفية. بالإضافة إلى ذلك فإن الدول الأعضاء مطالبون بنشر على الانترنت خاصة الإجراءات والاستمارات والوثائق وإخطار المنظمة العالمية للتجارة. لذلك فيجب على اللجنة الإقليمية للتنسيق بين مجالس تيسير التجارة تحيين المعلومات في الغرض والتي أوصت بها اتفاقية بالي ووضعها على شبكة الانترنت لجميع الفاعلين الاقتصاديين بمنطقة أغادير وشركائهم الأوروبيين والتي تمكن الشركات من جميع المعلومات المحيطة التي تخص الإجراءات والمتطلبات عند الاستيراد والتصدير.

وتطبيقا **للفصل الثاني** على اللجنة الإقليمية للتنسيق بين مجالس تيسير التجارة أن تقوم باستشارات دورية مع الوكالات الحدودية والتجار وغيرهم من الجهات المعنية في إقليم كل دولة من دول أغادير.

يفرض الفصل الثالث الاجابة بقرار مسبق أو برفض معلل بالمعلومات اللازمة خلال فترة زمنية معقولة، على مطالب العملاء الذين تقدموا بمطالب كتابية.

الفصل الرابع يتعلق بتوسيع أحكام الاستئناف أو المراجعة.

الفصل الخامس يتعلق بالمراقبة بالحدود والنقش على الأغذية والمشروبات وعلف الحيوانات، ويجب على البلدان الأعضاء اعتماد مبدأ المخاطرة وتطبيق هذه التدابير بشكل موحد على جميع نقاط الدخول ذات الصلة، إزالة الإجراءات التي ليست لها مبررا حسب الظروف الحالية والنشر الفوري لنهاية هذه التدابير.

المجموعة الثانية من الفصول (من 6 إلى 12) هي امتداد للفصول V و VIII من اتفاقية الجات تتعلق أساسا بالإتاوات والرسوم وإجراءات الاستيراد والتصدير والعبور:

الفصل السادس: يهدف هذا الفصل إلى الحد من قيمة الأعباء والرسوم والتكاليف التقريبية للخدمة

الفصل السابع: يصف الإجراءات التي يجب على الدول الأعضاء إنشاءها أو إبقائها لرفع اليد وتخليص السلع عند الاستيراد والتصدير والعبور وهي:

- المعالجة قبل الوصول: تفرض الاتفاقية الجديدة على البلدان الأعضاء إلى وضع إجراءات تمكن من التوثيق الإلكتروني قبل وصول البضاعة حتى يتسنى التسريع في رفع اليد
 - الدفع الإلكتروني للرسوم الجمركية
 - الفصل بين عملية رفع اليد والتحديد النهائي للرسوم الجمركية
 - التصرف في المخاطر: والذي يجعل المراقبة الجمركية تركز على الحمولات ذات المخاطر الكبيرة، ونتيجة للحمولات ذات المخاطر الضعيفة للحصول على رفع اليد في زمن أسرع
 - التدقيق بعد التخليص: ينبغي أن تحدد الدول الأعضاء أيضا نظاما التدقيق بعد التخليص، الأمر الذي يتطلب من التجار تقديم سجلاتها إلى السلطات الجمركية لإثبات الامتثال للضوابط الجمركية والتحقق من الامتثال للمتطلبات التنظيمية الأخرى
 - معدل الزمن لرفع اليد: تشجيع البلدان الأعضاء على نشر معدل الزمن لرفع اليد بهدف إظهار أن البضاعة ليست محجوزة بغير سبب.
 - وحسب دراسة قامت بها المنظمة العالمية للجمارك (WCO) فإن معدل الزمن لرفع اليد يعتبر من أهم المؤشرات لتقييم الإصلاحات التي قامت بها الدول لتيسير التجارة الخارجية (Matsuda 2011)
 - الفاعلين المرخص لهم: من واجب البلدان الأعضاء منح إجراءات إضافية لتسهيل المبادلات بالنسبة للفاعلين الاقتصاديين الذين تتوفر فيهم بعض المعايير. والتي تتمثل في رفع اليد السريع التخليص في الوثائق المطلوبة، والتفتيش المادي أقل تواترا
 - الشحنات المسرع فيها: ويتعين على الدول الأعضاء التنبئ أو الإبقاء على إجراءات للإفراج المعجل على الأقل بالنسبة للشحن الجوي، فبعض المنتجات المصدرة عن طريق الشحن الجوي تكون من ميزات التنافسية المدة الزمنية لإبصال البضاعة في الوقت المناسب.
 - المنتجات القابلة للتلف: ويلزم الاتفاق الدول الأعضاء، في الظروف العادية، الإفراج عن السلع القابلة للتلف في أقصر وقت ممكن عبر إعطاءها الأولوية المطلقة وتخزينها في أحسن الظروف قبل عملية رفع اليد.
- الفصل 8:** التنسيق بين الهيئات الحدودية من خلال هذا الفصل يجب على الدول الأعضاء أن تضمن التعاون بين الهيئات الحدودية المسؤولة عن المراقبة والتفتيش وعن إجراءات التصدير والاستيراد والعبور من أجل تسهيل التجارة.
- الفصل 9:** حركة البضائع تحت الرقابة الجمركية: ينص هذا الفصل على إجراء الرقابة الجمركية قدر الإمكان داخل مخازن المستورد أو المصدر كما هو معمول به في تونس، والهدف من ذلك الإسراع في تدفقات السلع بالحدود.
- الفصل 10:** تسهيل الإجراءات من خلال إحداث المحطة الواحدة ويمكن لبلدان أغادير الاستئناس بتجربة رابطة دول جنوب آسيا - ASEAN ANASE لتنفيذ تجربة نموذجية للمحطات الواحدة وفقا للمعايير الدولية.

المحطة الواحدة (الشباك الموحد) هي مبادرة إقليمية التي تربط وتدمج النافذة الواحدة الوطنية للبلدان الأعضاء لرابطة دول جنوب آسيا، والهدف منها التسريع في التخليص الجمركي للشحنات في إطار الاندماج الاقتصادي المتقدم صلب هذه المجموعة. ان إحداث المحطة الواحدة ANASE ستضمن توافق المحطات الواحدة للبلدان الأعضاء ومعايير الاتصالات الدولية المفتوحة، وتجزئ لكل دولة من الدول الأعضاء تبادل البيانات بشكل آمن وموثوق به مع أي شريك تجاري يستخدم المعايير الدولية المفتوحة. أن المحطة الواحدة ANASE تتيح كذلك تبادل شهادات المنشأ البيئية ووثيقة التصريح الجمركي بفضل مشروع رائد بين سبع دول أعضاء.

الفصل 11: امتداد الإحكام المتعلقة بحرية العبور موضوع الفصل ٧ من اتفاقية الجات GATT، والتي تمت تغطيتها من خلال الفصل الجديد رقم 11.

أحكام جديدة تم الاتفاق عليها:

- تشجع بلدان الاتفاقية على الفصل المادي بين حركة العبور والمستوردات الأخرى (مثال على ذلك استعمال خطوط خاصة وأرصفة وبنية تحتية مشابهة)
- الإجراءات ومتطلبات التوثيق والضوابط الجمركية لحركة المرور العابرة لا تزن أكثر مما هو ضروري لتمكين تحديد السلع وضمان احترام متطلبات النقل
- متى وضعت تحت إجراء العبور، لن تكون عرضة للمزيد من الضوابط الجمركية حتى نهاية العبور داخل أراضي الدولة العضو، وأنها لن تكون خاضعة للوائح التقنيات وتقييم المطابقة خلال العبور.
- يجب على الدول الأعضاء السماح بإيداع وثائق العبور مسبقاً. كما ينبغي لها إتمام عمليات العبور بسرعة بمجرد وصول حركة العبور للمقصد حيث تغادر أراضي الدولة العضو.
- على الدول الأعضاء تنفيذ كل الضمانات من دون أي تأخير، ويجب على الدول الأعضاء التعاون مع بعضها البعض لتحسين حرية العبور كما يجب أن تلاحظ الشركات أن الإجراءات التي تم توحيها ساهمت بدرجة كبيرة في تسهيل حركة العبور. وعلى الهيئات المعنية متابعة أداء مختلف ممرات النقل وإعداد تقارير حول كل تعدي على هذه الضمانات ويمكن مناقشتها صلب لجنة تيسير التجارة.

وتجدر الإشارة في هذا الإطار أن اتفاقية النقل المتعدد الوسائط للبضائع في طور الإعداد بين الدول العربية تحت مظلة الجامعة العربية، والتي ستمكن من تيسير حركة عبور السلع عبر بلدان أغادير وتسهيل التجارة بينها وبين الدول العربية ومع الاتحاد الأوروبي، وضع نظام لضمان المدفوعات المتأتية عن الرسوم والضرائب على السلع التي تنتقل عن طريق العبور في أحد بلدان اتفاقية أغادير.

وقد أبرزت الدراسة حول النقل التي أنجزتها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير أن عملية الصادرات الأردنية نحو الاتحاد الأوروبي، خاصة بالنسبة للخضر والفواكه عن طريق النقل المبرد المتعدد الوسائط من مخازن المصدر إلى مخازن المستورد في أوروبا أو ليبيا أو الجزائر، يمكن أن تنجز في ظرف عشرة أيام عبر العقبة-النوبيع أو السخنة أو الأدبية-الإسكندرية-جرجيس-مرسلياً، شريطة إحداث خط للنقل عن طريق باخرة الدرجة RoRo يجمع الإسكندرية وجرجيس ومرسلياً.

الجدوى من هذا الخط يمكن تحسينه عبر إجراءات تيسير التجارة بين بلدان أغادير مع الجزائر وليبيا والتي تتمثل في وجود اتفاقيات بين هذه البلدان لتسهيل التبادل التجاري والنقل.

الفصل 12: التعاون بين الجمارك: الهدف العام هو إنشاء إطار عمل للتعاون، الذي يلزم البلدان الأعضاء لتوزيع المعلومة لضمان حسن التنسيق بالمراقبة الجمركية مع الإبقاء على سرية المعلومات، عن طريق خلق شبكة انترانت Intranet تجمع النقاط الحدودية لبلدان أغادير والاتحاد الأوروبي.

الفصل 13: الترتيبات المؤسسية: سيتم تعويض فريق التفاوض حول تيسير التجارة والمبادلات بمنتهى دائم - لجنة تيسير المبادلات- للإشراف على تنفيذ الاتفاق وإتباع أهدافه. وقد اتفق البلدان الأعضاء على أن تنقيح الاتفاقية يأتي بعد أربع سنوات من تاريخ دخوله حيز التنفيذ، ويجب على مجتمعات الأعمال إيجاد وسيلة لإطلاق آليات التشاور الوطنية مع حكوماتهم. ويؤكد ترتيب بسيط من هذا الفصل ويطلب من كل دولة من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتشكيل لجنة وطنية لتيسير التجارة أو تكليف آلية قائمة.

ومن بين المهام الموكلة لهذه الهيئات، والتي ينص عليها الاتفاق، هو تسهيل التنسيق والتنفيذ المحلي للاتفاق. الشيء المهم بالنسبة للشركات هو أن العديد من الآليات من هذا النوع تؤدي إلى الحوار بين ممثلي قطاع الأعمال والجهات الحكومية ذات الصلة بإدارة الحدود. كما يجب على الشركات المهتمة معرفة الجوانب التقنية لهذه المسألة إذا كانوا يريدون الانخراط مع حكوماتهم، لتحديد كيفية عمل هذه الآليات وكيف يمكنها أن تساعد في مراقبة تنفيذ الاتفاق. ولتحقيق ذلك فعلى الشركات أن تكون على استعداد لطرح القضايا والمشاكل التي يواجهها التجار على الحكومات الوطنية.

لهذا الغرض، ينبغي للجنة التنسيق لمجالس تيسير التجارة لبلدان أغادير إطلاق دراسة لتشخيص الحالة وتحديد خطة عمل لضمان الامتثال للإجراءات مع أحكام اتفاق بالي لتيسير التجارة وتوحيد وتنسيق إجراءات التجارة مع دول الاتحاد الأوروبي.

وبالاستئناس إلى تجربة الآسيان، يمكن نشاء نظام المحطة الواحدة بالمراكز الحدودية في كل من دول أغادير، والهدف منه هو إلى الإسراع في عملية التخليص، وضمان المواءمة بين أنظمة المحطات الوطنية الواحدة للدول الأعضاء مع معايير الاتصالات المفتوحة الدولية، ومنها ضمان تبادل البيانات بشكل آمن وموثوق به مع كل شريك تجاري.

إن مواءمة الإجراءات مع دول الاتحاد الأوروبي تسهل الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي بالإضافة أيضا إلى الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية التي اعتمدت أحكام مماثلة.

وفيما يتعلق بمواءمة إجراءات التجارة بين الدول الأعضاء ودول الاتحاد الأوروبي يستوجب دعم الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير عن طريق تنفيذ الإجراءات التالية:

❖ **متطلبات مزاولة مهنة الاستيراد والتصدير:** وتتعلق بالمعرف الوحيد للقيام بإجراءات الاستيراد والتصدير، ومراجعة مختلف إجراءات التجارة الخارجية والعمل على مقاربتها مع الإجراءات الإدارية للاتحاد الأوروبي.

❖ **مجال حرية التوريد:** وتخص توحيد قوائم السلع الغير حرة في الاستيراد والتصدير، اتفاق حول إلغاء التراخيص

المسبقة أو تقليصها

❖ **إجراءات الاستيراد والتصدير:** توحيد الإجراءات والوثائق المطلوبة المتعلقة بالصادرات المحررة بين بلدان الاتفاقية، وتوحيد المصطلحات، والإلغاء التدريجي لبعض الوثائق الإضافية عند التصدير،

❖ **المراقبة النوعية الفنية:**

- تطبيق مبدأ المنظمة العالمية للتجارة بإزالة الحواجز الفنية وضرورة الالتزام بتطبيق المراقبة الفنية على المنتجات دون تمييز،
- مقارنة إجراءات الرقابة النوعية في بلدان الاتفاقية مع مبادئ المنهج الجديد للمواصفات القياسية الأوروبية،
- ترك متطلبات الجودة الإضافية اختيارية للشروط التجارية التعاقدية،
- وضع منهجية متوافقة لإجراءات تقييم المطابقة في بلدان أغادير ومقاربتها مع مبادئ المنهج الشامل للاتحاد الأوروبي،
- اعتبار التوجه نحو المقارنة مع إجراءات الاتحاد الأوروبي عامل أساسي للتكامل ودفع التصدير،
- توحيد المعايير والإجراءات المتبعة لاعتماد المخابر بناء على المعايير الأوروبية،
- الاعتراف المتبادل متعدد الأطراف بين دول أغادير والمتعلق بمتطلبات الرقابة الفنية وإجراءات المطابقة على السلع الصناعية وتوسيعه ليشمل المنتجات الغذائية،
- توسيع الاستفادة من برامج المساعدة الفنية للاتحاد الأوروبي الموجهة لبلدان أغادير والمتعلقة بتطوير البنية التحتية للرقابة الفنية،
- تشكيل اللجنة الفنية في مجال الرقابة النوعية والفنية لمنتجات الصناعات الغذائية مكونة من أخصائيين من كل دولة لمراجعة متطلبات إجراءات الرقابة النوعية،

❖ **إثبات المنشأ وإصدار شهادات الحركة الأوروبية متوسطة Euro Med Euro 1:**

- الاستمرار بالعمل في تبسيط قواعد المنشأ المعتمدة من اتفاقية أغادير
- إجراء مراجعة لمتطلبات إصدار شهادة المنشأ وتوحيدها في بلدان أغادير
- الاتفاق على نظام مشترك للتحقق من استيفاء السلع لتراكمية المنشأ

❖ **مجال الإجراءات الجمركية:**

- العمل على توحيد وتبسيط إجراءات وسياسات ووثائق التخليص الجمركي، والتعاون لتبادل المعلومات بين الهيئات الجمركية وتوحيد المفاهيم
- التوجه نحو خلق وبناء أسس لوحدة جمركية تطبق نفس القوانين والإجراءات للتجارة الخارجية وتوحد تطبيق التعرفة الجمركية إزاء البلدان الأخرى بما في ذلك الإعفاءات الجمركية المطبقة مع الاتحاد الأوروبي

❖ **مجال حماية الإنتاج الوطني:** ويخص الإغراق والإجراءات الوقائية والدعم

(4) الخطة التنفيذية

سنقوم ضمن هذا الفصل بتحديد الأنشطة الضرورية لتنفيذ خطة العمل، وكذلك الميزانية التي يستوجب رصدها والاطار الزمني، ومصادر التمويل والجهات المعنية بتنفيذ هذه الخطة.

الأنشطة	الميزانية باليورو	مصادر التمويل
المحور الاول: تنمية الصادرات		
صندوق أغادير لتشجيع الصادرات	6.400.000	إقليمي
تحسين صورة أغادير	50.000	إقليمي
قاعدة بيانات ليورصة التعاقد بالباطن، والنشرية الالكترونية	50.000	إقليمي
المحور الثاني: تطوير الاندماج الصناعي والاستثمار		
أحداث لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية لدول أغادير من ضمنها اللجنة الاستشارية لاطلاق الاتحاد الجمركي	50.000	اقليمي
انجاز برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية	2.180.000	اقليمي
المحور الثالث: تطوير الجودة وتحضير بيئة جودة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة		
تطوير الجودة وتحضير بيئة جودة مواتية للبحث	1.500.000	اقليمي
استكشاف واعداد الدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل	50,000	اقليمي
المحور الرابع: التعاون مع البرامج الوطنية لتأهيل لقطاع		
المحور الخامس: تحسين بيئة الاعمال		
المحور السادس: تحسين لوجستية النقل		
المحور السابع: تحسين لوجستية التبريد		
المحور الثامن: تيسير التجارة		
التمويل الإقليمي الإجمالي المطلوب	10.280.000	تمويل ذاتي وطني

التمويل الاقليمي عبر اتفاقية أغادير

العملية	الميزانية	مصادر التمويل	التاريخ المحتمل لتوفرها
المحور الاول: تنمية الصادرات			
صندوق أغادير لتشجيع الصادرات	6.400.000	يمكن البحث لدى: برنامج المؤسسات الصغرى والمتوسطة لاتفاقية أغادير، الاتحاد الاوروبي، الوكالة الفرنسية للتنمية، التعاون الايطالي	2016

تحسين صورة أغادير	50.000	ميزانية الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير الممول من الاتحاد الأوروبي	متاح
قاعدة بيانات لبورصة التعاقد بالباطن، والنشرية الالكترونية	50.000	ميزانية الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير الممول من الاتحاد الأوروبي	متاح
المحور الثاني: تطوير التكامل الصناعي والاستثمار			
أحداث لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية لدول أغادير من ضمنها اللجنة الاستشارية لاطلاق الاتحاد الجمركي	50.000	ميزانية الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير الممول من الاتحاد الأوروبي	متاح
انجاز برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية	2.180.000	للبحث لدى الاتحاد الأوروبي	2017
المحور الثالث: تطوير الجودة	1.500.000	البرنامج السويدي للتكامل مع البرامج الوطنية للجودة	متاح
المحور السابع: تطوير لوجستية النقل	منح وقروض	المرفق الأوروبي متوسطي للاستثمار والشراكة FEMIP MED 5P	متاح
استكشاف وإعداد الدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل	50,000	ميزانية الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير الممول من الاتحاد الأوروبي	متاح

❖ إن الميزانية التي ستتحملها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير تساوي : 200.000 يورو وتهم أساسا الأنشطة المدرجة ضمن مهامها مثل بنك المعلومات والبحث عن مصادر التمويل وتحسين صورة أغادير، وتدعيم التنسيق مع القطاع الخاص عبر إحداث لجنة تنسيق الصناعات الغذائية لدول أغادير. وباعتبار توفر هذه الميزانية فمن المستحسن القيام على المستوى القريب بالأنشطة المذكورة سابقا وخاصة النشاط المتعلق باستكشاف مصادر تمويل هذا البرنامج.

علما بأن البرنامج السويدي للجودة هو برنامج مساعدة فنية تقدمه المعونة الفنية السويدية وتشرف على إنجازه يهدف الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير لدعم وتطوير البنية التحتية للجودة في بلدان أغادير ويشمل ذلك الدعم المؤسسي للهيئات التي تعنى بالجودة، والمؤسسات والشركات ذات العلاقة. وهذا البرنامج في مرحلة الانطلاق التي سيتم فيها تحديد الحاجيات والآليات لاختيار الشركات والمؤسسات التي سيشملها هذا الدعم وكذلك طرق الدعم. وان الدراسة الحالية تقدم تحليلا ضافيا للبنية التحتية للجودة ولاحتياجات قطاع الصناعات الغذائية من دعم ومساندة فنية ، ولهذا من الضروري تقديم نتائج هذه الدراسة لإدارة البرنامج السويدي قصد تحديد الأنشطة التي سيتبنى إنجازها البرنامج السويدي لهذا الغرض وجب عقد اجتماعات تنسيقية بين المشروع السويدي ولجنة تنسيق الصناعات الغذائية

❖ الإطار المؤسسي لانجاز خطة العمل :

لتنفيذ هذا البرنامج يجب إحداث لجنة تنسيق للصناعات الغذائية والتي تهدف إلى: ضمان الاستشارات اللازمة لتطوير التنسيق لتنفيذ إستراتيجية وبرنامج عمل للتعاون لدول أغادير لتطوير التجارة والتكامل في الصناعات الغذائية. وهي مكلفة بضمان التنسيق بين الأنشطة الإقليمية التي تشرف عليها الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير مع البرامج الوطنية للمساعدة الفنية لتطوير القدرة التنافسية، وتحسين الجودة والنفاذ إلى الأسواق. توفير قناة اتصال بين الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير والبرامج الوطنية للمساعدة الفنية لدعم التنفيذ على المستوى الوطني للتوصيات وخطة العمل المنبثقة عن هذه الدراسة.

ضمان الاستشارات اللازمة لإحداث التكامل والاندماج الصناعي بما في ذلك الدراسة المتعلقة بإمكانية أحداث الاتحاد الجمركي.

وتتكون لجنة التنسيق من 13 عضوا يمثلون المؤسسات التالية:

- الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير
- نقاط الاتصال الوطنية مع الوحدة الفنية
- الوزارات المعنية بقطاع الصناعات الغذائية في كل بلد من بلدان أغادير
- الجمعيات المهنية المعنية بقطاع الصناعات الغذائية في كل بلد من بلدان أغادير

تجتمع هذه اللجنة كل ثلاث أشهر بالتداول في كل بلد من بلدان أغادير، مع تنظيم منتدى للنقاش مع أهل المهنة والمؤسسات المعنية لتطوير قطاع الصناعات الغذائية. وستغطي الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير مصاريف التنقل ضمن ميزانيتها.

كما تقوم هذه اللجنة بأحداث على المستوى المحلي لجان تعنى بدعم التكامل والاندماج للصناعات الغذائية بين بلدان أغادير تضم ممثلي القطاع الخاص والوزارة المكلفة بالتجارة الخارجية والوزارة المكلفة بالصناعات الغذائية والهيئات الوطنية المعنية بتطوير الاستثمار والتصدير والجودة وممثلي عن البرامج الوطنية للمساعدة الفنية لتطوير القدرة التنافسية، وتحسين الجودة والنفاذ إلى الأسواق، وقد تجمع ممثلين عن هياكل أخرى عند الاقتضاء.

❖ لتنفيذ خطة العمل يجب :

❖ أولاً: اجتماع للجنة التسييرية بعد المصادقة على هذه الدراسة يكون من أهدافه وضع برنامج ترويجي لنتائج الدراسة بين بلدان أغادير، والمصادقة على إحداث وتركيب لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية وكذلك اللجان الفرعية.

❖ ثانياً: انجاز برنامج سنوي لتحقيق الأنشطة ذات الأولوية والتي يوجد لها تمويل، أما جدولة الأنشطة الأخرى ستكون على حسب توفر التمويل والذي سيكون نتيجة لأنشطة الاستكشاف والدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل.

- ❖ **ثالثا:** عقد اجتماع للجنة تنسيق الصناعات الغذائية مع ممثلي البرنامج السعودي وممثلي الوحدة الفنية لتباحث ما يمكن تمويله عن طريق هذا البرنامج بالتفاعل مع البرامج الوطنية للجودة وميزانية الوحدة الفنية (الحالية أو المرتقبة) والبرنامج الذي سيتم إحداثه لتمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- ❖ **رابعا:** إطلاق مهمة استكشاف وإعداد الدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل للمبالغ المتبقية
- ❖ **خامسا:** الاتصال ببرنامج MED 5P التابع للبنك الأوروبي للاستثمار لانجاز دراسة جدوى لمشروع خط بحري منتظم بين دول أغادير في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- ❖ **سادسا:** انجاز قاعدة بيانات لبورصة التعاقد بالباطن، والنشرية الالكترونية

وعلى هذا الاساس نقترح برنامج العمل بالنسبة للسداسي الثاني لسنة 2015 والسداسي الأول لسنة 2016 فيما يلي :

الأنشطة	الهيئة المكلفة بالانجاز	الهيئة المكلفة بالمتابعة
نشر نتائج الدراسة بين دول اتفاقية أغادير	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال	الوحدة الفنية
احداث لجنة تنسيق الصناعات الغذائية	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال	الوحدة الفنية
اجتماع مع نقاط الاتصال لضبط ما يمكن رصده في ميزانية وحدة أغادير الحالية والمرتقبة	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال	الوحدة الفنية
تحديد برنامج تنسيقي مع البرامج الوطنية لدعم النفاذ إلى الأسواق والبرنامج المرتقب لأغادير لتطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة	لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال
اختيار شركة استشارية لتصميم النشرية الالكترونية لانجاز قاعدة بيانات وبورصة للتعاقد بالباطن ووضع إستراتيجية لنشرها لدى الفاعلين المستهدفين	الوحدة الفنية	الوحدة الفنية
اختيار مكتب استشاري لاستكشاف واعداد الدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل	الوحدة الفنية	الوحدة الفنية
عقد اجتماعات تنسيقية بين المشروع السعودي ولجنة تنسيق الصناعات الغذائية	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال	الوحدة الفنية
إحداث لجنة لتيسير التجارة بين بلدان أغادير	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال	الوحدة الفنية / نقاط الاتصال
الاتصال ببرنامج MED 5P التابع للبنك الأوروبي للاستثمار لانجاز دراسة جدوى لمشروع خط بحري منتظم بين دول أغادير في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص	الوحدة الفنية	الوحدة الفنية

الهيئات المعنية بانجاز كل عملية

صندوق أغادير لدعم الصادرات	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير بالتعاون مع لجنة تنسيق الصناعات الغذائية
----------------------------	--

تحسين صورة أغادير	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير
قاعدة بيانات لبورصة التعاقد بالباطن، والنشرية الالكترونية	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير
انجاز برنامج التكامل والاندماج للصناعات الغذائية	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير بالتعاون مع لجنة تنسيق الصناعات الغذائية
المحور الثالث: تطوير الجودة وتهيئة بيئة جودة مواتية للبحث وتطوير منتجات جديدة	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير / البرنامج السويدي/ لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية
المحور الرابع: التعاون مع البرامج الوطنية لتأهيل القطاع	لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية
المحور الخامس: تحسين بيئة الأعمال	لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية
المحور السادس: تحسين لوجستية النقل	الوحدة الفنية لاتفاقية أغادير ونقاط الاتصال وممثلين عن وزارات النقل ببلدان أغادير
المحور السابع: تحسين لوجستية التبريد	لجنة تنسيق قطاع الصناعات الغذائية
المحور الثامن: تيسير التجارة	لجنة تيسير التجارة بين بلدان أغادير

البرنامج الزمني لتنفيذ خطة العمل خلال السداسي الثاني لسنة 2015 والسداسي الاول لسنة 2016

التاريخ	الأنشطة
شهر سبتمبر 2015	نشر نتائج الدراسة بين دول اتفاقية أغادير
شهر سبتمبر 2015	احداث لجنة تنسيق الصناعات الغذائية
شهر سبتمبر 2015	اجتماع مع نقاط الاتصال لضبط ما يمكن رصده في ميزانية وحدة أغادير الحالية والمرتبقة
شهر جانفي 2016	تحديد برنامج تنسيقي مع البرامج الوطنية لدعم النفاذ إلى الأسواق والبرنامج المرتقب لأغادير لتطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة
شهر جانفي 2016	اختيار شركة استشارية لتصميم النشرية الالكترونية لانجاز قاعدة بيانات وبورصة للتعاقد بالباطن ووضع إستراتيجية لنشرها لدى الفاعلين المستهدفين
شهر فيفري 2016	اختيار مكتب استشاري لاستكشاف واعداد الدراسات اللازمة لتوفير مصادر التمويل
شهر سبتمبر 2015	عقد اجتماعات تنسيقية بين المشروع السويدي ولجنة تنسيق الصناعات الغذائية
شهر جانفي 2016	إحداث لجنة لتيسير التجارة بين بلدان أغادير
شهر مارس 2016	الاتصال ببرنامج MED 5P التابع للبنك الأوروبي للاستثمار لانجاز دراسة جدوى لمشروع خط بحري منتظم بين دول أغادير في إطار الشراكة بين القطاعين العام والخاص

ملاحظة : التاريخ الاقصى لانتهاء هذه الأنشطة هو آخر شهر جوان 2016.

مؤشرات قياس العمل

فيما يخص برنامج العمل على المدى القصير

إنجاز أربع ورشات عمل مع القطاع الخاص لنشر نتائج الدراسة
عدد الاجتماعات التي قامت بها لجنة تنسيق الصناعات الغذائية و اللجان الفرعية و لجنة التنسيق لتسهيل التجارة
عدد الأنشطة التي ستجزها الوحدة الفنية ضمن خطة عملها
الاتفاق مع برنامج MP5 على إنجاز دراسة الجدوى لمشروع الخط البحري
إنجاز بنك المعطيات
إنشاء قنوات مع الجهات المانحة لتمويل برنامج التكامل و الاندماج للصناعات الغذائية و صندوق أغادير لدعم الصادرات
فيما يخص برنامج العمل على المدى المتوسط.

المؤشرات العامة لقياس العمل

*ازدياد نسبة التطور للصادرات البينية بين البلدان أغا دير
*ازدياد الاستثمارات البينية بين بلدان أغادير
*ازدياد نسبة نمو الصادرات للاتحاد الأوروبي
*ازدياد عدد الشركات الجاهزة للبيع بمسالك التجزئة
إقبال الشركات الأوروبية على التظاهرات الاستثمار عدد الائتلاف التي وقع إحداثها
عدد المشاريع التي تستعمل المنتجات الجديدة التي وقع إنجازها.
* عدد الشركات التي تحصلت علي شهادات الجودة
* عدد المشاركين و الشركات المساهمة في برنامج التدريب علي البحوث.
هذا ويمكن أن يتم وضع المؤشرات التفصيلية مع توضيح المدة الزمنية بالتعاون مع الجهات المانحة عند تصميم برامج المساعدة الفنية والحصول علي الدعم المالي.

الملاحق

الملحق رقم (1)

دراسة صادرات بلدان أغادير

1-1 القطاع الزراعي

1-1-1 الفصل 02: اللحوم والأحشاء

يبين الجدول التالي صادرات بلدان اتفاقية أغادير من اللحوم والأحشاء

الجدول رقم 54 : صادرات منطقة أغادير من اللحوم والأحشاء

البلد	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2009 / 1000 دولار	القيمة بالآلاف دولار أمريكي	الميزان الجاري	نسبة النمو 2009-2005
المغرب	0	682	-40,681	226
مصر	29	595	-539,319	-2
الأردن	0	76,128	-145,094	73
تونس	103	1,052	-23,789	36

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

البلد	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	القيمة بالآلاف دولار أمريكي	الميزان الجاري	نسبة النمو 2013-2009
المغرب	0	788	-55,678	2
مصر	17	1,757	-1.212,406	-39
الأردن	0	75,521	-353,392	-3
تونس	135	2,257	-9,918	20

يتبين من خلال الجداول السابقة، أن الأردن هو البلد الوحيد ضمن بلدان الاتفاقية الذي يصدر بقيمة كبيرة من اللحوم. كما أن عجز الميزان التجاري لتجارة اللحوم بالنسبة لتونس ومصر والمغرب مرتفع جدا. لذلك سيقصر التحليل على صادرات الأردن فقط.

الأردن :

تمثل حصة الأردن من الصادرات العالمية لهذه المنتجات 0,06% وتحتل بذلك المرتبة 48. فاقت نسبة النمو للمنتجات الواردة بالجدول والمصدرة من طرف الأردن 40 % مما من شأنه أن يمثل فرصا لتصديرها لبلدان الاتفاقية، والتي تمكن من تراكمية المنشأ عند التصدير نحو الاتحاد الأوروبي.

الجدول رقم 55 : صادرات الأردن من اللحوم والأحشاء

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية				
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات بالإلف دولار أمريكي	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي	نسبة النمو السنتوية (الفترة 2009- 2013)	نسبة النمو العالمية (الفترة 2009- 2013)
0207	لحوم وأحشاء من طيور الدواجن	0	37,077	-111,157	0	9
0202	لحوم فصيلة الايقار مجمدة	0	31,756	-46,344	5	14
0204	لحوم فصيلة الضأن والماعز طازجة مبردة او مجمدة	0	5,432	-125,775	-26	7

وتجدر الإشارة بأن التجارة البينية بين بلدان اتفاقية أغادير في مجال اللحوم محدودة جدا.

2-1-1 الفصل 03: الأسماك والقشريات والرخويات :

فيما يلي صادرات بلدان الاتفاقية من الأسماك وغلل البحر :

الجدول رقم 56 : صادرات الأسماك وغلل البحر

البلد	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2009 / 1000 دولار	القيمة بالآلف دولار أمريكي	الميزان التجاري	نسبة النمو 2009-2005
تونس	88,090	137,754	70,301	0
المغرب	743,631	987,565	831,480	6
الأردن	39	3,434	-51,982	0
مصر	6,452	23,587	-410,979	14

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يتبين من خلال الجدول السابق أن المغرب وتونس فقط تمكنت من تصدير قيمة كبيرة من الأسماك وغلل البحر مع فائض للميزان التجاري لهذا القطاع. في حين أن العجز في الميزان التجاري لهذا القطاع بالنسبة لمصر والأردن مرتفع جدا. كما تجدر الإشارة إلى أن صادرات بلدان أغادير (948 مليون دولار أمريكي) أكبر من الواردات (479 مليون دولار أمريكي) مما يمثل فرصا للتجارة البينية والتي تمكن من تراكمية المنشأ عند تصدير منتجات البحر إلى الاتحاد الأوروبي.

المغرب :

تمثل الصادرات المغربية نسبة 0.96% من الصادرات العالمية وتحتل بذلك المغرب المرتبة 27 عالميا. ويبين الجدول التالي أهم الصادرات المغربية لهذا القطاع :

الجدول رقم 57 : أهم الصادرات المغربية من الأسماك وغللال البحر

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات بالألف دولار أمريكي	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي	نسبة النمو السنوات (الفترة 2009- 2013)
	جميع المنتجات		22,178,222	-23,437,438	12
0307	الرغويات	403,822	542,674	529,2019	8
0303	أسماك كاملة مجمدة	61,969	178,167	168,185	13
0306	القشريات	201,969	174,189	76,636	8
0302	أسماك كاملة طازجة	85,587	74,566	64,177	-13
0304	قطع وشرائح السمك مبردة أو مجمدة	2,784	7,061	-10,568	13
0305	اسماك مدخنة أو معدة للاكل البشري	3,109	6,879	273	19
0301	أسماك حية	3,570	4,030	3,559	-3

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المغربية من هذا القطاع تمثلت في الرغويات (0307) وتحتل بذلك المرتبة الخامسة عالميا ونسبة نمو تقدر بـ 8%.
- قرابة نصف الصادرات المغربية (42.1%) موجهة نحو أسبانا تليها اليابان (11%) فايطاليا (10.8%)
- التجارة المغربية مع بلدان الاتفاقية في هذا القطاع محدودة جدا. فقط 0.1% من الصادرات موجهة لمصر ونسبة 0.26% موجهة لتونس.

تونس :

تمثل الصادرات التونسية نسبة 0.2% من الصادرات العالمية وتحتل بذلك المرتبة 58 عالميا. ويبين الجدول التالي أهم الصادرات التونسية لهذا القطاع :

الجدول رقم 58 : أهم الصادرات التونسية من الأسماك وغلل البحر

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات بالإلف دولار أمريكي	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009- (2013
المجموع	جميع المنتجات	88,087	17,060,465	-7,205,930	4
0302	أسماك كاملة طازجة	4,143	50,0621	46,275	-4
0306	الفشريات	42,789	43,320	42,114	-2
0307	الرخويات	37,213	37,581	35,785	3
0301	أسماك حية	2,695	5,297	-15,050	51
0303	أسماك كاملة مجمدة	855	1,084	-29,174	8
0305	أسماك مدخنة أو معدة للاكل البشري	336	336	-8,266	-50
0304	قطع وشرائح السّمك مبردة أو مجمدة	50	75	-1,382	19

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثل الأسماك الكاملة الطازجة أهم الصادرات التونسية ضمن هذا القطاع
- 38.2 % من الصادرات التونسية موجهة نحو إيطاليا، تليها اليابان بنسبة 25 % وإسبانيا بنسبة 20.8 %
- محدودية الصادرات التونسية نحو بلدان أغادير يمكن تفسيره بعدم توفر النقل المنتظم بين بلدان أغادير، إذ أن نسبة 0.3 % فقط من الصادرات موجهة إلى مصر ونسبة 0.1 % موجهة إلى الأردن.

مصر :

يبين الجدول التالي أهم الصادرات المصرية من هذا القطاع :

الجدول رقم 59 : أهم الصادرات المصرية من الأسماك وغلل البحر

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في	قيمة الصادرات بالإلف دولار أمريكي	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009-
الحصة من الصادرات العالمية					

		1000/2013		2013	
		دولار أمريكي			
المجموع	جميع المنتجات		28,779,409	-37,887,040	5
0302	أسماك كاملة طازجة	4,544	18,546	17,288	13
0307	الرغويات	5,116	2,151	-18,397	9
0301	اسماك حية	5	1,161	1,161	184
0305	أسماك مدخنة أو معدة للاكل البشري	0	336	31	4
0303	أسماك كاملة مجمدة	204	238	-130,440	-9
0304	قطع وشرائح السمك مبردة أو مجمدة	0	187	-4,534	26
0306	القشريات	31	79	-14,903	-8

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثل الأسماك الكاملة الطازجة أهم الصادرات المصرية ضمن هذا القطاع
- أهم الصادرات المصرية موجهة نحو لبنان (28.1%) ثم إيطاليا (24.1%) والعربية السعودية (14.5%)
- الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير محدودة، وتمثل فقط 2.4% من صادراتها نحو الأردن ونسبة 0.3% نحو تونس.

الأردن :

الصادرات الأردنية من منتجات البحر محدودة جدا وهي تتمثل بالأساس في إعادة التصدير إلى المناطق الحرة وبتجاه العراق

3-1-1 الفصل 04: الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي، منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني :

الجدول رقم 60 : صادرات بلدان أغادير من الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي،

منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

البلد	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	القيمة بالآلاف دولار أمريكي	الميزان التجاري	نسبة النمو 2013-2009
تونس	2	54,477	100	18
المغرب	346	150,475	-157,231	12

الأردن	87	51,191	-213,493	-13
مصر	558	415,028	-358,497	-5

ويبرز من تحليل صادرات بلدان أغادير ضمن الفصل الرابع من البند المنسق أن هنالك نقص في التكامل بين البلدان الأربعة، والتي تقتصر صادراتها على مادة الاحبان.

المغرب :

تمثل الصادرات المغربية من هذه المنتجات نسبة 0.14% من الصادرات العالمية وتحتل بذلك المرتبة 52. ويبين الجدول التالي أهم الصادرات المغربية ضمن هذا القطاع :

الجدول رقم 61 : أهم الصادرات المغربية من الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي، منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
0.5	10	61,987	141,443	345	جبن (بما في ذلك اللبن المخثر)	0406
0.1	95	5,098	5,098	0	بيض الطيور بقشرة طازج أو محفوظ	0407

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم صادرات المغرب ضمن هذا القطاع تتمثل في الجبن واللبن المخثر
- صادرات القطاع موجهة أساسا إلى لبنان (24.9%) يليها اليمن (12.8%) وسوريا (8.6%) ثم السنغال (6.9%)
- نسبة 0.7% من الجبن يتم تصديره إلى مصر و 4.2% إلى الأردن. ليست هناك صادرات نحو تونس

تونس :

أهم الصادرات التونسية ضمن هذا القطاع

الجدول رقم 62 : أهم الصادرات التونسية من الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي،

منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	4	-7,205,930	17,060,465		جميع المنتجات	المجموع
0.1	15	25,303	34,849	0	جين (بما في ذلك اللبن المخثر)	0406
0.3	31	15,358	15,394	0	مخيض، لبن وقشدة، لبن رائب	0403

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين تحليل الصادرات التونسية ضمن هذا القطاع أن أهم منتج يتم تصديره ينحصر في الجبن، ونسبة نمو 15%. كما يتم تصدير مخيض اللبن (Buttermilk-Babeure) بنسبة نمو عالية (31%)
- ويلاحظ كذلك أن أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع موجهة بالأساس إلى ليبيا (81.9 %) و 11.3% إلى المغرب. ليست هنالك صادرات إلى مصر أو الأردن.

الأردن :

أهم الصادرات الأردنية ضمن هذا القطاع

الجدول رقم 63 : أهم الصادرات الأردنية من الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي،

منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
0.1	-2	-76,402	28,243	87	جين (بما في ذلك اللبن المخثر)	0406

0402	ألبان وقشدة مركزة	0	9,836	-87,771	-26	0
0407	بيض الطيور بقشرة طازج أو محفوظ	0	5,954	3,913	-25	0.1

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات الأردنية ضمن هذا القطاع تتمثل في الجبن
- أهم الوجهات التصديرية للأردن هي العراق (56.4%) والعربية السعودية (11.8%)
- لا توجد صادرات أردنية نحو الاتحاد الأوروبي

مصر :

أهم الصادرات المصرية ضمن هذا القطاع

الجدول رقم 64 : أهم الصادرات المصرية من الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي،

منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوات (الفترة 2009- 2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
1.2	-5	242,617	374,938	0	جبن (بما في ذلك اللبن المخثر)	0406
0.2	-17	13,608	14,059	0	ألبان وقشدة غير مركزة	0401
0	23	-378,4223	10,981	0	ألبان وقشدة مركزة	0402
0.1	-14	-170,385	5,675	42	زبدة وغيرها من مواد دسمة مشتقة من اللبن	0405

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المصرية ضمن هذا القطاع تتمثل في الجبن
- أهم الصادرات موجهة إلى العربية السعودية (22.3%) ثم ليبيا (20.8%)
- وتمثل الصادرات المصرية نحو الأردن نسبة 8.4% ونحو المغرب 1.1%

قواعد المنشأ التفصيلية

نظام البند المنسق	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ ، والتي يضاف عليها صفة المنشأ
من الفصل 4	ألبان ومنتجات صناعة الألبان؛ بيض طيور ؛ عسل طبيعي ؛ منتجات صالحة للأكل من أصل حيواني ، غير مذكورة ولا داخلة في مكان آخر	عمليات تصنيع يجب أن تكون فيها المواد المستخدمة من الفصل (04) قد تم الحصول عليها بالكامل
0403	مخيض، لبن وقشدة مخثران، لبن رائب، كفير وغيره من أنواع الألبان والقشدة المخمرة أو المحمضة، وإن كانت مركزة أو محتوية على سكر مضاف أو مواد تحلية أخر أو منكهة أو محتوية على فواكه أو أثمار قشرية أو كاكاو مضافة.	عمليات التصنيع يجب أن تكون فيها: -جميع المواد المستخدمة قد تم الحصول عليها بالكامل -أن اية عصائر فاكهة مستخدمة (عدا الأناناس، والليمون والجريب فروت) يجب أن يكون لها صفة المنشأ، و -لا تزيد قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) عن 30% من سعر المنتج تسليم أرض المصنع

4-1-1 الفصل 05: منتجات من أصل حيواني :

الجدول رقم 65

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		10,292,482	-464,525	12	100
المغرب	21,086	27,515	-53,744	-18	0.3
تونس	20,545	21,032	5,591	-1	0.2
مصر	20,546	13,810	-11,265	-4	0.1
الأردن	0	601	-43	57	0

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يلاحظ أن التجارة البينية لبلدان أغادير من هذه المنتجات محدودة جدا كما تجدر الإشارة أن كل البلدان من الاتفاقية معنية بالتصدير نحو الاتحاد الأوروبي

5-1-1 الفصل 06: منتجات المملكة النباتية :

الجدول رقم 66

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	نسبة النمو السنوية 2013-2012
العالم		21,656,909	2,661,430	2	4
مصر	35,875	65,344	63,576	24	9
المغرب	11,826	12,803	-34,920	7	19
تونس	3,786	4,668	-3,092	-17	-19

الأردن	15	934	-6,964	-10	35
--------	----	-----	--------	-----	----

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
نستخلص من الجدول أن مصر فقط هي التي تقوم بصادرات ذات قيمة كبيرة من منتجات هذا الفصل مع فائض في الميزان التجاري. في حين أن تونس والمغرب والأردن لديها عجز كبير في ميزانها التجاري من هذه المنتجات.

مصر : الجدول رقم 67

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009- (2013)
المجموع	جميع المنتجات	28,779,409	28,887,040	5	0.2
0601	بصيلات وبصيلات ودرنات وجذور درنية وبصلية، سيقان أرضية	28,763	29,943	29,321	23
0603	أزهار وبراعم أزهار، مقطوفة، لللباقات أو للتزيين،	6,469	29,316	29,216	43
					0.3

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
أهم الوجهات التصديرية لمصر تحت هذا الصنف هي: ليبيا (33.2%) تليها المملكة المتحدة (25.8%). الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير تقتصر على الأردن وبنسبة 0.5%

6-1-1 الفصل 07: خضر ونباتات وجذور ودرنات غذائية، صالحة للأكل:

الجدول رقم 68

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم	65,109,519	-2,693,619	6	100	
مصر	465,262	1,040,216	448,274	5	1.6
المغرب	776,096	828,095	758,852	8	1.3
الأردن	21,419	476,054	348,771	5	0.7
تونس	44,782	61,536	30,358	10	0.1

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
قيمة الصادرات من الخضروات لبلدان أغادير مرتفعة إذ بلغت 2406 مليون دولار أمريكي، وقد تصدرت مصر المرتبة الأولى (1040 مليار دولار)، تليها المغرب (828 مليون دولار) ثم الأردن (476 مليون دولار)، في حين أن صادرات تونس من هذه المنتجات محدودة بالمقارنة مع بالبلدان الأخرى.

مصر : الجدول رقم 69

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009- (2013)
المجموع	جميع المنتجات		28,779,409	-37,887,040	5
0703	بصل وعسقلان وثوم وكراث وخضر ثومية أخر، طازجة أو مبردة.	111,746	210,541	204,965	1
0701	بطاطس طازجة أو مبردة.	149,915	205,898	61,232	7
0710	خضر (غير مطبوخة أو مطبوخة البخار أو مسلوقة في الماء)، مجمدة.	40,728	185,218	180,981	8
0713	بقول قرنية يابسة مقشورة، وإن كانت منزوعة الغلالة أو مفلوكة أو مفصصة، أو مكسرة.	45,882	153,864	-280,644	7
0708	بقول قرنية مفصصة أو غير مفصصة، طازجة أو مبردة.	49,011	71,918	71,036	-2
0702	بندورة طازجة أو مبردة.	3,040	60,531	60,531	26
0709	خضر آخر،	20,512	56,001	55,940	-4
0.2					
3.6					
4.6					
3					
1.7					
5.4					
0.7					
0.5					

					طازجة أو مبردة.	
5.4	33	35,569	35,602	14,849	خضر محفوظة مؤقتا (ولكن غير صالحة بحالتها هذه للاستهلاك	0711
1	-1	33,811	35,440	23,852	خضر مجففة	0712
0.5	4	11,981	12,058	3,772	جذور المنيهوط (مانيق) والأرزروت والسحلب، قلقاس رومي، بطاطا حلوه، طازجة أو مبردة أو مجمدة أو مجففة	0714
0.3	-6	7,849	7,850	1,160	خس وهندباء (شيكوريام)، طازجة أو مبردة.	0705

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- البصل والثوم والكراث الطازج أو المبرد، والبطاطس هي من أهم الصادرات المصرية مع فائض كبير للميزان التجاري من هذه المنتجات
- كما يتم تصدير خضر محفوظة مؤقتا (ولكن غير صالحة بحالتها هذه للاستهلاك) مثل الزيتون الذي بلغت صادراته 17 مليون دولار سنة 2013 موجهة بالأساس إلى ليبيا والكويت.
- يتم تصدير البندورة الطازجة أو المبردة بقيمة 60 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو مرتفعة 26% نتيجة زيادة إنتاج البندورة الغير موسمية
- تصدر مصر إلى العربية السعودية (12.3%)، إيطاليا (10.8%) والمملكة المتحدة (9.6%)
- صادراتها من هذه المنتجات نحو بلدان أغادير: الأردن 3 % وتونس 0,7% والمغرب 0.1%

المغرب : الجدول رقم 70

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
5	11	434,268	434,268	429,043	بندورة طازجة أو	0702

					مبردة	
1.2	9	152,431	153,084	140,003	خضر أخرى طازجة أو مبردة	0709
11.2	-1	148,945	148,963	142,637	يقول قرنية مفصصة أو غير مفصصة، طازجة أو مبردة.	0708
6.2	15	39,311	41,159	29,673	خضر محفوظة مؤقتا (ولكن غير صالحة بحالتها هذه للاستهلاك	0711
0.3	20	-18,343	15,436	12,456	بطاطس طازجة أو مبردة.	0701
0.2	27	-1,876	10,987	5,302	بصل وعسقلان وثوم وكراث وخضر ثومية أخر، طازجة أو مبردة.	0703

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثلت صادرات المغرب من هذه المنتجات أساسا في : البندورة (الطماطم) والخضر الطازجة والمبردة والبقوليات المفصصة أو الغير مفصصة، مع فائض للميزان التجاري بالنسبة لهذه الفئة من المنتجات
- أهم الوجهات للصادرات المغربية هي فرنسا (50.4%) ثم اسبانيا (8.2%)
- ليست لديه صادرات نحو بلدان أغادير
- 8% من الصادرات وجهتها بلدان الخليج

الأردن : الجدول رقم 71

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009- (2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
3.6	14	316,319	316,319	378	بندورة طازجة أو مبردة	0702
0.6	-3	76,394	78,807	18,646	خضر أخرى طازجة أو مبردة	0709

0707	خيار وقتاء، خيار محبب، طازجة أو مبردة.	1,617	35,917	35,917	-13	1.5
0704	كرنب وملفوف وقرنبيط وخضر مماثلة طازجة أو مبردة.	175	14,599	14,585	0	0.6
0705	خس وهندباء (شيكوريام)، طازجة أو مبردة.	0	11,447	11,393	1	0.5
0701	بطاطس طازجة أو مبردة.	67	9,180	-31,048	13	0.2
0708	بقول قرنية مفصصة أو غير مفصصة، طازجة أو مبردة..	510	7,062	6,733	7	0.5

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات الأردنية تتمثل في البندورة (316 مليون دولار أمريكي) مع فائض في الميزان التجاري ونسبة نمو عالية.
- أهم الوجهات التصديرية للأردن هي على التوالي: الإمارات العربية المتحدة (19.4%)، والعربية السعودية (14.5%) ثم الكويت (13.4%).
- لا توجد لديه صادرات إلى بلدان اتفاقية أغادير.

ملاحظة : يوجد تكامل بين بلدان الاتفاقية من شأنه أن يسهل الاندماج بين البلدان :

مصر تصدر البطاطس والبصل، والبقول والخضر المبردة والمجمدة

المغرب يصدر البندورة (الطماطم) الجزر والخضر المحفوظة مؤقتاً والخضر المجففة

يصدر الأردن منتجات غير موسمية كالبندورة والخص والخيار والكرنب

7-1-1 الفصل 08: فواكه وأثمار صالحة للأكل، قشور حمضيات وقشور بطيخ أو شمام:

الجدول رقم 72

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		96,768,237	-7,975,121	9	100
مصر	461,539	1,010,035	609,653	0	1
المغرب	623,210	699,905	566,750	7	0.7
تونس	119,746	299,563	284,4756		0.3
الأردن	1,901	198,537	-31,194	31	0.2

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
بلغت صادرات بلدان اتفاقية أغادير من الفواكه والأثمار 2208 مليون دولار أمريكي. وقد تصدرت مصر المجموعة (1010
مليون دولار أمريكي) يليها المغرب (700 مليون دولار) ثم تونس (300 مليون دولار) والأردن (200 مليون دولار)

مصر : الجدول رقم 73

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
4.1	-1	533,021	533,303	251,242	حمضيات، طازجة أو مجففة.	0805
1.9	-3	175,033	183,730	146,545	عنب، طازج أو مجفف	0806
1.6	9	153,105	161,631	42,758	فواكه أخرى، طازجة	0810
0.7	3	43,742	57,258	1,462	تمر وتين وجوافة ومانجة، ومانجوستين، طازجة أو مجففة.	0804
0.7	21	23,758	27,126	13,577	فواكه وثمار غير مطبوخة أو مطبوخة مجمدة،	0811
0.6	2	17,287	17,706	1,841	بطيخ (بما فيه الشمام) وبابايا، طازج	0807
0.3	19	-4,835	16,411	2,091	مشمش وكرز أو برقوق أوخوخ (بما فيه الدراق الأملس "تيكتارين")	0809
0.1	-19	-13,530	9,022	0	موز، بما فيه موز البلاتان، طازج أو مجفف	0803

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المصرية تتمثل في الحمضيات (533 مليون دولار أمريكي)، والعنب (183 مليون دولار)، مع فائض في الميزان التجاري بالنسبة لهذه المنتجات
- الصادرات المصرية موجهة بالأساس إلى العربية السعودية (14.1 %) ثم روسيا (13.9 %) والعراق (10%)
- أما صادراتها نحو بلدان أغادير فهي كالاتي : الأردن (2.3 %)، المغرب (1.4 %)، تونس (0.1 %)

المغرب : الجدول رقم 74

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)
المجموع	جميع المنتجات		22,178,222	-23,437,438	12
0805	حمضيات، طازجة أو مجففة.	348,335	414,893	414,869	5
0811	فواكه وثمار غير مطبوخة أو مطبوخة	95,830	98,998	97,944	20
0810	فواكه أخرى، طازجة.	88,206	92,515	89,753	21
0807	بطيخ (بما فيه الشمام) وبابايا، طازج	62,140	63,240	63,107	-2
0806	عنب، طازج أو مجفف	12,328	12,397	10,182	-9
0809	مشمش وكرز أو برقوق أوخوخ (بما فيه الدراق الأملس "نيكتارين")	7,592	7,659	7,399	-4
0802	ثمار قشرية أخر، طازجة أو جافة، بقشرها أو بدونه	6,018	6,121	-5,388	2

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تتمثل أهم الصادرات المغربية تحت هذا البند في الحمضيات (415 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق التصديرية هي روسيا (27.3 %)، وفرنسا (18.6 %) وهولندا (15.1 %)
- صادرات المغرب نحو بلدان أغادير تكاد لا تذكر (تونس 0.1 %)

تونس : الجدول رقم 75

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	4	-7,205,930	17,060,465		جميع المنتجات	المجموع
3	7	233,855	234,777	97,287	تمر وتين وجوافة ومانجة، ومانجوستين، طازجة أو مجففة.	0804
0.3	15	18,425	18,431	1,500	مشمش وكرز أو برقوق أوخوخ (بما فيه الدراق الأملس "تيكتارين")	0809
0.1	-10	11,650	11,675	10,785	حمضيات، طازجة أو مجففة.	0805
0.4	10	11,600	11,633	4,471	بطيخ (بما فيه الشمام)	0807
0.1	55	5,793	6,197	440	عنب، طازج أو مجفف	0806
0	-9	5,289	5,289	51	فاح وكمثرى وسفرجل، طازجة	0808

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثل التمور أهم الصادرات التونسية تحت هذا الفصل (234 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق هي المغرب (18.5 %)، وفرنسا (13.5 %) وليبيا (12.7 %)
- نسبة 40 % من صادرات الفواكه والثمار الصالحة للأكل موجهة نحو الاتحاد الأوروبي

الأردن : الجدول رقم 76

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوات (الفترة 2009- 2013)
المجموع	جميع المنتجات		7,919,621	-13,629,395	6
0809	مشمش وكرز أو برقوق أوخوخ (بما فيه الدراق الأملس "تيكتارين") برقوق وقرصية ، طازجة	0	109,987	103,098	36
0805	حمضيات، طازجة أو مجففة.	0	54,350	18,873	66
0810	حمضيات، طازجة أو مجففة.	826	8,729	-1,149	79
0807	بطيخ (بما فيه الشمام) وبابايا، طازج	42	8,219	7,989	-16
0804	تمر وتين وجوافة ومانجة، ومانجوستين، طازجة أو مجففة	0	7,437	-17,548	21

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات الأردنية تحت هذا الفصل تتمثل في المشمش بقيمة 96 مليون دولار، و الخوخ الطازج بقيمة 12.428 مليون دولار
 - أهم الأسواق التصديرية هي العراق (57.2 %) وفرنسا (13.5 %) والعربية السعودية (18.4 %)
 - صادرات الأردن نحو بلدان أغادير محدودة : مصر (0.9 %) والمغرب (0.5 %)
- ملاحظة :** توجد فرص تكاملية بين الدول الأعضاء لاتفاقية أغادير من شأنها تسهيل الاندماج فيما بينها

8-1-1 الفصل 09: بن وشاي ومته وبهارات وتوابل:

الجدول رقم 77

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		42,831,589	145,929	11	100
مصر	3,416	46,052	-452,475	-14	0.1
المغرب	16,958	43,658	-287,687	11	0.1
تونس	11,668	34,793	-39,166	6	0.1
الأردن	400	25,097	-99,353	29	0.1

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
صادرات بلدان اتفاقية أغادير من "البن والشاي والبهارات والتوابل" محدودة ولديها عجز في الميزان التجاري تحت هذا الفصل.

9-1-1 الفصل 10: حبوب:

الجدول رقم 78

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		119,830,778	-6,037,257	13	100
مصر	43,199	205,653	-4,523,728	-28	0.2
المغرب	470	11,320	-1,524,392	11	0
الأردن	1,294	9,277	-755,964	19	0
تونس	0	53	-992,901	174	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
نستخلص من خلال الجدول أن مصر فقط تصدر بقيمة كبيرة من الحبوب مع عجز هام في الميزان التجاري تحت هذا الفصل ونسبة نمو بطيئة، كما أنه لدى المغرب والأردن عجز هام في الميزان التجاري. ولا توجد صادرات تونسية من الحبوب.

10-1-1 الفصل 11: منتجات مطاحن ؛ شعير ناشط (مالت) ؛ نشاء حبوب أو جذور أو درنات، إينولين ؛

دابوق القمح (جلوتين):

الجدول رقم 79

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		18,390,241	-1,003,818	9	100
المغرب	127	79,713	71,519	36	0.4

0.4	7	22,819	65,094	826	مصر
0	-16	-6,639	7,255	116	تونس
0	2	-23,452	4,476	0	الأردن

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن المغرب ومصر يقومان بصادرات بقيمة هامة من المنتجات المنصوية تحت هذا الفصل وينسبة نمو عالية. كما توجد في هذا المجال فرص لتنمية الصادرات نحو بلدان الاتفاقية والاتحاد الأوروبي خاصة في مجال المنتجات العضوية ومنتجات الحمية.

المغرب : الجدول رقم 80

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
1.5	36	78,734	78,838	55	دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم	1101

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المغربية تقتصر على القمح ودقيق الحنطة
- تصدر المغرب إلى غينيا (76.9 %) وانغولا (17.5 %)
- ليست لديها صادرات نحو بلدان أغادير

مصر : الجدول رقم 81

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
0.7	9	34,563	36,082	4	دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم	1101
1.7	-10	10,528	10,531	446	دقيق وسميد	1105

	ومساحيق ورقائق وحبيبات وكريات بطاطا مكنلة					
1108	نشاء؛ إينولين	248	7,581	-17	37	0.2
1107	شعير ناشط (مالت)،	0	6,679	6,181	143	0.2

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المصرية تقتصر على " دقيق الحنطة (قمح) أو دقيق خليط حنطة مع شيلم"
- تصدر مصر إلى أهم الأسواق التالية: الصومال (21.5 %)، إريتريا (16.9 %)، ليبيا (13.1 %)، وسوريا (10.1 %)
- أما صادراتها نحو بلدان أغادير فهي كالتالي : الأردن 3.9 %، تونس 2.3 %، المغرب 0.1 %.

11-1-1 الفصل 12: حبوب وبنذور وأثمار زيتية ؛ حبوب وبنذور وأثمار متنوعة ؛ نباتات للصناعة أو للطب

الجدول رقم 82

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2009-2013	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		99,229,248	-6,111,405	15	100
مصر	108,767	286,064	-1,003,768	1	0.3
المغرب	70,087	91,651	-69,804	10	0.1
الأردن	487	8,321	-111,096	23	0
تونس	3,977	4,183	-332,306	-6	0

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

نستخلص من الجدول السابق أن لدى مصر عائدات هامة من صادرات البذور والنباتات الطبية، يليها المغرب. لكن ميزانها التجاري يشهد عجزا كبيرا مقارنة بالميزان التجاري المغربي، ويعزى ذلك إلى أهمية الإنتاج المغربي في هذا المجال الذي سجل نسب عالية من النمو. في حين أن صادرات تونس في المجال تبقى محدودة جدا.

مصر : الجدول رقم 83

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
3.2	4	100,179	109,845	56,351	النباتات الطبية	1211
1.6	-10	31,503	36,129	25,796	فول سوداني،	1202

					غير محمص	
1.1	17	30,199	30,242	6,102	ملفوف لفتي علفي وشوندر (بنجر) علفي وجذور علفية وكلاء وبرسيم (فصة) ونفل	1214
0.4	-5	-75,604	26,708	3,328	بذور وثمار ونوى معده للبذار	1209
1.5	3	15,664	24,977	64	قرون خرنوب (خروب) طازجة أو مبردة أو مجمدة	1212
0.4	-2	-40,244	16,019	3,626	أثمار وبذور زيتية أخرى، وإن كانت مكسر	1207
25	-8	15,055	15,112	63	لب نارجيل (كوبرا).	1203
1.1	126	4,950	9,980	8,752	بذر كتان، وإن كان مكسراً	1204

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم المنتجات المصرية المصدرة تحت هذا الصنف هي النباتات الطبية بقيمة تعادل 110 مليون دولار أمريكي
- أهم الوجهات هي إيطاليا (10.3 %)، الولايات المتحدة (10.3 %)، وألمانيا (9.9 %)
- الصادرات المصرية نحو بلدان أغادير هي كالتالي : المغرب 4% ، الأردن 3.2 %، وتونس 1.3 %
- نسبة 38 % من الصادرات المصرية من هذا المنتج موجهة نحو الاتحاد الأوروبي.

المغرب : الجدول رقم 84

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
69	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
7	13	43,386	47,711	37,704	قرون خرنوب (خروب) طازجة أو مبردة أو مجمدة	1212

1211	النباتات الطبية	25,793	37,309	33,427	6	16
------	-----------------	--------	--------	--------	---	----

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المغربية تحت هذا الفصل تتمثل في الخروب والنباتات الطبية، مع نسبة نمو مرتفعة
- أهم الأسواق : اسبانيا (24.4 %)، إيطاليا (14.6 %) وفرنسا (11 %)
- الصادرات المغربية نحو بلدان أغادير هي كالتالي : مصر 0.3 %، الأردن 0.1 %، لا توجد صادرات نحو تونس
- 76.4 % من الصادرات المغربية موجهة إلى الاتحاد الأوروبي

قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

البند المنسق	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ ، والتي يضاف عليها صفة المنشأ
الفصل 12	حبوب وبذور وأثمار زيتية ؛ حبوب وبذور وأثمار متنوعة ؛ نباتات للصناعة أو للطب	التصنيع الذي يتضمن جميع المواد من الفصول 12 والتي يتم الحصول عليها بالكامل
الفصل 2	لحوم وأحشاء وأطراف صالحة للأكل	التصنيع في جميع المواد المستخدمة بالفصلين 1 و 2 يتم الحصول عليها بالكامل

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

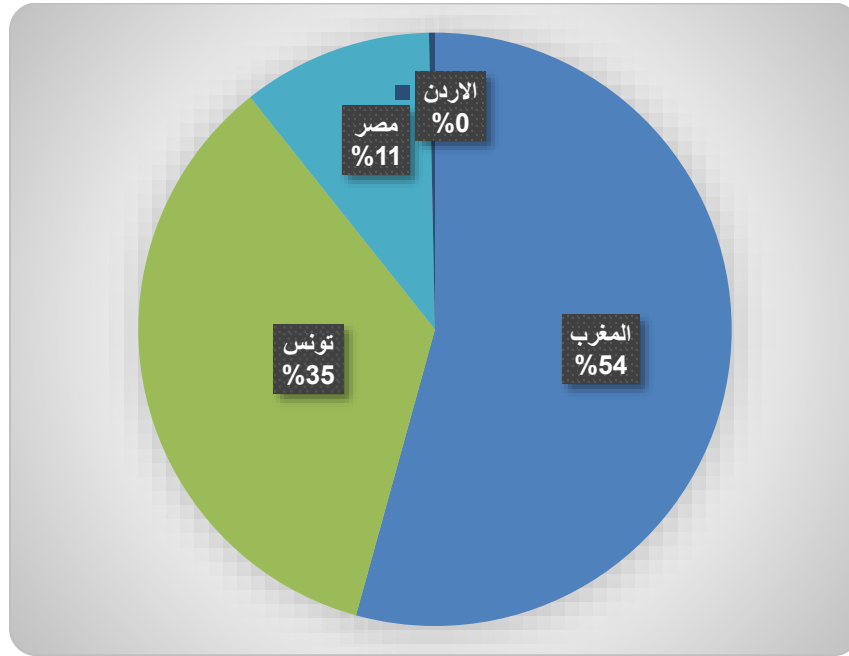
2-1 الصناعات الغذائية:

الجدول رقم 85

الوحدة : 1000 دولار أمريكي

البلد المصدر	قيمة الصادرات سنة 2003	قيمة الصادرات سنة 2010	قيمة الصادرات سنة 2011	قيمة الصادرات سنة 2012	قيمة الصادرات سنة 2013
مجموع بلدان الاتفاقية	752,705	964,407	941,936	1,015,567	1,180,735
المغرب	591,065	566,353	547,810	591,255	641,000
تونس	295,922	258,420	250,200	297,671	413,441
مصر	65,163	138,596	143,214	125,251	122,467
الأردن	555	1,038	712	1,390	3,827

الحصة من قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي لكل بلد من بلد اتفاقية أغادير سنة 2013



التجارة الثنائية بين بلدان أغادير والاتحاد الأوروبي (27 دولة)

الجدول رقم 86

الوحدة : 1000 دولار أمريكي

رمز المذ تج	تسمية المنتج	صادرات بلدان أغادير نحو الاتحاد الأوروبي (27 دولة)			واردات الاتحاد الأوروبي (27 دولة) من العالم			صادرات بلدان أغادير نحو العالم		
		2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011
المج موع	كافة المنتجات	33,957,820	32,526,489	36,372,051	5,895,702,119	5,819,686,055	6,209,123,061	75,937,717	75,718,772	79,042,824
18	كاكاو ومحضرا ته	557	391	1,301	23,004,145	21,383,174	24,538,262	139,993	128,140	107,785
19	محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب ؛ فطائر	23,354	19,382	16,875	27,249,641	24,776,249	24,955,080	367,423	330,009	349,419
21	محضرات غذائية منوعة	32,944	27,982	28,165	24,763,693	23,183,183	23,856,937	411,065	330,625	304,489
22	مشروبا ت، سوائل كحولية وخل	42,773	52,744	68,994	45,569,812	43,097,747	45,155,807	155,136	155,907	164,725
17	سكر ومصنوع ات سكرية	50,098	35,490	51,761	16,197,837	15,459,747	15,657,498	417,815	302,484	480,238
20	محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من أجزاء أخرى من النباتات	169,078	162,962	184,820	28,043,581	26,389,873	27,788,590	622,159	599,262	577,334
16	حضررات لحوم	424,958	371,608	320,743	22,008,122	20,686,966	21,057,560	829,372	785,433	630,916

									وأسماء أو قشريات أو	
1,047,937	1,086,969	1,194,960	32,795,915	31,979,711	33,809,020	436,973	344,708	269,077	شحوم ودهن وزيوت حيوانية أو نباتية	15

1-2-1 الفصل 15 : شحوم ودهون وزيوت حيوانية أو نباتية ومنتجات تفككها ؛ دهون غذائية محضرة ؛
شموع من أصل حيوان أو نباتي

تونس :

الجدول رقم 87 : الصادرات التونسية من الشحوم والدهون والزيوت النباتية والحيوانية

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في الصادرات العلمية	الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالإلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
4	9	8	481911	351795	زيت الزيتون البكر	150910
2	9.7	33	58491	6	زيوت ودهون نباتية ثابتة آخر وإن كانت مكررة، غير معدلة كيميائيا	151529
9	2.6	7	46147	509	مرجرين من أصل نباتي	151710
6	1.8	-4	22681	2562	زيت زيتون وجزيئاته، وإن كان مكرراً	150990
24	0.3	52	16340	783	دهون وزيوت نباتية وجزيئاتها	151620
					زيوت آخر وجزيئاتها من	151000

4	3.3	-5	13807	1232	زيتون فقط، وإن كانت مكررة	
27	0.7	35	13259	13	زيت فول الصويا وجزيئاته، وإن كان مكرراً ولكن غير معدل كيميائياً	150790

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تتمتع تونس بإمكانات كبيرة للتجارة في مجال زيت الذرة. كما يبينه الجدول السابق.
- أهم منتج يتم تصديره هو زيت الزيتون والزيوت النباتية والمرغرين، فقد كانت معدلات النمو السنوية لهذه المنتجات خلال الفترة 2009-2013 على التوالي: 8 %، 7 % و 7 %.

مصر :

الجدول رقم 88 : الصادرات المصرية من الشحوم والدهون والزيوت النباتية والحيوانية

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في الصادرات العلمية	الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
3	8.6	140	120631	639	زيوت ودهون نباتية ثابتة وجزيئاتها، غير معدلة كيميائياً.	151590
14	1.7	13	32269	21	زيت فول الصويا وجزيئاته، وإن كان مكرراً	150790
22	0.8	56	28483	188	زيوت بذور عباد الشمس أو بذور القطن وجزيئاته..	151219

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المصرية تحت هذا الفصل تتمثل في الزيوت والدهون النباتية، زيت الصويا، وزيت الذرة. وبمعدل نمو سنوي على التوالي 140 % ، 13 % و 56 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- تصدر مصر منتجاتها من الزيوت النباتية الى العراق (56.9 %) وسوريا (20.9 %)، أما صادراتها من زيت الصويا فموجهة إلى لبنان (33.8 %) والأردن (26.5 %) وسوريا (9.9 %)، وبالنسبة لزيت الذرة فيتم تصديره الى الأردن (41.6 %) وسوريا (37.5 %) ولبنان (8.4 %).

- كما تجدر الإشارة الى تطور صادرات زيت الزيتون قد مرت من 0,635 مليون دولار سنة 2009 الى 5,351 مليون دولار سنة 2013 محققة بذلك نسبة نمو سنوية مرتفعة بـ 148%. الصادرات المصرية من زيت الزيتون موجهة أساسا الى اسبانيا والولايات المتحدة الامريكية.

المغرب :

الجدول رقم 89 : الصادرات المغربية من الشحوم والدهون والزيوت النباتية والحيوانية

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الحصة من الصادرات العالمية
150420	دهون وزيوت وجزيئاتها، من أسماك، عدا زيت الكبد	24499	32228	5	1.8
151590	زيوت ودهون نباتية ثابتة وجزيئاتها، وإن كانت مكررة، ولكن.	20463	22344	16	1.6
150910	- زيت العصرة الأولى (زيت بكر)	3885	16687	25	0.3

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المغربية تتمثل في الدهون وزيوت الأسماك، الزيوت والدهون النباتية، وزيت الزيتون البكر والتي شهدت معدلات نمو سنوية خلال الفترة 2009-2013 على التوالي : 5%، 16%، و25%.
- وتصدر المغرب منتجاتها من دهون وزيوت الأسماك إلى فرنسا (59.8%)، وألمانيا (18.1%)، وتصدر زيت الزيتون البكر إلى الولايات المتحدة (57.1%) والصين (12%).

1-2-2 الفصل 16 : محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات أو لافقريات مائية أخرى

تونس :

تمثل حصة تونس من الصادرات العالمية لهذه المنتجات 0.1 % وتحتل بذلك المرتبة 73، هذا وقد تراجعت تونس عن موقعها بعشرين مرتبة مقارنة بسنة 2009

الجدول رقم 90 : الصادرات التونسية من محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في الصادرات العالمية	الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
14	1.4	26	19361	7499	سردين وساردينلا ورنجة صغيرة أو أسبرط	160413
7	3.5	21	7499	3217	أسماك انشوجة	160416
41	0	31	3252	1138	تونه وبونيت مخطط البطن وبونيت (ساردا)	160414
49	0.1	-12	2475	1745	أسماك محضرة أو محفوظة آخر	160420

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق أن أهم الصادرات التونسية من هذا القطاع تمثلت في السردين والانشوجة والتونة المحفوظة، مع نمو محتمل لأداء الصادرات ونسب نمو سنوية للصادرات مرتفعة بلغت على التوالي 26 %، 21 % و 31 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- الصادرات التونسية موجهة بالأساس نحو إيطاليا، سوريا، ليبيا وفرنسا. صادراتها نحو بلدان أغادير تكاد لا تذكر.

الأردن :

تمثل حصة الأردن من الصادرات العالمية لهذه المنتجات 0.2 % وتحتل بذلك المرتبة 57، هذا وقد قفزت الأردن بستة مراتب عن موقعها مقارنة بسنة 2009

الجدول رقم 91 : الصادرات الأردنية من محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات

المؤشرات التجارية						
-------------------	--	--	--	--	--	--

الرمز	تسمية المنتج	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الحصة من الصادرات العالمية	المرتبة في الصادرات العالمية
160250	محضرات وأصناف محفوظة آخر من لحوم أو من أحشاء وأطراف من فصيلة الأبقار	0	55872	30	11	
160100	سجق (قلبض أو رفيع) ومنتجات مماثلة من لحوم أو من أحشاء وأطراف أو	0	13755	64	0.3	37
160290	محضرات وأصناف محفوظة آخر من لحوم أو أطراف وأحشاء من حيوانات:	0	2134	150	0.9	19

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الرجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات الأردنية تمثلت في لحوم الأبقار وأحشاء اللحوم، النقانق، محضرات وأصناف آخر من لحوم وأطراف.
- أغلبية المنتجات المصدرة لديها نسبة نمو سنوية مرتفعة خلال الفترة 2009-2023 إذ تم تسجيل نسب نمو بـ 150% للمنتجات المذكورة أعلاه
- الأردن من بين المصدرين الكبار في العالم (الخمسة العشر الأوائل) لمنتجات لحوم الأبقار وأحشاء اللحوم
- الصادرات الأردنية موجهة بالأساس إلى العراق (32.6 %)، العربية السعودية (20.6%)، الإمارات العربية المتحدة (14.5%). في حين أن التجارة البينية مع بلدان أغادير ليست بالهامة ماعدا مع مصر والتي بلغت قيمتها 2.6 مليون دولار أمريكي ونسبة 3.6% من الصادرات. ويعتبر هذا القطاع الفرعي فرصة لتنمية التصدير نحو بلدان أغادير والاتحاد الأوروبي.

المغرب :

تمثل حصة المغرب من الصادرات العالمية لهذه المنتجات 1.4 % وتحتل بذلك المرتبة 18

الجدول رقم 92 : الصادرات المغربية من محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات

المؤشرات التجارية					
الرمز	تسمية المنتج	قيمة الصادرات	قيمة الصادرات	نسبة النمو السنوية	الحصة من
					المرتبة في

الصادرات العالمية	الصادرات العالمية	(الفترة 2009-2013)	سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
1	31.8	3	449524	170823	سردين وساردينلا ورنجة صغيرة أو أسبرط	160413
5	5.1	7	118009	110035	أسماك محضرة أو محفوظة أخر	160420
2	11.4	8	75866	72444	أسماك محضرة أو محفوظة اسمقرى (ماكريل)	160415
1	20	-5	42609	34148	أسماك انشوجة	160416
19	0.4	-4	19275	19276	قشريات ورخويات مائية أخر، محضرة أو محفوظة.	160520

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المغربية تحت هذا العنوان تمثلت في محضرات السردين والأسماك، القشريات والرخويات، مع نمو محتمل للأداء ونسب مرتفعة للنمو السنوي للصادرات تتراوح بين 8% و 3% خلال الفترة 2009-2013.
- الصادرات المغربية موجهة بالأساس نحو الاتحاد الأوروبي ، اسبانيا (13.2%)، إيطاليا (12.4%)، فرنسا (2.1%)
- الصادرات المغربية نحو بلدان الاتفاقية تكاد لا تذكر
- يحتل المغرب المكانة المتلى في هذا المجال تمكنه من أن يلبي حاجيات البلدان الأخرى من اتفاقية أغادير

مصر :

الصادرات المصرية في هذا القطاع محدودة، إذ يتم فقط تصدير لحوم الطيور ومحضرات القشريات والرخويات. باتجاه الكويت (53.8%) والولايات المتحدة (23.2%) والإمارات العربية (7,6%). في حين أن الصادرات نحو بلدان أغادير غير هامة. كما أن صادراتها هذه المنتجات قد سجلت نسب عالية للنمو السنوي كانت على التوالي 240% و 29%.

الجدول رقم 93 : الصادرات المصرية من محضرات لحوم وأسماك أو قشريات أو رخويات

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في الصادرات العالمية	الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في		

			أمريكي	1000/2013 دولار أمريكي		
44	0.1	240	3783		محضرات الطيور الدواجن من ديوك أو دجاجات	160232
60	0	29	1326	0	قشريات ورخويات ولافقرات مائية أخر، محضرة أو محفوظة	160540

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

الخاتمة :

تتراوح النسب الجمركية الموظفة من المصالح الأوروبية على مثل هذه المنتجات بين 15 و25% وذلك في إطار معاملة الدولة الأولى بالرعاية (MNF) ، مما يمكن بلدان اتفاقية أغادير من ميزة تفضيلية على الأسعار المتوسطة عند تصدير اللحوم أو محضرات منتجات البحر بـ 20% من خلال استغلال تراكم المنشأ. وفي واقع الأمر فإن الاستفادة من التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي يشترط أن تكون المواد الأولية الكاملة المستعملة تم الحصول عليها من بلدان الاتفاقية كما يبرزه الجدول التالي:

. قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

بنود النظام المنسق	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ، والتي يضاف عليها صفة المنشأ
الفصل 16	محضرات لحوم وأسماك أوقشريات وقشريات	التصنيع: من الحيوانات من الفصل 1/أو التي يتم الحصول عليها بالكامل من الفصل 3

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

1-2-3 الفصل 17 : سكر ومصنوعات سكرية

مصر :

حصة مصر من الصادرات العالمية لهذا المنتج تمثل فقط 0.09 % وتحتل المرتبة رقم 94 عالمياً، ويبين الجدول التالي أهم الصادرات المصرية تحت هذا الفصل :

الجدول رقم 94 : الصادرات المصرية من السكر والمصنوعات السكرية

المؤشرات التجارية		
-------------------	--	--

الرمز	تسمية المنتج	قيمة الصادرات نحو	قيمة الصادرات	نسبة النمو السنوية	الحصة من	المرتبة في
		الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	(الفترة 2009-2013)	الصادرات العالمية	الصادرات العالمية
170199	سكر قصب أو سكر شوندر (بنجر) مكرر	246	169976	6	1.2	23
170490	مصنوعات سكرية	501	43374	-14	0.4	41
170410	لبان المضغ (علك)	6	42435	5	4.1	8
170390	عسل أسود (دبس سكر) متنوع	23532	37007	20	10.3	3
170310	عسل أسود (دبس سكر) من القصب	20997	30786	73	4.6	10
170191	سكر يحتوي على منكهات	15	4149	-47	1.5	13

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الصادرات المصرية تحت هذا الصنف: السكر المكرر، المصنوعات السكرية، العلك والدبس
- شهدت معظم المنتجات المصدرة ارتفاعا استثنائيا في نسب النمو السنوية من حيث القيمة، إذ ارتفعت صادرات دبس السكر من القصب بنسبة 73 % والدبس المتنوع بنسبة 20 % وتحل السودان المرتبة الأولى من حيث الأسواق التصديرية (23.3%) ثم كينيا (10.5%) وهولندا (8.4%). أما الصادرات المصرية من هذه المنتجات نحو بلدان الاتفاقية فقد كانت بنسبة 2.6 % نحو المغرب، و1.7 % نحو الأردن. هذا ويمكن أن يتم تصدير هذه المنتجات نحو بلدان أغادير كمادة أولية لإنتاج مادة الخميرة، إلا أن العائق الذي يعترض ذلك هي ارتفاع تكلفة النقل.

لم يتم اعتبار هذا القطاع ذو أولوية في إطار أهداف هذه الدراسة (التكامل الصناعي للتصدير إلى الاتحاد الأوروبي) لأن أغلبية صادرات مصر هي من المواد الأولية (ميزان تجاري متوازن) لا يمكن أن تتنافس في السوق الأوروبية للوفرة الكبيرة من الإنتاج صلب الاتحاد الأوروبي، وأن بلدان أغادير تستورد حاجياتها من السوق العالمية التي توفر أسعار تنافسية حسب المواسم.

لمغرب :

حصة المغرب من الصادرات العالمية لهذا المنتج تمثل فقط 0.1% وتحل المرتبة رقم 86 عالميا.

الجدول رقم 95 : الصادرات المغربية من السكر والمصنوعات السكرية

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في	الحصة من	نسبة النمو السنوية	قيمة الصادرات	قيمة الصادرات		

الصادرات العالمية	الصادرات العالمية	(الفترة 2009-2013)	سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
44	0.3	28	32248	1238	مصنوعات سكرية	170490
77	0	74	3443	187	سكر قصب أو سكر شوندر (بنجر) مكرر	170199

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثل المنتجات السكرية أهم الصادرات المغربية تحت هذا الفصل، مع نسبة نمو سنوية مرتفعة تقدر بـ 28 % . كما شهدت صادرات السكر المكرر إمكانيات مرتفعة في النمو بنسبة 74 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- وتصدر المغرب بالأساس نحو السنغال (14.1%) والكاميرون (12%) والأردن (7.3%)

تونس :

حصة تونس من الصادرات العالمية لهذا المنتج تمثل فقط 0.05% وتحتل المرتبة رقم 96 عالميا.

الجدول رقم 96 : الصادرات التونسية من السكر والمصنوعات السكرية

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
المرتبة في الصادرات العالمية	الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
53	0.1	3	13817	1103	مصنوعات سكرية	170490
60	0.1	-26	1111	69	لبان المضغ (علك) وإن كان مكسو بالسكر	170410

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تمثلت أهم الصادرات التونسية تحت هذا الفصل في المصنوعات السكرية والعلك، وينسب النمو السنوية التالية 3 % و - 26%.
- التجارة البينية مع بلدان اتفاقية أغادير محدودة جدا، أقل من 0.5 % نحو الأردن.

قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

بنود النظام المنسق	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ، والتي يضاف عليها صفة المنشأ
الفصل 17	سكر ومصنوعات سكرية	التصنيع: من كل المواد من أي بند
1701	سكر قصب أو سكر شوندر (بنجر) وسكر نقي كيماويا ، بحالته الصلبة	التصنيع للمواد المذكورة بالفصل 17 والتي لا يتجاوز قيمتها 30 % من سعر المنتج أرض المصنع

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول أعلاه أن المنتجات التي تحتوي على السكر بنسبة تتجاوز 30% مثل الحلاوة الطحينية (الحلوى الشامية)، ولبان المضغ، ومصنوعات سكرية أخرى، ستحتاج إلى تراكم المنشأ عند تصديرها إلى الاتحاد الأوروبي. كما أن الرسوم الجمركية للاتحاد الأوروبي وفقاً لمبدأ الدولة الأكثر رعاية MFN مرتفعة جداً لهذا المنتج مما يعني الحاجة إلى تراكم المنشأ للدخول بدون رسوم جمركية إلى الاتحاد الأوروبي.

1-2-4 الفصل 18 : كاكاو ومحضراته :

تونس :

الجدول رقم 97 : الصادرات التونسية من الكاكاو ومحضراته

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الحصة من الصادرات العالمية
180632	شوكولاته ومحضرات غذائية أخرى تحتوي على كاكاو غير محتشوشكل قطع أو ألواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ	0	27752	4	0.7
180690	شوكولاته ومحضرات أخرى تحتوي	0	6195	5	0
					26
					60

					على الكاكاو	
--	--	--	--	--	-------------	--

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق إن أهم الصادرات التونسية متمثلة في "الشوكولاتة ومحضرات غذائية أخر تحتوي على كاكاو بشكل قطع أو ألواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ"، و "شوكولاتة ومحضرات أخرى تحتوي على الكاكاو" وبنسب نمو سنوية على التوالي 4 % و 5% خلال الفترة 2009-2013.
- تصدر تونس نسبة 88.8% من الشوكولاتة ومحضرات الكاكاو و نسبة 83.6% من والمحضرات الأخرى التي تحتوي على الكاكاو باتجاه ليبيا

مصر :

الجدول رقم 98 : الصادرات المصرية من الكاكاو ومحضراته

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الحصة من الصادرات العالمية
180631	شوكولاته ومحضررات غذائية أخر تحتوي على كاكاو بشكل قطع أو ألواح أو أصابع محشوة لا تتعدى 2 كغ	111	50411	23	1.2
180632	شوكولاته ومحضررات غذائية أخر تحتوي على كاكاو غير محشوة بشكل قطع أو الواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ	2	27752	4	0.7
22					

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق ان أهم الصادرات المصرية متمثلة في "الشوكولاتة ومحضرات غذائية أخر تحتوي على كاكاو بشكل قطع أو ألواح أو أصابع لا تتعدى 2 كغ" و "شوكولاتة ومحضرات غير محشوة أخرى تحتوي على الكاكاو" وبنسب نمو سنوية على التوالي 23 % و 4% خلال الفترة 2009-2013.
- يتم تصدير هذه المنتجات في مجملها الى العربية السعودية.

قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

أما بخصوص تراكم المنشأ فلا يمكن الاستفادة منه نظرا أن الملحق رقم II من الاتفاقية الاورومتوسطية يشترط أن عمليات التصنيع تكون جميع المواد المستخدمة فيها مصنفة تحت أي بند خلاف البند الجمركي للمنتج، علما بأن بلدان أغادير ليس لها إنتاج من الكاكاو .

1-2-5 الفصل 19 : محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب و فطائر:

الجدول رقم 99 : قيمة الصادرات حسب البلد من محضرات أساسها الحبوب أو الدقيق أو النشا أو الحليب

الرمز	المنتج	المغرب			تونس		
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة صادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة صادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)
1902	عجائن غذائية	13768	24582	31	7488	77285	5
1905	خبز وفطائر وكعك وبسكويت وغيرها من منتجات المخابز	1108	5209	7	238	46175	7
الرمز	المنتج	الاردن			مصر		
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة صادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة صادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)
1902	عجائن غذائية	1	4254	76	90	65274	12
1904	منتجات متحصل عليها من رقائق حبوب غير محمصة	42	1246	11	323	13483	8
1905	خبز وفطائر وكعك وبسكويت وغيرها من منتجات المخابز	151	35074	12	110	69870	21
1903	تابيوكا وأبدالها محضرة من النشا، بشكل حواصب (رقائق) أو حبيبات	0	6491	57		506	83

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

تونس : الجدول رقم 100

الرمز	المنتج	قيمة الصادرات في 2013 (ألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (ألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
190219	عجائن غذائية غير مطبوخة ولا محشوة ولا محضرة بطريقة أخرى	66036	65499	5
190531	بسكويت محلي	27529	26379	16
190590	رقائق الختم، برشام من النوع المناسب للاستعمال الصيدلي	17079	15384	-2
190240	كسكسي	11072	11057	6

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق إن أهم الصادرات التونسية متمثلة في العجائن الغذائية، البسكويت المحلي، رقائق الختم والكسكسي وينسب نمو سنوية على التوالي 5 %، 16 %، -2 % و 6 % خلال الفترة 2009-2013. أهم الأسواق التصديرية لهذه المنتجات هي ليبيا (24.9%)، النيجر (8.2%) والجزائر (4.5%).

مصر : الجدول رقم 101

الرمز	المنتج	قيمة الصادرات في 2013 (ألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (ألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
190219	عجائن غذائية غير مطبوخة ولا محشوة ولا محضرة بطريقة أخرى	51837	47789	16
190531	بسكويت محلي	37275	18220	26
190590	رقائق الختم، برشام من النوع المناسب للاستعمال الصيدلي	14238	6957	6

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق ان أهم الصادرات المصرية متمثلة في العجائن الغذائية، البسكويت المحلي، رقائق الختم وينسب نمو سنوية على التوالي 16 %، 26 % و 6% خلال الفترة 2009-2013. أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذه المنتجات هي إرتريا (24.9%)، اليمن (8.2%) ولبنان (4.5%)

الأردن :

الجدول رقم 102

الرمز	المنتج	قيمة الصادرات في 2013 (ألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (ألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
190531	بسكويت محلي	15419	-12505	17
190300	تابيوكا وأبدالها محضرة من النشا، بشكل حواصب (رقائق) أو حبيبات أو حبوب مدورة أو نخالات أو بأشكال مماثلة.	6491	6459	57

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق ان أهم الصادرات الأردنية هي البسكويت المحلي والتابيوكا وينسب نمو سنوية على التوالي 17 % و 57% خلال الفترة 2009-2013.
- أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذه المنتجات هي العراق (44.4%)، مصر (17.6%) واليمن (9.2%)

المغرب : الجدول رقم 103

الرمز	المنتج	قيمة الصادرات في 2013 (ألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (ألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
190240	كسكسي	22768	22764	30

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق إن أهم الصادرات المغربية متمثلة في مادة الكسكسي وينسب نمو سنوية بـ 30% خلال الفترة 2009-2013، وأن أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي فرنسا (35.4%)، موريتانيا (14.7%) وإسبانيا (7.9%)

قواعد المنشأ التفصيلية الأوروبية ومتوسطة وفقا للملحق 2 من اتفاقية أغادير

بند النظام الموحد	وصف المنتج	عمليات التشغيل أو التصنيع التي تجري على المواد التي ليس لها صفة المنشأ لأكسابها صفة المنشأ
-------------------	------------	--

1902	عجائن غذائية وإن كانت مطبوخة أو محشوة (باللحم أو أية مادة أخرى) أو محضرة بطريقة أخرى مثل السباغيتي أو المكرونة أو الشعيرية أو اللازانيا أو النوكي أو الرافيولي أو الكانيولي، الكسكس، وإن كان محضرا :	عمليات تجهيز يجب أن تكون جميع الحبوب ومشتقاتها (ماعدا القمح الصلب ومشتقاته) المستخدمة فيها متحصل عليها بالكامل
1903	تحتوي على 20% أو أقل من وزنها من اللحم أو الأحشاء أو السمك أو القشريات أو الرخويات	عمليات تصنيع تكون فيها : - جميع الحبوب ومشتقاتها (ماعدى القمح الصلب ومشتقاته) المستخدمة قد تم الحصول عليها بالكامل، و - جميع المواد المستخدمة فيها من الفصلين (2) و (3) يجب أن تكون قد تم الحصول عليها بالكامل
1904	تحتوي على أكثر من 20% من وزنها اللحم أو الأحشاء أو السمك أو القشريات أو الرخويات	عمليات تصنيع من مواد من أي بند جمركي عدا نشا البطاطس المصنفة تحت البند الجمركي رقم 1108
1905	منتجات أساسها الحبوب متحصل عليه بالتفتيش أو التحميص مثل رقائق الذرة (كورن فليكس)؛ حبوب (عدا الذرة)، بشكل حبيبات أو بشكل رقائق أو حبوب مشغولة آخر (عدا الدقيق والجريش والسميد)، سبق طبخها أو محضرة بطريقة أخرى غير مذكورة ولا داخلة في مكان آخر.	عمليات تصنيع من مواد من أي بند جمركي باستثناء مواد الفصل 11

نستخلص من الجدول السابق ما يلي:

- ان إمكانية تراكم المنشأ متوفرة بالنسبة لرقائق البطاطس التي تستوجب استعمال نشأ البطاطس من البند 1108 من بلد المنشأ، وبذلك يمكن لبلدان الاتفاقية أن تستفيد من الإنتاج الكبير بمصر والمغرب لتطوير مصانع نشا البطاطس وتصديره كرقائق نحو الاتحاد الأوروبي.
- كذلك الشأن بالنسبة للعجائن الغذائية المطبوخة (مكرونة) التي تحتوي على اللحوم أو الأسماك أو القشريات
- إمكانية تراكم المنشأ بالنسبة للمنتجات المصنعة تحت البند 1905 (بسكويت...) التي تسمح بتراكم المنشأ من المنتجات أي بند باستثناء منتجات الفصل 11

1-2-6 الفصل 20 : محضرات خضر ، فواكه وأثمار أو محضرات من اجزاء أخرى من النباتات:

الجدول رقم 104

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
مصر	42,032	340,273	223,070	16	0.6
المغرب	128,472	194,439	118,073	-1	0.3
تونس	3,611	44,334	18,641	23	0.1
الأردن	349	43,113	-40,085	7	0.1

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق أن كل بلدان اتفاقية أغادير تصدر محضرات الخضر والفواكه.
- تعتبر مصر أهم بلد مصدر ضمن بلدان الاتفاقية بقيمة صادرات جمالية من محضرات الخضر والفواكه تتأهز 340 مليون دولار أمريكي، يليها المغرب بقيمة 194 مليون دولار أمريكي ثم تونس بقيمة 44 مليون دولار مع نسبة نمو سنوية مرتفعة.

مصر : الجدول رقم 105

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2013-2009)
المجموع	جميع المنتجات		28,779,409	-37,887,040	5
2009	عصير فواكه (بما فيها سلافة العنب) وعصير خضر، غير مختمر	10,530	95,138	40,094	9
2005	خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة	9,428	69,403	59,596	18
2004	خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك مجمدة	323	42,042	39,376	21
2007	مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار	221	39,170	23,472	12
	خضر، فواكه، أثمار واجزاء آخر				

2001	من النباتات صالحة للاكل، محضرة أو محفوظة بالخل	1,397	33,812	31,981	13	1.8
2008	فواكه أو ثمار وأجزاء نباتات أخرى صالحة للاكل محضرة	19,028	31,290	15,878	34	0.2
2002	بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل	786	12,983	8,298	92	0.3

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تقوم مصر بتصدير عصير الفواكه والخضر، محضرات الفواكه والخضر وينسب نمو عالية
- أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي ليبيا (13.2%)، والعربية السعودية (10.4%) ...
- صادراتها نحو بلدان أغادير: 4.9% نحو المغرب، 3% نحو الأردن و0.6% نحو تونس
- ان صادرات مصر من محضرات البندورة ضعيفا (13 مليون دولار) وبالنسبة لتصدير البندورة الطازجة (61 مليون دولار) وهو ما يفسر نسبة التلف في هذا القطاع الذي يصل إلى 60% حسب الدراسة حول قطاع الصناعات الغذائية المصرية (مركز تحديث الصناعة). غير ان هذا القطاع شهد نسبة نمو سنوية عالية جدا 92% خلال الفترة 2009-2013 نتيجة ازدياد الاستثمار.

المغرب : الجدول رقم 106

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية				
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009- 2013)	الحصة من الصادرات العالمية
المجموع	جميع المنتجات		22,178,222	-23,437,438	12	0.1
2005	خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة	91,720	143,584	130,579	0	1.4
2008	فواكه أو ثمار وأجزاء نباتات					

0.2	0	15,760	24,232	18,183	آخر صالحة للأكل محضرة أو محفوظة بطريقة أخرى	
0.7	4	12,760	13,325	10,812	2001 خضر، فواكه، أثمار وأجزاء آخر من النباتات صالحة للأكل، محضرة أو محفوظة بالخل	
0	31	-10,854	6,228	2,111	2009 عصير فواكه (بما فيها سلافة العنب) وعصير خضر، غير مختمر	
0.1	-21	-11,763	4,650	4,437	2002 بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل	

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يقوم المغرب بتصدير "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"
- أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي فرنسا (37.2%) والولايات المتحدة الأمريكية (19.3%) ...
- صادرات المغرب نحو بلدان أغادير: 0.9% نحو تونس و 0.6% نحو الأردن.

تونس : الجدول رقم 107

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوات (الفترة) 2009- (2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	4	-7,205,930	17,060,465		جميع المنتجات	المجموع
0.7	29	32,252	32,258	742	2002 بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل	
0.1	2	-804	5,443	2,289	2005 خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير	

					الخل غير مجمدة	
--	--	--	--	--	----------------	--

- المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
- أهم الصادرات التونسية تتمثل في بندورة محضرة أو محفوظة (مصبرات الطماطم) بنسبة نمو مرتفعة
 - صادراتها نحو بلدان أغادير : 0.4% نحو المغرب.

الإردن : الجدول رقم 108

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
0.3	20	20,707	31,986	259	خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل غير مجمدة	2005
0	-16	-7,139	5,772	5	عصير فواكه وعصير خضر،	2009
0.1	-14	-5,118	3,023	8	بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل	2002

- المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
- أهم صادرات الأردن تتمثل في "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل غير مجمدة" وبنسبة نمو مرتفعة
 - أهم الأسواق التصديرية بالنسبة لهذا المنتج هي العراق (39.5%) والعربية السعودية (12%) ...
 - صادراته نحو بلدان أغادير بلغت نسبة 2.1% نحو المغرب و 0.8% نحو مصر.

2009 : عصير فواكه وعصير خضر

يبين الجدول التالي صادرات بلدان اتفاقية أغادير من عصير الفواكه والخضر

الجدول رقم 109 : صادرات بلدان أغادير من عصير فواكه وعصير خضر

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
مصر	8,544	95,138	9
الأردن	5	5,772	-19
المغرب	1,567	6,228	31
تونس	160	2,778	32

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- مصر هي أهم دولة من بلدان أغادير مصدرة للعصائر .
- تتكون صادراتها بالأساس من مزيج العصائر غير مختمرة (49 مليون دولار أمريكي)، ومخاليط عصائر (31 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق : ليبيا (12.2%) والولايات المتحدة الأمريكية (10.1%)
- صادراتها باتجاه بلدان أغادير : 4.6 % نحو المغرب، 2.6 % الأردن و 0.7 % نحو تونس.
- صادرات البلدان الأخرى من اتفاقية أغادير ليست مرتفعة، لكنها تتميز بمعدل نمو سنوي كبير .

في ما يلي تحاليل الواردات من " عصير فواكه وعصير خضر " لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا :

الجدول رقم 110 : تحاليل الواردات من " عصير فواكه وعصير خضر " لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	مستوردات بلدان أغادير	المستوردات التركية	مستوردات البلدان العربية
200911	عصير برتقال غير مختمر	8	10,799	12,609	50,894
200980	عصير أي صنف آخر من الفواكه أو الخضر	5	18,430	0	34,159
200990	مخاليط عصائر	5	17,040	907	165,745
200950	عصير طماطم (بندورة)	1	111	0	1,391

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- أهم الواردات بالنسبة لبلدان اتفاقية أغادير تتمثل في عصير الفواكه والخضر، مخاليط العصير وعصير البرتقال
- ويلاحظ أن هذه المنتجات سجلت أعلى معدلات النمو للطلب العالمي

2008 : فواكه أ و أثمار وأجزاء نباتات أخر صالحة للاكل محضرة أو محفوظة بطريقة أخرى

الجدول رقم 111 : صادرات بلدان أغادير من " فواكه وأثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة

المؤشرات التجارية

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
المغرب	18,183	24,232	0
مصر	17,890	31,290	34
تونس	64	1,438	20
الأردن	23	1,158	44

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

مصر والمغرب هي أهم البلدان المصدرة من بين بلدان الاتفاقية لمنتجات "الفواكه وأثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة"

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من محضرات الفواكه المتنوعة (14 مليون دولار أمريكي) بنسبة نمو مرتفعة (100 %)
- كما تصدر "محضرات فواكه وخضر آخر" نحو المملكة المتحدة (25.1%)، العربية السعودية (25.1 %) وفرنسا (16.6 %)
- صادراتها نحو بلدان أغادير : 1.1 % نحو الأردن و 0.2 % نحو تونس.

المغرب

- صادراته متكونة أساسا من محضرات المشمش المتنوع محفوظة أو محضرة (13.8 مليون دولار أمريكي)
- وتصدر المغرب هذه المنتجات نحو فرنسا (40.2%) وألمانيا (14.3%)
- صادراتها نحو بلدان أغادير : 4.3 % نحو مصر و 6.3 % نحو تونس

في ما يلي تحاليل الواردات من " فواكه وإثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة " لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا، وضمن الرسوم الأوروبية تحت إطار الدولة الأولى بالرعاية :

الجدول رقم 112 : تحاليل الواردات من " فواكه وإثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة " لبلدان أغادير،

البلدان العربية وتركيا

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	مستوردات بلدان أغادير	المستوردات التركية	مستوردات البلدان العربية
2008	فواكه وإثمار وأجزاء من نباتات محضرة أو محفوظة	9	39,045	32,889	448,969

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

ان آفاق صادرات بلدان اتفاقية أغادير لافئة للنظر للأسباب التالية :

- الأهمية القصوى للطلب العالمي بقيمة 13,268 مليون دولار مع نسبة نمو سنوية بـ 9 %
- نسبة 3.3 % تمثل حصة بلدان أغادير من المستوردات العالمية

2005 : خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة

الجدول رقم 113 : صادرات بلدان أغادير من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
المغرب	90,603	143,584	0
مصر	9,358	69,403	18
الأردن	259	31,986	20
تونس	2,288	5,443	2

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE المراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن المغرب هو أهم مصدر من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة". كما تجدر الإشارة إلى أن نسب نمو صادرات الأردن ومصر للمنتجات المذكورة كانت مرتفعة خلال الفترة 2009-2013، وهي على التوالي 20% و 18%.

المغرب

- صادراتها متكونة أساسا من محضرات الزيتون (137 مليون دولار أمريكي) وتحتل المرتبة الثالثة عالميا
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب من "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"، هي فرنسا (36.9%) والولايات المتحدة (25.6%) وبلجيكا (11.4%)...
- نسب صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على مصر ونسبة 0.1%.

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من محضرات الزيتون (47 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 15%، ثم محضرات البطاطس (17.4 مليون دولار أمريكي).
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من "خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"، هي ليبيا (25.3%) والعراق (16.3%)
- وتصدر مصر المنتجات المذكورة نحو بلدان أغادير وبالنسبة التالية: الأردن 2.3% وتونس 0.6%.

الأردن

- صادراته متكونة أساسا من "خضر آخر وخليط خضر" (24.2 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 25%.
- أهم الأسواق التصديرية للأردن من خضر آخر وخليط خضر، هي العراق (45.2%)، والعربية السعودية (13.5%) والولايات المتحدة (11.8%)
- وتصدر الأردن المنتجات المذكورة إلى تونس ونسبة 0.1%

في ما يلي تحاليل الواردات لبلدان أغادير، والبلدان العربية وتركيا:

الجدول رقم 114 : تحاليل الواردات من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك غير مجمدة"

" لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا،

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	مستوردات بلدان أغادير	المستوردات التركية	مستوردات البلدان العربية
2005	الخضار المتنوعة المحفوظة أو المحضرة	6	40,338	16,411	485,112

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- إن آفاق صادرات بلدان اتفاقية أغادير من هذه المنتجات لافتة للنظر للأسباب التالية :
- الأهمية القصوى للطلب العالمي بقيمة 9700 مليون دولار مع نسبة نمو سنوية بـ 6%
 - ارتفاع نمو الصادرات لبلدان اتفاقية أغادير مرتفعة خلال الفترة 2009-2013 بنسبة 26%.
 - 3% من المستوردات العالمية تمثل حصة البلدان العربية وبلدان أغادير.

2004 : خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك مجمدة،

الجدول رقم 115 : صادرات بلدان أغادير من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك مجمدة،"

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
مصر	323	42,042	21
تونس	146	231	-34
المغرب	91	187	-25
الأردن	21	46	2

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن مصر هي أهم مصدر " لخضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك مجمدة " ونسبة نمو مرتفعة (21%)

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من بطاطس محفوظة أو مجمدة (41 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو عالية 22%،
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من بطاطس محفوظة أو مجمدة، هي الإمارات العربية المتحدة (30%) والعربية السعودية (24.5%)
- وتصدر مصر النسب التالية من المنتجات المذكورة نحو بلدان أغادير : المغرب 7% وتونس 1.6% والأردن 0.5%

في ما يلي تحاليل الواردات لبلدان أغادير، والبلدان العربية وتركيا

الجدول رقم 116 : تحاليل الواردات من " خضر آخر محضرة أو محفوظة بغير الخل أو

حمض الخليك مجمدة " لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	مستوردات بلدان أغادير	المستوردات التركية	مستوردات البلدان العربية
200410	البطاطس المحضرة	9	505,41	550,10	362,36

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق أن أهم مستوردات البلدان العربية وبلدان أغادير هي من البطاطس المحضرة أو المجمدة
- نسبة النمو للطلب العالمي لهذا المنتج مرتفعة (9%)

2002 : بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك

الجدول رقم 117 : صادرات بلدان أغادير من " بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك،"

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالإلف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)
مصر	786	12,983	92
تونس	742	32,258	29
المغرب	4,437	4,650	-21
الأردن	8	3,023	-14

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق :

- أن تونس هي أكبر مصدر للبندورة المحضرة أو المحفوظة
- كما أن مصر مصدر جيد لهذا المنتج

تونس

- صادراتها متكونة أساسا من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك" (مصبرات الطماطم)، بقيمة 31.6 مليون دولار أمريكي وبنسبة نمو مرتفعة 31%.
- الاسواق التصديرية لتونس من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك"، هي ليبيا (78.7%) وفرنسا (15.4%)
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على المغرب وبنسبة 0.1%.

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من "بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك" (12.5 مليون دولار أمريكي) وبنسبة نمو مرتفعة 119%.

- أهم الأسواق التصديرية لمصر من 'بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل أو حمض الخليك' ، هي المغرب (65.8%).
- في ما يلي تحاليل الواردات لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا، وضمن الرسوم الأوروبية تحت إطار الدولة الأولى بالرعاية :

الجدول رقم 118 : تحاليل الواردات من " بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل – غير المقطقة أو كاملة أو هريس

" لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	مستوردات بلدان أغادير	المستوردات التركية	مستوردات البلدان العربية
200290	بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل – غير المقطقة أو كاملة أو هريس	3	25,928	637	444,326

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يبين الجدول السابق أن أهم مستوردات البلدان العربية وبلدان أغادير هي من " بندورة محضرة أو محفوظة بغير الخل – غير المقطقة أو كاملة أو هريس "
- نسبة النمو للطلب العالمي لهذا المنتج منخفضة (3%)

2001 : الخيار والخيار المحبب والثوم المحفوظة بالخل

الجدول رقم 119

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2013-2009)
مصر	1,397	49,402	13
المغرب	10,397	33,812	4
تونس	205	13325	130
الأردن	33	2,103	58

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يتبين من خلال الجدول السابق :

- أن مصر هي أكبر مصدر للخيار والخيار المحبب والثوم المحفوظة بالخل
- المغرب مصدر جيد
- تونس والأردن لها إمكانات تصديرية (نسبة نمو مرتفعة)

[مصر](#)

- صادراتها متكونة أساسا من "خضر، فواكه، أثمار وأجزاء آخر من النباتات صالحة للأكل، محضرة أو محفوظة بالخل أو بحامض الخليك" (13.3 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو مرتفعة 15%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من هذه المنتجات هي ليبيا (28%) الولايات المتحدة (19.7%) والعربية السعودية (15.9%)
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 6.2 % نحو الأردن و 0.5 % نحو تونس.

المغرب

- صادراتها متكونة أساسا من "خضر، فواكه، أثمار وأجزاء آخر من النباتات صالحة للأكل، محضرة أو محفوظة بالخل أو بحامض الخليك" (33.4 مليون دولار أمريكي).
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب من هذه المنتجات هي فرنسا (29.4%) المملكة المتحدة (11.8%) وبلجيكا (10.1%)
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 0.2 % نحو تونس.

2007 : مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار

الجدول رقم 120

البلد المصدر	المؤشرات التجارية		
	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي
مصر	12	39,170	221
الأردن	10	930	0
المغرب	-5	371	201
تونس	-24	82	4

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يتبين من خلال الجدول السابق أن مصر هي أكبر بلد مصدر

مصر

- صادراتها متكونة أساسا من " مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار " (24.6 مليون دولار أمريكي) ونسبة نمو مرتفعة 10% و "مربى الحمضيات والهريس" 12.3 مليون دولار ونسبة نمو مرتفعة 20%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر من " مربى وهلام فواكه، وخبيص (مرملاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار " هي الجزائر (27.8%) والإمارات العربية المتحدة (11.2%).
- وتصدر كذلك الى بلدان أغادير بنسبة 7.6 % نحو الأردن و 1.5 % نحو المغرب و 0.4 % نحو تونس

قواعد المنشأ التفصيلية الأوروبية المتوسطة وفقا للملحق 2 من اتفاقية أغادير

بند النظام الموحد	وصف المنتج	عمليات التشغيل أو التصنيع التي تجري على المواد التي ليس لها صفة المنشأ لإكسابها صفة المنشأ
الفصل 20	محضرات خضر وفواكه وأجزاء أخرى من نباتات	عمليات تصنيع يجب أن تكون جميع الخضر والفواكه والخضر

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

المستخدمة قد تم الحصول عليها بالكامل		
من البند 2001	يام (نوع من البطاطا) بطاطا حلوة وأجزاء أخرى مشابهة من نباتات تحتوي على 5% أو أكثر من وزنها من نشاء، محفوظة بالخل أو بحامض الخليك	عمليات تصنيع تكون جميع المواد المستخدمة فيها مصنفة تحت أي بند خلاف البند الجمركي للمنتج
من البند 2004 ومن البند 2005	بطاطس في شكل دقيق، أو رقائق مجهزة أو محفوظة بطريقة أخرى بخلاف الخل أو حامض الخليك	عمليات تصنيع تكون فيها جميع المواد المستخدمة مصنفة تحت أي بند جمركي خلاف البند الجمركي للمنتج
2006	خضر، فواكه، قشور فواكه وأجزاء أخرى من النباتات، محفوظة بالسكر (بطريقة التقطير أو التلميع أو التبلور)	عمليات تصنيع يجب أن لا تتعدى قيمة جميع المواد المستخدمة فيها من الفصل (17) نسبة 30% من سعر المنتج تسليم باب المصنع
2007	مربي وهلام فواكه، وخبيص (مرلاد) وهريس أو عجن فواكه أو أثمار، محصل عليها بالطبخ، وإن أضيف إليها سكر أو مواد تحلية أخر.	- جميع المواد المستخدمة مصنفة تحت أي بند جمركي خلاف البند الجمركي للمنتج - قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم المصنع
من البند 2008	فواكه وأثمار قشرية لا تحتوي على سكر مضاف أو كحول - زبدة فول سوداني، مخاليط أساسها من حبوب، قلب النخيل، ذرة - أخرى، باستثناء الفواكه (بما فيها الأثمار القشرية) المطبوخة بطريقة أخرى خلاف البخار أو الغلي في الماء، ولا تحتوي على سكر مضاف، مجمدة	- عمليات تصنيع يجب أن تكون قيمة الأثمار القشرية والبذور الزيتية لها صفة المنشأ من البنود (0801)، (0802)، (1202)، الى (1207) لا تتعدى 60% من سعر المنتج تسليم باب المصنع - عمليات تصنيع تكون فيها جميع المواد المستخدمة مصنفة تحت أي بند جمركي خلاف البند الجمركي للمنتج - قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم المصنع
2009	عصير فواكه (بما فيها سلافة العنب) وعصير خضر، غير مختمر ولا مضاف إليه كحول، وإن أضيف إليه سكر أو مواد تحلية أخر.	عمليات تصنيع تكون فيها: - جميع المواد المستخدمة مصنفة تحت أي بند جمركي خلاف البند الجمركي للمنتج - قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم المصنع

نستخلص من الجدول السابق ما يلي:

- تواجد فرص تصديرية لعصائر البرتقال أو الفواكه الاستوائية باستيراد مركبات العصائر المجمدة من مصر أو المغرب متى توفرت القدرات التحويلية للغرض
- توفر منتجات مثل المربي والهلام والهريس أو عجينة الفواكه، إمكانات لتراكم المنشأ بين بلدان الاتفاقية
- توفر منتجات تمكن من تراكم المنشأ والمتأثية من محضرات الخضر المتحصل عليها كلياً من بلد المنشأ

1-2- 7 الفصل 21 : محضرات غذائية متنوعة:

الجدول رقم 121

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		61,458,251	-1,992,799	9	100
كافة بلدان أغادير	34,103	411,068	-152,614		0.7
مصر	7,213	215,170	26,937	15	0.4
الأردن	1,894	101,761	-114,945	7	0.2
المغرب	18,441	64,524	-18,795	-1	0.1
تونس	6,555	29,613	-45,811	19	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن كافة بلدان أغادير مصدرة لمحضرات غذائية متنوعة مصر هي أكبر بلد مصدر لمحضرات غذائية متنوعة بقيمة صادرات بلغت 215 مليون دولار أمريكي، يليها الأردن 101 مليون دولار أمريكي، ثم المغرب 64.5 مليون دولار أمريكي. كما صدرت تونس بما قيمته 29.6 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو مرتفعة 19 %.

مصر الجدول رقم 122

الرمز	تسمية المنتج	المؤشرات التجارية			
		قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2013-2009)
2106	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	1,758	68,257	-63,540	21
2103	صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر	2,046	53,108	38,334	4
2104	حساء ومرق ومحضرات اعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة	236	41,141	40,898	20
2102	خمائر (حية او ميتة)	304	28,303	18,702	46
					1.5

2101	خلاصات وأرواح ومركزات بن أو شاي	2,864	22,745	-6,865	15	0.3
------	---------------------------------	-------	--------	--------	----	-----

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات مصر مكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " ونسبة نمو مرتفعة 10%.
- أهم الأسواق التصديرية لمصر هي العربية السعودية (27.6%) والأردن (10.3%)...
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 10.3 % نحو الأردن و 3.3 % نحو المغرب و 0.2% نحو تونس

[الأردن](#) الجدول رقم 123

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
0.2	5	-73,413	75,413	1,752	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	2106
0.4	23	9,389	13,430	1,752	مثلجات (بوضة) صالحة للأكل ، وإن احتوت على كاكاو	2105

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات الأردن مكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " (75 مليون دولار أمريكي)
- أهم الأسواق التصديرية للأردن هي العربية السعودية (38.9%) والمناطق الحرة (12%)...
- ويصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 0.2 % نحو مصر و 0.1 % نحو المغرب.

[المغرب](#) الجدول رقم 124

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع

2106	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	14,890	30,414	-27,389	6	0.4
2101	خلاصات وأرواح ومركبات بن أو شاي	588	24,923	20,849	-4	0.3

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات المغرب متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر " وبنسبة نمو مرتفعة.
- أهم الأسواق التصديرية للمغرب هي العربية السعودية (27.6%) والأردن (10.3%)...

تونس الجدول رقم 125

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوات (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.1	4	-7,205,930	17,060,465		جميع المنتجات	المجموع
0.1	13	-31,101	20,232	6,274	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	2106
0.1	5	790	2,856	32	خمائر (حية او ميتة)	2102

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات تونس متكونة أساسا من " محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر » وبنسبة نمو مرتفعة 13 %.
- أهم الأسواق التصديرية لتونس هي ليبيا (23.3%) وأثيوبيا (22.6%) وألمانيا (11.5%)...
- وتصدر كذلك إلى بلدان أغادير بنسبة 2.8 % نحو المغرب و0.9% نحو مصر.

الجدول رقم 126 : تحاليل الواردات لبلدان أغادير، البلدان العربية وتركيا،

الرمز	تسمية المنتج	نسبة النمو السنوات (الفترة 2009- 2013)	المستوردات التركية	مستوردات بلدان أغادير	مستوردات البلدان العربية
2106	محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان	9	399,792	389,656	2,027,044

آخر					
2103	صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر	7	22,894	50,297	511,379
2101	خلاصات وأرواح ومركزات بن أو شاي	11	96,319	75,084	331,978
2102	خمائر (حية او ميتة)	7	12,702	18,754	218,613
2104	حساء ومرق ومحضرات اعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة	6	6,187	17,736	179,929
2105	متلجات (بوضة) صالحة للأكل ، وإن احتوت على كاكاو	4	3,216	12,155	168,35

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

2106: محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر

الجدول رقم 127

البلد المصدر	المؤشرات التجارية			
	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الحصة من الصادرات العالمية
كافة بلدان أغادير	194,316	-195,340		0.6
الأردن	75,413	-73,310	5	0.2
مصر	68,257	-63,540	21	0.2
المغرب	30,414	-27,389	6	0.1
تونس	20,231	-31,101	13	0.1

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

من بين بلدان أغادير، يعتبر الأردن أكبر مصدر من هذه المنتجات (75 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو سنوية 5 % خلال الفترة 2009-2013). وفي سنة 2013 بلغت قيمة صادرات بلدان أغادير ما يناهز 193 مليون دولار أمريكي.

2103: صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر

الجدول رقم 128

البلد المصدر	المؤشرات التجارية			
	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الحصة من الصادرات العالمية
كافة بلدان أغادير	58,515	8,218		0.5
مصر	53,108	38,334	4	0.5

تونس	2,845	-1,398	246	0
الأردن	1,908	-18,339	35	0
المغرب	654	-10,379	-7	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- تعتبر مصر من أكبر المصدرين من هذا المنتج من بين بلدان أغادير (53 مليون دولار ونسبة نمو سنوية 4% خلال الفترة 2009-2013). قيمة الصادرات الجمالية لبلدان أغادير في سنة 2013 بلغت 58 مليون دولار أمريكي.
- بلغت نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية خلال الفترة 2009-2013 : 7%.
- بلغت قيمة مستوردات بلدان أغادير 50 مليون دولار أمريكي.
- بلغت قيمة المستوردات للبلدان العربية 511 مليون دولار أمريكي.

2101: خلاصات وأرواح ومركزات بن أو شاي أو مته ومحضرات أساسها هذه المنتجات أو أساسها البن أو

الشاي أو المته

الجدول رقم 129

البلد المصدر	المؤشرات التجارية			
	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الحصة من الصادرات العالمية
كافة بلدان أغادير	54,071	-21,013		0.6
المغرب	24,923	20,819	-4	0.3
مصر	22,745	-6,865	15	0.3
الأردن	4,782	-20,394	6	0.1
تونس	1,620	-14,573	111	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يعتبر المغرب من أكبر المصدرين من هذا المنتج من بين بلدان أغادير (24 مليون دولار ونسبة نمو سنوية 4%- خلال الفترة 2009-2013). وقد بلغت قيمة الصادرات الجمالية لبلدان أغادير في سنة 2013 : 53 مليون دولار أمريكي.
- بلغت نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية 11 % وذلك خلال الفترة 2009-2013.
- بلغت قيمة المستوردات لبلدان اتفاقية أغادير 75 مليون دولار أمريكي، كما بلغت قيمة المستوردات التركية 86 مليون دولار أمريكي
- بلغت مستوردات البلدان العربية 331 مليون دولار.

2104: حساء ومرق ومحضرات اعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة

الجدول رقم 130

البلد المصدر	المؤشرات التجارية			
	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الحصة من الصادرات العالمية

1.5		30,712	48,448	كافة بلدان أغادير
1.3	20	40,898	41,141	مصر
0.2	-10	4,580	5,027	المغرب
0.1	20	-14,893	1,855	الأردن
0	41	127	425	تونس

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
تعتبر مصر من أكبر المصدرين من " حساء ومرق ومحضرات إعدادها ؛ محضرات غذائية مركبة متجانسة " وتجدر الإشارة أن
نسبة النمو السنوية خلال الفترة 2009-2013 لهذه المنتجات مرتفعة بالنسبة لمصر وهي 20 %.

2102: خمائر (حية او ميتة)

الجدول رقم 131

المؤشرات التجارية				البلد المصدر
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	
2		20,283	39,037	كافة بلدان أغادير
1.5	46	17,702	28,303	مصر
0.2	-6	2,604	4,373	الأردن
0.2	1	-1,813	3,505	المغرب
0.1	5	790	2,856	تونس

- المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
- تعتبر مصر من أكبر المصدرين من بين بلدان أغادير لهذا المنتج بقيمة 28 مليون دولار أمريكي ونسبة نمو سنوية مرتفعة 46 % خلال الفترة 2009-2013. بلغت قيمة الصادرات لبلدان اتفاقية أغادير 38 مليون دولار أمريكي خلال الفترة 2009-2014
 - نسبة النمو السنوية للمستوردات العالمية خلال الفترة 2009-2013 هي 7 %.
 - بلغت قيمة مستوردات بلدان أغادير 18 مليون دولار أمريكي في حين بلغت قيمة المستوردات التركية 12 مليون دولار أمريكي.
 - بلغ مجموع مستوردات البلدان العربية 218 مليون دولار أمريكي.
 - بلغت صادرات بلدان أغادير 39 مليون دولار أمريكي وتركيا 217 مليون دولار أمريكي، مما يبين أن هنالك فجوة كبيرة والتي من الممكن تقليصها بزيادة حجم الاستثمارات في هذا القطاع.

2105: مثلجات (بوضة)

الجدول رقم 132

المؤشرات التجارية				البلد المصدر
الحصة من الصادرات	نسبة النمو السنوية	الميزان التجاري في	قيمة الصادرات سنة	

العالمية	(الفترة 2009-2013)	2013 (بالألف دولار أمريكي)	2013 (بالألف دولار أمريكي)	
0.5		4,386	16,541	كافة بلدان أغادير
0.4	23	9,389	13,430	الأردن
0	46	344	1,636	تونس
0	-17	-733	1,475	مصر

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

- يعتبر الأردن من أكبر المصدرين من بين بلدان أغادير لهذا المنتج (13 مليون دولار أمريكي وينسبة نمو سنوية مرتفعة 23 % خلال الفترة 2009-2013). بلغت قيمة الصادرات لبلدان اتفاقية أغادير 16 مليون دولار أمريكي في سنة 2013
- ليست هناك صادرات مغربية لهذا المنتج.
- معدل النمو السنوي للمستوردات العالمية هو 4 % خلال الفترة الممتدة بين 2009 و 2013.
- بلغت مستوردات بلدان أغادير 12 مليون دولار أمريكي.
- بلغت مستوردات البلدان العربية 168 مليون دولار أمريكي.

قواعد المنشأ التفصيلية الأوروبية ومتوسطة وفقاً للملحق 2 من اتفاقية أغادير

بند النظام الموحد	وصف المنتج	عمليات التشغيل أو التصنيع التي تجري على المواد التي ليس لها صفة المنشأ لإكسابها صفة المنشأ
من الفصل 20	محضرات خضر وفواكه وأجزاء أخرى من نباتات	عمليات تصنيع يجب أن تكون جميع الخضر والفواكه والخضر المستخدمة قد تم الحصول عليها بالكامل
من البند 2101	اصات وأرواح ومركزات بن أو شاي أو منه ومحضرات أساسها هذه المنتجات أو أساسها البن أو الشاي أو المته؛ هندباء (شكوريا) محمصة أو غيرها من أبدال البن المحمصة وأرواحها وخلصات ومركزاتها	عمليات تصنيع يجب أن تكون: - جميع المواد المستخدمة فيها مصنفة تحت أي بند خلاف البند الجمركي للمنتج الشيكوريا المستخدمة يجب أن تكون قد تم الحصول عليها بالكامل
2103	صلصات ومحضرات للصلصات ؛ توابل مركبة؛ دقيق خردل وخردل محضر صلصات محضرة زمحضرات للصلصات، توابل مخلوطة، ومخاليط للتتبيل دقيق ومساحيق خردل وخردل محضر مسحوق الخردل والخردل المحضر	عمليات تصنيع من مواد مصنفة تحت أي بند جمركي آخر خلاف البند الجمركي للمنتج، ومع ذلك يمكن استخدام مسحوق الخردل والخردل المحضر عمليات تصنيع من مواد من أي بند جمركي
من البند 2104	حساء ومرق ومحضرات اعدادها محضرات غذائية غير مذكورة ولا داخلية في مكان آخر	-عمليات تصنيع من مواد من أي بند جمركي ما عدا من الخضر المعدة أو المحفوظة مصنفة تحت البنود من (2002) إلى (2005) عمليات تصنيع تكون فيها: -من مواد مصنفة تحت أي بند جمركي خلاف البند

الجمركي للمنتج		
-قيمة المواد المستخدمة من الفصل (17) لا تتعدى نسبة 30% من سعر المنتج تسليم المصنع		

نستخلص من الجدول السابق تواجد فرص تصديرية من المنتجات تحت البند 2104 (حساء ومرق ومحضرات) عن طريق تراكم المنشأ باستيراد مواد أولية من الفصل 20 (محضرات الخضار).

1-2-8 الفصل 22 : مشروبات، سوائل كحولية وخل:

الجدول رقم 133

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		110,945,310	-13,629,395	9	100
الأردن	47	48,057	-52,499	-2	0
تونس	10,705	44,528	29,416	3	0
مصر	22,047	34,902	-52,999	-3	0
المغرب	9,987	27,649	-48,658	5	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

من خلال الجدول يتبين أن تونس هو البلد الوحيد الذي تفوق صادراته و وارداته من "مشروبات، سوائل كحولية وخل"

الأردن الجدول رقم 134

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2013-2009)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
0.2	-7	-49,802	32,964	41	مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية غير كحولية	2202

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق :

- أن صادرات الأردن متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية » (32 مليون دولار أمريكي).
- أهم الأسواق التصديرية للأردن هي العراق (43.1%) ومصر (24%) وفلسطين (16.2%)...
- صادرات الأردن نحو بلدان أغادير تقتصر على مصر.

تونس الجدول رقم 135

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.1	4	-7,205,930	17,060,464		جميع المنتجات	المجموع
0.2	13	25,987	32,583	5,686	مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية غير كحولية ، عدا عصارات الفواكه أو الخضر	2202

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة
يبيّن الجدول السابق أن صادرات تونس متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية " (32 مليون دولار أمريكي)، يتم التصدير نحو بوركينا فاسو (43.1%) والسنغال (24%) وليبيا، ليست لديها صادرات باتجاه بلدان أغادير.

مصر الجدول رقم 136

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
0.3	3	20,984	21,669	20,188	كحول أثيل غير معطل لا يقل معيار	2207

					الكحول الحجمي فيه عن 80% حجما	
--	--	--	--	--	----------------------------------	--

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق :

- أن صادرات مصر متكونة أساسا من " كحول أثيل غير معطل لا يقل معيار الكحول الحجمي فيه عن 80% حجما " (21 مليون دولار أمريكي).
- يتم التصدير نحو إيطاليا (58.2%) وليبيا (4.2%) ...
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على تونس 4.2%.

المغرب الجدول رقم 137

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلاف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
0.1	18	1,120	16,495	3,415	مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية غير كحولية ، عدا عصارات الفواكه أو الخضر	2202

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق :

- أن صادرات المغرب متكونة أساسا من " مشروبات غير كحولية (16 مليون دولار أمريكي).
- يتم التصدير نحو موريتانيا (31.8%) وفرنسا (21.5%) ...
- صادراتها نحو بلدان أغادير تقتصر على تونس 6.5%.

قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

بنود النظام المنسق	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ، والتي يضافي عليها صفة المنشأ
2202	مياه ، بما فيها المياه المعدنية والمياه الغازية غير كحولية ، عدا عصارات الفواكه أو الخضر	التصنيع: -من كل المواد من أي بند ما عدى المنتج نفسه - للمواد المذكورة بالفصل 17 والتي لا يتجاوز قيمتها 30 % من سعر المنتج أرض المصنع -يحتوي على عصير الفاكهة (ما عدى الاتاناس واليمون والجريب فروت) أو هو مصدرها

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن مستوردات عصائر الفاكهة يجب أن تكون من بلد المنشأ. وبهذا تمثل فرصة للتراكم إذا تم استيرادها من أي بلد آخر من بلدان أغادير لانتاج صادرات "مشروبات غير كحولية"

1-2-9 الفصل 23 : بقايا ونفايات صناعات الأغذية، أغذية محضرة للحيوانات:

الجدول رقم 138

البلد المصدر	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013 / 1000 دولار	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	الميزان التجاري سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	نسبة النمو السنوية 2013-2009	الحصة من الصادرات العالمية
العالم		80,476,391	-2,610,051	12	100
المغرب	72,184	115,922	-503,616	4	0.1
مصر	31,707	104,235	-818,545	28	0.1
الأردن	94	30,396	-132,160	6	0
تونس	229,11	20,269	-92,933	3	0

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

ان صادرات بلدان أغادير من " بقايا ونفايات صناعات الأغذية، أغذية محضرة للحيوانات" مرتفعة وقد بلغت 271 مليون دولار أمريكي. المغرب (116 مليون دولار) هو أكبر مصدر لهذه المنتجات ضمن المجموعة، تليه مصر (104 مليون دولار أمريكي).

في ما يلي تفصيل للصادرات حسب الدول المصدرة الهامة:

2301 طحين اللحوم

المغرب الجدول رقم 139

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2013-2009)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.1	12	-23,437,438	22,178,222		جميع المنتجات	المجموع
1.8	3	111,958	111,958	72,089	دقيق وسميد ومكتالات من لحوم أو احشاء واطراف أو اسماك أو قشريات أو رخويات أو غير صالحة للاستهلاك البشري	2301

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات المغرب مكونة أساسا من " طحين اللحوم " (111 مليون دولار أمريكي).

قواعد المنشأ للاتحاد الأوروبي ضمن الفضاء الاورومتوسطي وفقا للملحق رقم II

بند النظام الموحد	وصف المنتج	العمل أو المعالجة، التي أجريت على المواد غير ذات المنشأ، والتي يضاف عليها صفة المنشأ
2301	دقيق وسميد ومكتلات من لحوم أو أحشاء وإطراف أو اسماك أو قشريات أو رخويات أو غيرها من لافقريات مائية، غير صالحة للاستهلاك البشري	التصنيع فيه جميع المواد من الفصول 2 و 3 والتي يتم الحصول عليها بالكامل

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

2303 بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، تفل شوندر (بنجر) وتفل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا

صناعات السكر والبيرة والتقطير

مصر الجدول رقم 140

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالألف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 2013/1000 دولار أمريكي		
0.2	5	-37,887,040	28,779,409		جميع المنتجات	المجموع
1.4	56	-43,868	88,111	31,120	بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، تفل شوندر (بنجر) وتفل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا صناعات السكر والبيرة والتقطير	2303

المرجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات مصر مكونة أساسا من " بقايا صناعة النشاء وبقايا مماثلة، تفل شوندر (بنجر) وتفل قصب سكر وغيرها من نفايات وبقايا صناعات السكر والبيرة والتقطير " (31 مليون دولار أمريكي) وتحتل المرتبة 11 عالميا.
- تصدر مصر أساسا الى المغرب (31.3%) وكوريا الجنوبية (13.8%)

- نسبة صادراتها الموجهة إلى بلدان أغادير الأخرى هي 35.19 %.

2309 محضرات من الأنواع المستعملة لتغذية الحيوانات

[الأردن](#) الجدول رقم 141

المؤشرات التجارية					تسمية المنتج	الرمز
الحصة من الصادرات العالمية	نسبة النمو السنوية (الفترة 2009-2013)	الميزان التجاري في 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات سنة 2013 (بالآلف دولار أمريكي)	قيمة الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي في 1000/2013 دولار أمريكي		
0	6	-13,629,395	7,919,621		جميع المنتجات	المجموع
0.1	6	4,546	27,831	94	محضرات من الأنواع المستعملة لتغذية الحيوانات	2309

المراجع : مركز التجارة العالمي Trade Map المستندة على معطيات COMETRADE الراجعة بالنظر للأمم المتحدة

يبين الجدول السابق أن :

- صادرات الأردن متكونة أساسا من " محضرات من الأنواع المستعملة لتغذية الحيوانات " (28 مليون دولار أمريكي) وتحتل المرتبة 11 عالميا.
- أهم الأسواق التصديرية للأردن هي العراق (50.5%) والعربية السعودية (19.8%)...

الملحق رقم (II)

مصر

تطور الصادرات المصرية خلال الفترة
2013-2007

قيمة الصادرات طبقا للمجموعات السلعية (2001 - 2013)

القيمة : بالمليون جنيه

CAGR	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	البيان
	199881	186769	188351	154850	134586	143107	91256	الجملة
	-256117	-269229	-267647	-301148	-321412	-312891	-364742	TRADE BALANCE
15.64%	7.02%	-0.84%	21.63%	15.06%	-5.95%	56.82%	15.71%	
	3264	2730	3390	3349	2949	2245	307	حيوانات حية ومنتجاتها
	-14058	-14592	-13932	-13973	-14374	-15078	-17015	TRADE BALANCE
99.10%	19.57%	-19.48%	1.23%	13.58%	31.38%	630.74%	16.68%	
	19405	15359	16394	16249	16003	10338	5925	منتجات المملكة النباتية
	-32339	-36385	-35350	-35496	-35741	-41406	-45820	TRADE BALANCE
27.87%	26.34%	-6.32%	0.90%	1.54%	54.80%	74.49%	43.31%	
	1714	1808	1899	891	964	1140	72	شحوم ودهون وزيت ومنتجاتها
	-9415	-9321	-9230	-10238	-10166	-9989	-11058	TRADE BALANCE
222.23%	-5.20%	-4.78%	113.17%	-7.55%	-15.46%	1491.23%	-15.81%	
	9871	7741	7932	7687	4488	2927	1272	منتجات غذائية ومشروبات وتبغ
	-8779	-10909	-10718	-10963	-14162	-15723	-17378	TRADE BALANCE
44.79%	27.52%	-2.41%	3.19%	71.30%	53.30%	130.20%	30.43%	

قائمة الشركات التي شملها التحقيق الميداني

الملكه للصناعات الغذائية .	الاسم التجارى للمنشأة:	
القاهرة .	محافظة	
9 ش المصانع - الحى السادس - مدينه نصر .	العنوان:	
T \ 20224033856 E-mail \	بيانات الاتصال	
محمد ممدوح مصطفى .	اسم المستجيب:	

الموقع الوظيفي:	مدير التصدير .
بيانات التواصل:	T \ 01220026666 - 01008551911 E-mail \Mohamed.mamdouh@savola.com
إجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	800
تاريخ بداية الإنتاج بالشركة	2004 / 8

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟			
المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات
مكرونة	(1)	10 %	100 %
(الاردن - المغرب - لبنان - مدغشقر - نيجيريا - إنجلترا)			
هل تعرف اتفاقية اغادير	لا	نعم	لا
ما هي البلدان المشتركة فيها	مصر	1	2
	الاردن	1	2
	المغرب	1	2
	تونس	1	2
	بلدان عربية أخرى	1	2
	الاتحاد الاوروبي	1	2
	الولايات المتحدة الامريكية	1	2
	محلي	A	
ما هو منشأ المواد الأولية	بلدان اتفاقية أعادير	B	
	بلدان أخرى (تذكر)	X	
مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)		
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)		
	معالجة صناعية متقدمة		
	نعم	1	
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	لا (اذكر السبب)	2	
	لا		
يمكن تحديد قنوات التوزيع التي الشركة بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة	A	
	البيع بالسوق المحلي يضمن فضاءات التوزيع	B	
	التصدير عبر وكلاء محليين	C	
	التصدير عبر وكلاء أجانب	D	
	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الأجنبية	E	
هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية	الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)	1	

2	طاقة إنتاجية غي مستقلة (اذكر الاسباب)	المتاحة؟	
2	من حيث العدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث	لا
2	من حيث المؤهلات	العدد والمؤهلات؟	لا
1	نعم	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين	
2	لا (اذكر السبب)		
A	موائم للمعايير المحلية	نظاما لجودة المطلوب	
B	موائم للمعايير الدولية		
	<p>- حصول الشركة على شهادات الايزو العالمية (14000 - 22000) .</p> <p>- الالتزام بمعايير جوده الغذاء العالمي .</p> <p>- الالتزام با اختبار المنتج قبل خروجه للسوق بموجب اشراف وزارة الصحة عليه بعد اخذ العينات اللازمه</p> <p>- الالتزام بـ codex alimentarius</p>	اذكر المعايير المطلوبة	
1	نعم	هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية	
2	لا		
2	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب الت يتحد من الحصول عل	لا
2	الحصول عل بالتمويل	بمعايير الجودة الدولية	لا
	أخرى (تذكر)		
2	لا (تكلفه النقل يتحملها العميل)	هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة	
1	نعم	لكم؟	
	(اذكر السبب)	في حالة الاجابة بنعم	
		أذكر الاسباب وحدد مدة النقل	
1	نعم	هل تم الاستفاده من دعم مؤسسا تمحلية لتنمية	
2	لا (اذكر السبب)	الصادرات؟	
1	نعم	هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على	
2	لا	الولوج على السوق المحلية؟	
1	نعم	هل تساعد أن الاجراءات الادارية على اقتحام	
2	لا (اذكر السبب)	الاسواق الخاجية؟	
		
		

هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	التجارية	1 نعم	2 لا
	التمويلات الصغرى	1 نعم	2 لا
	مصادر أخرى (تذكر)		

ماهي العرار قبل المؤثرة عندا لتعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية لا يوجد استيراد من بلدان اتفاقية اغادير .
عند التصدير لحد بلدانا لاتفاقية زياده القيمه الجمركيه 40 % عند التصدير لدوله المغرب على منتج المكرونة ... مما يؤدي الى مخالفه نص الاتفاقية .

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف ،أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

بالنسبة للتعبئة والتغليف : الشركه على علم ودرايه با اسلوب التعبئة والتغليف التي تحتاجها دول اتفاقية اغادير من نوع تعبئه المنتج با احدث الاجهزه والمعدات المتطورة ونوع العبوه التي يحتاجها المنتج (اكياس بلاستيك – شكاير بلاستيك) وشكل العبوه وحجمها .
بالنسبة للا اذواق المستهلكين : الشركه فى الوقت الحالى انتاجها فى زياده مستمره وهذا يرجع الى رضاء المستهلكين على المنتج وايضا زياده صادراته فى الاسواق .

بالنسبة لشرائح الاسواق المستهدفه : الشركه تعمل حاليا على زياده صادراتها نحو الاسواق المستهدفه سواء اسواق عريبه او اسواق افريقيه او اجنبيه والعمل بكامل طاقتها الانتاجيه المتاحة .

بلدانالاتحاد الاوروبي

بالنسبة للتعبئة والتغليف : الشركه تقوم بتعبئه المنتج وتغليفه طبقا للطريقه التى تتطلبها اسواق بلدان الاتحاد الاوروبى وبا احدث الاجهزه والمعدات .
بالنسبة للا اذواق المستهلكين : نظرا لوجوده منتج الشركه قامت الشركه با الاتفاق مع بعض دول الاتحاد الاوروبى على تصدير المنتج لها وزياده العمل على صادراته .

بالنسبة لشرائح الاسواق المستهدفه : قيام الشركه فى الوقت الحالى با الوصول با المنتج فى اكثر من سوق اوروبى وبا الجوده التى تتطلبها تلك الاسواق مع الالتزام بمعايير جوده الغذاء العالميه .

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشا لتطوي والتجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوروبي؟

ماهي تطلعاتكم في هذاالمجال؟

الرجاءالتفسير

- لا يوجد علم با الفوائد من تراكميه المنشأ وعلى الوزاره افادتنا من تراكميه المنشأ وكيفيه الاستفادة منه .
ماهي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكميةالمنشأ؟

الرجاءالتفسير

- بالنسبه للاحتياجات الفنية : قيام الوزاره بمعرفتنا بكيفيه الاستفادة من تراكميه المنشأ وكيفيه تحقيقه .
- بالنسبه للاحتياجات الماليه : الشركه ليست فى حاجه للاحتياجات ماليه لتحقيق تراكميه المنشأ .
ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسيةعلى الاسواق العالمية؟

الرجاءالتفسير

- قيام وزاره التجاره والصناعه بمعرفه الشركات بكافه الاتفاقيات التى من شأنها تعمل على زياده الصادرات .
- تطبيق كافه الاتفاقيات التجاريه بكل نصوصها وبنودها .
- زياده دعم الصادرات .
- تسهيل وتقنين الاجراءات الجمركيه .

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الأجنبية المباشرة؟

الرجاء التفسير

- الشركة غير منفتحة على أى استثمارات مشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير ولا على الاستثمارات الاجنبيه المباشرة .

أي مقترحات أخرى؟

لا يوجد .

	الاسم التجاري للمنشأة:	مصنع السلام للجلاش الالى .
القاهرة	محافظة	
	العنوان:	8 ش شيبين الكوم من ش الشهيد حمدي جوده - دار السلام .
T \023160000 - 01004473533 E-mail \sis@elsalamco.com	بيانات الاتصال	
محمد مصطفى	اسم المستجيب:	
مدير التصدير	الموقع الوظيفي:	
T \01001419796 - 01144112220 E-mail \sales@sealamco.com	بيانات التواصل:	
30	اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	
2007	تاريخ بداية الانتاج بالشركة	

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وماهي الدول المصدر لها هذا المنتج؟					
المنتج	مصدر (1) غيرمصدر (2)		نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
جلاش	(1)		20 %	10 %	(امريكا - ايطاليا - كندا - استراليا)
كنافه	(1)		20 %	5 %	(امريكا - ايطاليا - كندا - استراليا)
حلاوه طحينيه	(1)		80 %	50 %	(ليبيا - اليمن - فلسطين - الاردن - امريكا - ايطاليا)
طحينه	(1)		80 %	30 %	(ليبيا - اليمن - فلسطين - الاردن - امريكا - ايطاليا)
سيموسه	(1)		20 %	2.5 %	(امريكا - ايطاليا - كندا - استراليا)
رقاق	(1)		20 %	2.5 %	(امريكا - ايطاليا - كندا - استراليا)
هل تعرف اتفاقية اغادير					
ماهي البلدان المشتركة فيها	مصر				
	الاردن				

2	1	المغرب		
2	1	تونس		
2	1	بلدان عربية أخرى		
2	1	الاتحاد الأوروبي		
2	1	الولايات المتحدة الأمريكية		
A		محلى	ما هو منشأ المواد الأولية	
B		بلدان اتفاقية أعادير		
X		بلدان أخرى (تذكر)		
		تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	
		تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)		
		معالجة صناعية متقدمة		
1		نعم	هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات)	
2		لا (اذكر السبب)	مواكبة لمعايير القطاع	
A		البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة	يمكن تحديد قنوات التوزيع التي الشركة	
B		البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع	بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟	
C		التصدير عبر وكلاء محليين	(المهارات التسويقية)	
D		التصدير عبر وكلاء أجانب		
E		التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الأجنبية		
1		الطاقة الانتاجية (قصوى) حوالي 80%	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية	
2		طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب)	المتاحة؟	
2	1	نعم	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث	
2	1	نعم	العدد والمؤهلات؟	
1		نعم	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين	
2		لا (اذكر السبب)		
A		موائم للمعايير المحلية	نظام الجودة المطلوب	
B		موائم للمعايير الدولية		
		<ul style="list-style-type: none"> - الالتزام بمعايير منظمه الغذاء العالميه . - الالتزام بمعايير الـ fda الامريكه . - حصول الشركه على شهادات الايزو العالميه (14001 - 22000) . - ضروره عمل اختبارات للمنتج قبل خروجه للسوق المحلي او الاجنبى . - الالتزام بمعايير الجوده العالميه الخاصه با العجائن . 	اذك والمعايير المطلوبة	
1		نعم	هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2		لا		
1		نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2		لا		

هل تعتمدون على تقنيات الجودة الأجنبية	نعم	1
	لا	2
ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير الجودة الدولية	الحصول على التكنولوجيا	1 نعم 2 لا
	الحصول على التمويل	1 نعم 2 لا
	أخرى (تذكر)	
	- احتياج السوق .	
هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟	لا	2
في حالة الاجابة بنعم	نعم	1
أذكر الاسباب وحدد مدة النقل	(اذكر السبب)	
	- بسبب سعر الدولار .	
	- رفع سعر الطاقة الخاصة بالمعدات المجهزة الخاصة بنقل الجلاش .	
هل تم الاستفادة من دعم مؤسسا محلية لتنمية الصادرات؟	نعم	1
	لا (اذكر السبب)	2
هل تعتقد أن الإجراءات الإدارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	نعم	1
	لا	2
هل تساعد أن الإجراءات الإدارية على افتتاح الاسواق الخارجية؟	نعم	1
	لا (اذكر السبب)	2
	- بسبب خفض دعم الصادرات بقرار من وزارة التجارة والصناعة	
	وبا التنسيق مع المجلس التصدير من 10 % الى 5 %.	
هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	التجارية	1 نعم 2 لا
	التمويلات الصغرى	1 نعم 2 لا
	مصادر أخرى (تذكر)	

ماهي العراقيل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير ؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية لا يوجد استيراد من بلدان اغادير .

عند التصدير لبلدان الاتفاقية لا يوجد اى معوقات عند التصدير لبلدان اغادير .

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

- بالنسبة لبلدان اتفاقية اغادير الشركة تتعامل مع دوله الاردن فقط ... وبالنسبة لمتطلبات الاسواق من حيث

التعبئة والتغليف : الشركة على علم درايه جيده با اساليب التعبئة والتغليف التي يتطلبها السوق الاردنى وقامت الشركة بعمل زياره للسوق الاردنى للتعرف

على افضل طرق التعبئة والتغليف والتعرف على المنتجات المتعش لها السوق الاردنى .. با الاضافه لعمل زياره اخرى للمعارض المقامه فى الاردن

والمعامل المتواجده هناك لكى يصل المنتج اليهم با الجودة التى يتطلبها السوق الاردنى .

بالنسبة لاذواق المستهلكين : الشركة لديها الخبرة الكافيه للتعرف على اذواق المستهلكين الخاصه بمنتجاتها مما ادى الى رضاء المستهلكين فى السوق

الاردنى عن تلك المنتجات وزياده نسبة الصادرات فى الفتره الاخير نحو السوق الاردنى .

بالنسبة لشرائح الاسواق المستهدفه : قيام الشركة فى الوقت الحالى بزياده نسبة الانتاج وانشاء مصنع بمدينة السادس من اكتوبر وتم البدء فى الانتاج با

الفعل مما ادى الى زياده نسبة الصادرات لشرائح الاسواق المستهدفه .

بلدان الاتحاد الاوروبي

بالنسبة لبلدان الاتحاد الاوروبى من حيث

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

التعبئة والتغليف : قيام الشركة بتغيير شكل العبوة وتغيير حجمها وتغيير طريقه الفتح لتصبح اسهل وافضل وهذا جاء بناء على طلب بلدان الاتحاد الاوربي وتم تنفيذ الطلب با الاضافه لكتابه مواصفات المنتج على العبوة بطريقه افضل لتصبح مطبوعه على العبوة بدل ما كانت فى شكل (اسنیکر - لصق) وتم اضافته طبقه من ورق الالومنيوم تحت غطاء العبوة لتصبح اكثر جوده .

بالنسبة لا اذواق المستهلكين : الشركة لديها الخبره والمعرفه الجيده با اذواق المستهلكين فى بلدان الاتحاد الاوربي مما ادى الى رضاء المستهلكين فى سوق الاتحاد الاوربي وزياده نسبة الصادرات نحو تلك الاسواق وفى الفتره الاخيريه طلبت احدى بلدان الاتحاد الاوربي با استيراد منتجات الشركة ولكن كان شرطها هو مد فتره الصلاحيه من 9 اشهر الى 12 شهر وتم تنفيذ هذا الطلب وزياده نسبة الصادرات .

با النسبه لشرائح الاسواق المستهدفه : بعد انشاء مصنع الشركه بمدينة السادس من اكتوبر قامت الشركه بزياده انتاجها وصادرتها ودخول اكثر من سوق اوروبى فى الفتره الاخيريه والعمل على التوسع فى الانتاج والتصدير بشكل افضل مما هو عليه للوصول لشرائح الاسواق المستهدفه .

هل انتم عل علم بالفوائد م تراكيمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو لاتحاد الاوربي؟
ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

الرجاء التفسير

الشركه ليست على علم با الفوائد من تراكيمية المنشأ لتطوير التجاره مع دول اغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوربي ... واقتراح الشركه ان تقوم الجهات المختصه بمعرفتها بكيفيه الاستفادة من تراكيمية المنشاء والعمل عليها .

ماهي الاحتياجات الفنيه والماليه المطلوبه لتحقيق تراكيمية المنشأ؟

الرجاء التفسير

با النسبه للاحتياجات الفنيه :

- ضرورة اخطار الجهات المختصه فى الدوله با الشركات بكيفيه الاستفادة من تراكيمية المنشأ .

با النسبه للاحتياجات الماليه :

- الشركه ليست فى حاجه لاحتياجات ماليه لتحقيق تراكيمية المنشأ .

ماهي الحاجات التي تصبحوا أكثر تنافسية علنا لاسواق العالميه؟

الرجاء التفسير

- زياده دعم الصادرات .

- ضرورة التنسيق بين الغرفه التجاريه المصريه والغرف التجاريه العربيه والاجنبيه للتعرف على احتياج الاسواق العربيه والاجنبيه با المنتجات والعمل على ذلك .

- ضروره اخطار الشركات ببيانات العملاء الذين يتعاملون فى تلك المنتجات وكيفيه الوصول لهم .

- زياده دعم المعارض المقامه با الخارج .

- قيام وزاره التجاره والصناعه بالتعاون والتنسيق مع الجهات المختصه بمعرفه الشركات بكافه الاتفاقيات المبرمه التى من شانها زياده الصادرات .

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبيه المباشرة؟

الرجاء التفسير

- لا يوجد اى استثمارات مشتركه مع بلدان اتفقيه اغادير ولا على الاستثمارات الاجنبيه المباشره .

أي مقترحات أخرى؟

لا يوجد

شركه تنميه مصانع حلويات الرشيدى الميزان (الاصلى) .	الاسم التجارى للمنشأة:	
القاهره	محافظه	
176 شارع بورسعيد - السيده زينب - القاهره .	العنوان:	
T 0223903474 - 0223909588 E-mail \	بيانات الاتصال	

اسم المستجيب:	أ/ وليد عبد الوهاب (مدير التصدير) 01005657346 أ/ حنفي عواد (مدير الشؤون القانونية) 01116063603
الموقع الوظيفي:	(مدير التصدير) (مدير الشؤون القانونية)
بيانات التواصل:	T \ 01005657346 - 01116063603 E-mail \
اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	320
تاريخ بداية الانتاج بالشركة	1888 / 4

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟								
المنتج	مصدر (1)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها				
	غير مصدر (2)							
الحلاوه الطحينيه	(1)	% 10	% 90	(الاردن - المغرب - ليبيا - السودان - الامارات)				
الطحينه	(1)	% 5	% 10	(الاردن - المغرب - ليبيا - السودان - الامارات)				
بسكويت جوفريت	(2)							
هل تعرف اتفاقية اغادير	<table><tr><td>نعم</td><td>لا</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td></tr></table>				نعم	لا	1	2
	نعم	لا						
	1	2						
	مصر							
	الاردن							
	المغرب							
	تونس							
	بلدانعربيةأخرى							
الاتحادالاوروبي								
ما هي البلدان المشتركة فيها	الولاياتا لمتحدة الامريكية							
	محلىA							
	بلدان اتفاقية أعاديرB							
	بلدان أخرى (تذكر)X							
مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	تحويل بسيط(فرز وتنظيف وتعبئة)							
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)							
	معالجة صناعية متقدمة							
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	نعم1							
	لا (اذكر السبب)2							

A	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة		ممكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)
B	البيع بالسوقا لمحلي ضمن فضاءات التوزيع		
C	التصدير عبر وكلاء محليين		
D	التصدير عب روكلاء أجنب (شركة speed)		
E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية		
1	الطاقة الانتاجية القصوى(حوالي 80%)		هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟
2	طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب		
2	1	من حيث عدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟
لا	نعم		
2	1	من حيث المؤهلات	
لا	نعم		
1	نعم		هل تتمتعون ببرنامج للتكوين
2	لا (اذكر السبب)		
A	موائ مللمعايير المحلية		نظام الجودة المطلوب
B	موائ للمعايي والدولية		
	- حصول الشركة على شهادات الايزو (9001 - 21000-22000) - قيام الشركة با الالتزام با المعايير المحاليه والدوليه فى جوده المنتج . - اختبار المنتج فى معامل الشركة والتأكد من سلامته قبل خروجه .		اذكر المعايير لمطلوبة
1	نعم		هل يوجد لديكم مختبرك مالمالخاص
2	لا		
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية
2	لا		
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية
2	لا		
2	1	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد منا لحصول على معايير الجودة الدولية
لا	نعم		
2	1	الحصول على التمويل	
لا	نعم		
	أخرى (تذكر)		
2	لا (تكلفه النقل يتحملها العميل)		هل النقل المالااسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟

1	نعم (أذكر السبب)	في حالة الإجابة بنعم أذكر الأسباب وحدد مدّة لنقل	
1	نعم	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (أذكر السبب)		
1	نعم	هل تعتقد أن الإجراءات الإدارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	
2	لا		
1	نعم	هل تساعدنا إجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخارجية؟	
2	لا (أذكر السبب)		
2	1	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟
لا	نعم		
2	1	التمويلاتالصغرى	
لا	نعم		
		مصادر أخرى (تذكر)	

ماهي لعراقيل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية لا يوجد استيراد مع بلدان اتفاقية اغادير .

عن التصدير لاحد بلدان الاتفاقية لا يوجد اى عراقيل مع بلدان اتفاقية اغادير .

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروي(التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

با النسبة لاسواق بلدان اتفاقية اغادير الشركة تتعامل مع (الاردن والمغرب) فقط ... وبا النسبة لمتطلبات الاسواق من حيث

التعبئة والتغليف : نحن كشركة على علم وعلى درايه بطرق التعبئة والتغليف التي تتطلبها (الاردن والمغرب) من حيث نوع الوحدة المعبأ بداخلها المنتج (علب بلاستيك – او اكياس لها شكل جذاب – ولون العبوة) المطلوب وكتابه المواصفات على المنتج با الخارج .

با النسبة لاذواق المستهلكين :الشركة لديها العلم الكافي با أذواق المستهلكين فى دولة (الاردن والمغرب) ونعمل على التوسع فى تصدير كميه اكبر لدوله الاردن والمغرب ونعمل على الحفاظ على وصول المنتج للعميل بمستوى عالى من الجوده والرقى حتى ينال رضا المستهلك .

با النسبة لشرائح الاسواق المستهدفة .الشركة حاليا قامت بوضع خطة للتوسع فى التصدير والوصول للاسواق المستهدفة من قبل الرئيس التنفيذي م / محمد قنديل با الاضافه الى قيام الشركة فى الوقت الحالى با انشاء مصنع لها فى مدينه السادس من اكتوبر لكى تتوسع فى الانتاج والتصدير .

بلدانالاتحاداأورويي: الشركة لا تتعامل مع بلدان الاتحاد الاوروي منذ اكثر من 7 سنوات .

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاورويي؟

ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

الرجاء التفسير

- الشركة ليست على علم با الفوائد من تراكمية المنشأ نظرا لعدم قيام الجهات المختصة فى الدوله بمعرفتها بكيفيه الاستفادة من تراكميه المنشأ .

ماهي لاحتياجاتا لفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية لمنشأ؟

الرجاءالتفسير

- بالنسبه للاحتياجات الفنيه : الشركة تود معرفه كافه الاتفاقيات المبرمه مع كافه الدول التى من شأنها تحقيق تراكميه المنشأ والتي من شأنها

ايضا تعمل على زياده الصادرات للاسواق الخارجيه

- بالنسبه للاحتياجات الماليه : الشركة ليست فى حاجة للاحتياجات الماليه لتحقيق تراكميه المنشأ .

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الاسواق العالمية؟

الرجاءالتفسير

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

- تسهيل الاجراءات الجمركية .
 - زياده الدعم على الصادرات .
 - دعم المعارض المقامه با الخارج .
 - قيام الحكومه بمعرفه الشركات با الاتفاقيات وكيفية الاستفادة منها والعمل عليها .
- هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادي روعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة؟
الرجاءالتفسير.....
- الشركة غير منفتحه على اى استثمارات مشتركه مع بلدان اتفقيه اغادير ولا على الاستثمارات الاجنبيه المباشره .
- أي مقترحا تأخرى؟
لا يوجد

الاسم التجاري للمنشأة:	الشركة المصرية للاغذية بسكو مصر
محافظة	القاهرة
العنوان:	32ش السواح الاميرية القاهرة
بيانات الاتصال	T \01066621533 E-mail \mona.abdallah@biscomisr.com
اسم المستجيب:	أ. منى عبد الله
الموقع الوظيفي:	نائب مدير التصدير
بيانات التواصل:	T \ E-mail \
اجمالى عدد العاملين بالشركة فى 2014	3000
تاريخ بداية الانتاج بالشركة	1957

ملحوظة الشركة تنتج 50 صنف يندرج تحت البسكويت والكيك					ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهى نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالى الصادرات ؟ وماهى الدول المصدر لها هذا المنتج؟	
المنتج	مصدر (1)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالى الصادرات	الدول المصدر لها		
	غيرمصدر (2)					
بسكويتات	1	5%	55%	مجلس التعاون الخليجي - لبنان - الاتحاد الوريى		

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

والكورن فليكس	كيك	1	2%	22.5	لبنان - اليمن - تشاد - تونس - المغرب
	كورن فليكس	1	2%	22.5	تشاد - ليبيا - النيجر
	هل تعرف اتفاقية اغادير				
	ماهى البلدان المشتركة فيها	لا	نعم	2	1
		2	1	2	مصر
		2	1	2	الأردن
		2	1	2	المغرب
		2	1	2	تونس
		2	1	2	بلدان عربية أخرى
		2	1	2	الاتحاد الاوروبي
		2	1	2	الولايات المتحدة الأمريكية
	ما هو منشأ المواد الأولية	A	محلى		
		B	بلدان اتفاقية أعادير		
		X	بلدان أخرى (تذكر) السعودية(التمور) لين بودة(هولندا)		
	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة		تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)		
			تكيف بسيط (تجف فوترطيب)		
		*	معالجة صناعية متقدمة		
		1	نعم		
	هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	2	لا (انكر السبب)		
	يمكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة يستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)	A	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة		
		B	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاء اتالتوزيع		
		C	التصدير عبر وكلاء محليين		
		D	التصدير عبر وكلاء أجانب		
		E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية		
	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟ الشركة تنتج بطاقة 100%	1	الطاقة الانتاجية القصوى(حوالي 80%)		
		2	طاقة انتاجية غي رمتغلة (انكرا لاسباب)		
	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟	2	لا	من حيث العدد	1
		2	لا	منحيثالمؤهلات	1
	هلنتمتعونببرنامجللتكوين	1	نعم		

2	لا (اذكر السبب)			
A	موائم للمعايير المحلية		نظام الجودة المطلوب	
B	موائم للمعايير الدولية			
	1-الاعتماد على المعايير والمواصفات لكل دولة على حده 2-ان يكون صالح للاستخدام الادمي 3-ان يكون ليس له اى اضرار صحية او اثار سلبية على الانسان		اذكر المعايير المطلوبة	
1	نعم		هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا			
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا			
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية	
2	لا			
لا	1 نعم	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول عل بمعايير الجودة الدولية	
2 لا	1 نعم	الحصول على التمويل		
	أخرى (تذكر) لا توجد أسباب فنحن نحصل على معايير الجودة الدولية			
2	لا		هل النقل البنا لاسواقا لتصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ في حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مددا لنقل	
1	نعم (اذكر السبب) • طول مدة الرحلة • بعد المسافة • ارتفاع الرسوم			
1	نعم		هل تما لاستفاده من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (اذكر السبب)			
1	نعم		هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	
2	لا			
1	نعم		هل تساعد أن الاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخارجية؟	
2	لا (اذكر السبب) ليس لها تأثير			
2 لا	1 نعم	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	
2 لا	1 نعم	التمويلاتالصغرى		

	مصادر أخرى (تذكر)	
--	-------------------	--

لا يوجد استيراد من لاي منتج او مواد اولية تدخل في تصنيع المنتج من خلال بلدان اتفاقية اغادير .

- تقوم باستيراد التمور من السعودية لجودتها وبودة اللين من هولندا.
- عامة العراقيل التي تقابلنا في الاستيراد الافراجات الصحية وأجرائتها.

عند التصدير للاحد بلدان الاتفاقية

- ناولون الشحن ارتفاع مصاريف الشحن.
- طول مدة الرحلة وتكلفة الشحن التي تكون على المستورد منا عالية مما يؤدي الى لتجاه المستورد لبلدان اقرب تنتج نفس المنتج.
- بالنسبة للتحويلات البنكية من مملكة المغرب يوجد بها معوقات في صورة تحمل العميل قيمة منح الاعتماد بما يعادل الف دولار وهذا اقل سعر .
- بالنسبة للاردن تكلفة الشحن عالية مما يجعلها تستورد من بلدان اقرب حيث تقل تكلفة الشحن.

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

نعم على علم بمتطلبات بلدان الاتفاقية اعتمادا على مجهودنا الذاتي وخبرتنا بأسواقهم.
بلدان الاتحاد الاوروبي: نتج المنتج بنا ءا على طلب المستورد بمواصفات تناسبه بناءا على طلبه.

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشا لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوروبي؟
ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

نعم على علم من فوائد تراكمية المنشاء ولكن المنتج الخاص ببسكو مصر لا يوجد لدينا مساحة لتراكمية المنشأ بمعنى ان الشركة تنتج المنتج من الالف الى الباء ولا تحتاج المساهمة في انتاجه.

ماهي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشا؟

احتياجات لوجستية

- حل مشاكل الشحن
- ارتفاع اسعار وتكاليف الشحن .
- طول مدة الشحن.
- لا يوجد احتياجات مالية

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الاسواق العالمية؟

- حل المشاكل البنكية.
- عرض المنتجات المصرية من خلال المعارض الدولية.
- فتح قنوات اتصال جديدة ومتشعبة من خلال الاتفاقية لعرض المنتج بالاسواق العالمية
- حل مشاكل الشحن.

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة؟

نعم منفتحون للتعامل مع بلاد الاتفاقية من خلال مجهودات قطاع التصدير بالشركة ولم نستعد من الاتفاقيات الدولية .

الاسم التجاري للمنشأة:	شركة دومتى
------------------------	------------

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

الجيزة	محافظة																																																							
32 ش مراد الجيزة اخر صور حديقة الحيوان	العنوان:																																																							
T \01066626337-0235724924-0235722833-fax:+2023571622 E-mail \khaled_domty@hotmail.com	بيانات الاتصال																																																							
ا:خالد الشحيبي	اسم المستجيب:																																																							
رئيس قطاع التصدير	الموقع الوظيفي:																																																							
T \ E-mail \	بيانات التواصل:																																																							
من 2500 الى 3000	اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014																																																							
1990	تاريخ بداية الانتاج بالشركة																																																							
<p>ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وماهي الدول المصدر لها هذا المنتج؟</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">المنتج</th> <th colspan="2">مصدر (1) غير مصدر (2)</th> <th rowspan="2">نسبة الصادرات من الانتاج</th> <th rowspan="2">النسبة من إجمالي الصادرات</th> <th rowspan="2">الدول المصدر لها</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>جبن</td> <td>1</td> <td></td> <td>25</td> <td>55</td> <td>دول الخليج - الاردن</td> </tr> <tr> <td>عصائر</td> <td>1</td> <td></td> <td>25</td> <td>45</td> <td>الاتحاد الاوربي - دول الخليج- امريكا- الاردن</td> </tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)		نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها	جبن	1		25	55	دول الخليج - الاردن	عصائر	1		25	45	الاتحاد الاوربي - دول الخليج- امريكا- الاردن																																				
المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)			نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات				الدول المصدر لها																																															
	جبن	1				25	55	دول الخليج - الاردن																																																
عصائر	1		25	45	الاتحاد الاوربي - دول الخليج- امريكا- الاردن																																																			
<p>هل تعرف اتفاقية اغادير</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>لا</th> <th>نعم</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>			لا	نعم	2	1																																																		
لا	نعم																																																							
2	1																																																							
<p>ماهي البلدان المشتركة فيها معلوماته عن الاتفاقية انها مع دول شمال افريقيا وضم اليها الجزائر . ملحوظة :اظهار لأستجابة المبحوث</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>بلدان</th> <th>نعم</th> <th>لا</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>مصر</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>الاردن</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>المغرب</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>تونس</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>بلدان عربية أخرى</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>الاتحاد الاوربي</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>الولايات المتحدة الأمريكية</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>			بلدان	نعم	لا	مصر	1	2	الاردن	1	2	المغرب	1	2	تونس	1	2	بلدان عربية أخرى	1	2	الاتحاد الاوربي	1	2	الولايات المتحدة الأمريكية	1	2																														
بلدان	نعم	لا																																																						
مصر	1	2																																																						
الاردن	1	2																																																						
المغرب	1	2																																																						
تونس	1	2																																																						
بلدان عربية أخرى	1	2																																																						
الاتحاد الاوربي	1	2																																																						
الولايات المتحدة الأمريكية	1	2																																																						
<p>ما هو منشأ المواد الأولية</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>بلدان</th> <th>نعم</th> <th>لا</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>محل</td> <td>A</td> <td></td> </tr> <tr> <td>بلدان اتفاقية أغادير</td> <td>B</td> <td></td> </tr> <tr> <td>بلدان أخرى (تكرر) الاتحاد الاوربي - امريكا</td> <td>X</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			بلدان	نعم	لا	محل	A		بلدان اتفاقية أغادير	B		بلدان أخرى (تكرر) الاتحاد الاوربي - امريكا	X																																											
بلدان	نعم	لا																																																						
محل	A																																																							
بلدان اتفاقية أغادير	B																																																							
بلدان أخرى (تكرر) الاتحاد الاوربي - امريكا	X																																																							

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

		تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة
		تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)	
	*	معالجة صناعية متقدمة	
1		نعم	هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة
2		لا (اذكر السبب)	لمعايير القطاع
A		البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة	يمكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بيها
B		البيع بالسوق المحلي ضمن فضاء اتالتوزيع	للوصول إلى الأسواق؟
C		التصدير عبر وكلاء محليين	(المهارات التسويقية)
D		التصدير عبر وكلاء أجانب	
E		التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية	
1		الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟
2		طاقة انتاجية غي رمتغلة (انكرالاسباب)	
		
		
		
		
		
2	1	من حيث العدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد
	نعم		والمؤهلات؟
2	1	من حيث لمؤهلات	
	نعم		
1		نعم	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين
2		لا (اذكر السبب)	
A		موائم للمعايير المحلية	نظاما لجودة المطلوب
B		موائم للمعايير الدولية	
		* ايزو *Hassap * البيئة * الصحة	اذكر المعايير المطلوبة
1		نعم	هل يوجد لديكم مختبركما لخاص
2		لا	
1		نعم	هل تعتمدون على تقنياتا لجودة المحلية
2		لا	
1		نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة لاجنبية
2		لا	
2	1	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير
	نعم		الجودة الدولية
2	1	الحصول على التمويل	

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

	نعم		
		أخرى (تذكر)	
2		لا (النقل على العميل)	هل النقل إلى الأسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ في حالة الإجابة بنعم أذكر الأسباب وحدد مدة النقل
1		نعم (أذكر السبب)	
1		نعم	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية للتنمية الصادرات؟
2		لا (أذكر السبب)	
1		نعم	هل تعتقد أن الإجراءات الإدارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟
2		لا	
1		نعم	هل تساعد الإجراءات الإدارية على اقتحام الأسواق الخارجية؟
2		لا (أذكر السبب)	
		
2	1	التجارية	هل أمكنكم الوصول إلى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟
2	1	التمويلات الصغيرة	
		مصادر أخرى (تذكر) قطاع البنوك	

ماهي العوائق المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية.

لا يوجد أي منتج أو مادة أولية تدخل في المنتج الذي نقوم بتصنيعه نستورده من بلدان الاتفاقية.

عند التصدير لبلدان اتفاقية.

* مشاكل الشحن والنقل البحري من طول المدة وتكلفة الشحن على العميل باهظة مما يؤدي إلى ارتفاع سعر المنتج عليه.

* فرق العملة يمثل أحد العوامل غير المشجعة

هل أنتم على علم بمتطلبات أسواق بلدان اتفاقية أغادير أو أسواق الاتحاد الأوروبي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الأسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير : لا لسنا على علم

بلدان لاتحاد الأوروبي: نعم على علم بمتطلبات ومواصفات الاتحاد الأوروبي

هل أنتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي؟

لا

ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

لا توجد

التفسير

لا نعلم بنود وفوائد اتفاقية أغادير ولا نعلم حاجات سوق المغرب - تونس. من منتجاتنا ونحن نصدر للاردن بنسبة 25% من اجمالي التصدير بعيدا عن اتفاقية اغادير او العلم بفوائدها.

ما هي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشأ؟

*الاحتياجات الفنية.

فتح أسواق جديدة وتهيئة الأسواق الأوروبية لاستقبال المنتج المصري والأسواق الخاصة بالاتفاقية.

*الاحتياجات المالية.

لا يوجد

ما هي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الأسواق العالمية؟

-تحسين المزارع والمراعى في مصر .

مطلوب جهد اكبر ودعم من الدولة لفتح الأسواق الأوروبية.

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الأجنبية المباشرة؟

لا

أي مقترحات أخرى؟

شرح وتعريف من خلال وزارة الصناعة والتجارة لبنود اتفاقية اغادير وكيفية الاستفادة منها في قطاع الاغذية وقطاع الالبان ومنتجاته بالخاص.

	الاسم التجاري للمنشأة:	الواحة للتمور
	محافظة	القاهرة
	العنوان:	24 أش قدرى السيدة زينب
	بيانات الاتصال	T \ E-mail \ sayedskr@gmail.com
	اسم المستجيب:	سيد محمد صقر
	الموقع الوظيفي:	مدير التصدير
	بيانات التواصل:	T \ 01222128643
	إجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	120
	تاريخ بداية الإنتاج بالشركة	1994

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الإنتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها				
المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)	نسبة الصادرات من الإنتاج	النسبة إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
التمر	1	90	100	كل دول العالم
			1	

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

لا	نعم	هل تعرف اتفاقية اغادير	
2	1		
2	1	مصر	ماهى البلدان المشتركة فيها
2	1	الاردن	
2	1	المغرب	
2	1	تونس	
2	1	بلدا نعرية أخرى	
2	1	الاتحاد الاوروبي	
2	1	الولايات المتحدة الامريكية	
A		محلى	ما هو منشأ المواد الأولية
B		بلدان اتفاقية أعادير	
X		بلدان أخرى (تذكر)	
1		تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة
1		تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)	
		معالجة صناعية متقدمة	
1		نعم	هل تعتقد أننا لتكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع
2		لا (اذكر السبب) لا يوجد مكن يتناسب مع الامر المصرى او تمر الواحات البحرية لاختلاف فرز التمر من مكان لمكان ومنطقة ومنطقة	
A		البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة	يمكن تحددلى قنوات التوزيع الى الشركة بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟
B		البيع بالسوق المحلي ضمنفضاءات التوزيع	(المهارات التسويقية)
C		التصدير عبر وكلاء محليين	
D		التصدير عبر وكلاء أجانب	
E		التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية	
1		الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟
2		طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب)	ينتج ب20% من طاقته الانتاجية
		<ul style="list-style-type: none"> عدم الاستقرار الامنى العمالة (لا يوجد عمالة الكهرباء (انقطاع التيار الكهربائى) طلب السوق 	
2	1	منحيث العدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟
لا	نعم		
2	1	منحيث المؤهلات	
لا	نعم		
1		نعم	هل تتمتعون ببرنامجاللتكوين
2		لا (اذكر السبب)	
A		موائمللمعايير المحلية	نظامالجودة المطلوب
B		موائمللمعايير الدولية	

			1 معايير منظمة الغذاء والدواء (fda) 2 ان يكون محصول ذو رتبة عالية. 3 ان يكون التمر لون واحد وحجم واحد وصنف واحد	اذكرا لمعايير المطلوبة	
1	نعم			هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا				
1	نعم			هل تعتمدون على تقنيات لجودة المحلية	
2	لا				
1	نعم			هل تعتمدون على تقنيات الجودة لاجنبية	
2	لا				
2	1 نعم لا		الحصول علنا لتكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول علم عايير الجودة الدولية	
2	1 نعم لا		الحصول على التمويل		
			أخرى (تذكر)		
2	لا			هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ في حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مدة النقل	
1	نعم (اذكر السبب)		1-مدة النقل كبيرة(يتم التعامل مع كل من ميناء اسكندرية وميناء شرق التفريعة) مع العلم ان يوجد 10 موانئ في مصر لكن لاتستطيع استقبال الجيل الحديث من الحاويات لعد الملائمة من حيث عمق الغاطس. 2-الناولون بالثلاجات مكلف مقارنة بتكلفة الناولون بالعربات غير المجهزة التي تقلل التكلفة ولكن تؤثر بشكل ملحوظ على جودة المنتج 3- عدم انتظام الخطوط الملاحية 4- عدم استغلال الموانئ استغلال جيد من حيث الغاطس		
1	نعم			هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (اذكر السبب)				
1	نعم			هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	
2	لا				
1	نعم			هل تساعد الاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخارجية؟	
2	لا (اذكر السبب)				
2	1 نعم لا		التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	
2	1 نعم لا		التمويلاتالصغرى		
			مصادر أخرى (تذكر)		

العراقيل المؤثرة عند الاستيراد من بلاد اتفاقية اغادير:

- 1 نقص المعلومات
- 2 التواصل مع الشركات وقنوات التوزيع والوصول الى الاسواق في هذه الدول
- 3 عدم وضوح سبل التعاون بين الدول.
- 4 عدم وجود معلومات كافية عن احتياجاتهم .
- 5 قوانين الدولة الخاصة بالاستيراد غير مشجعة وسياسة الدولة بشكل عام تجاه الاستيراد هي سياسة تتجه الى عدم تشجيع الاستيراد ويمكن معاملة استيراد منتجات غير نهائية من دول الاتفاقية بشكل مختلف يشجع الشركات على الدخول في هذه الصفقات. وعلى الدولة ان تدعم استيراد المواد الأولية للصناعة عامة ودعم استيراد الآلات الصناعية على سبيل المثال اليابان اتفاقية (جيترو)
- 6 فتح باب التصدير وعرقلة الاستيراد يؤثر على التجارة والصناعة في مصر ويؤدي الى التبدل الاقتصادي.
- 7 عدم وجود علم بصناعات دول الاتفاقية والمواد الأولية المتاحة لديهم ومنتجات التصدير التي يتميزون بها خاصة صادراتهم الى الاتحاد الأوروبية. و كيفية الاستفادة من منتجاتهم التي يحتاجها السوق المصري.

العراقيل المؤثرة عند التصدير من بلاد اتفاقية اغادير:

- 1 عدم وضوح بنود الاتفاقية وتفصيلها وعدم احاطتنا ببندوها.
- اقتراح ان تقوم وزارة الصناعة والتجارة بعمل اجتماع للمصدين لتوضيح كيفية الاستفادة من الاتفاقية، وتفعيل كافة الآليات التي من شأنها أن ترفع الوعي بالاتفاقية وتشجع على الدخول في تفاصيل وآليات تحقيق الاستفادة منها.
- 2 . نقص معلومات عن الاسواق الخاصة بالاتفاقية.
3. العراقيل الخاصة بالسفر للخارج وانتظار الحصول على جواز المرور لهذا الدول (الفيزا) حيث يجب ان يقوم المستورد بإرسال تصريح الدخول الى بلده. يمكن أن تقوم الدول بالتنسيق مع دول الاتفاقية بوضع بمنح اجراءات استثنائية ميسرة للشركات التي تعمل في إطار هذا لاتفاقية.
- واقترح جمع بيانات عن المصدريين والمستوردين وان يقوم التمثيل التجاري في السفارات المصرية بالخارج بتسهيل الاجراءات على المصدريين والمستوردين. وعلى ان تمكنهم من السفر في اى وقت لتسهيل التجارة .
- 4 . مشاكل الموانئ المصرية حيث انها غير مؤهلة لاستقبال الجيل الثالث من الحاويات حيث ان مصر تمتلك عشر موانئ ولا يوجد غير 2 مينا مجهزين بالشكل الذي يمكنهما من استقبال حاويات الجيل الثالث وهما (اسكندرية وشرق التفريعة) مما يجبر المصدر على زيادة سعر الناوولون واستفاد الوقت والطاقة والتكلفة للوصول الى احدهما. ويمكن من خلال تجهيز عدد أكبر من الموانئ لاستقبال حاويات الجيل الثالث التسهيل على الشركات المصدرة أو المستوردة.
5. مصر الدولة الاولى في العالم في انتاج التمور ولكنها تصدر بنسبة 2% في المية من الانتاج العالمي وان تونس تصدر 25% من الانتاج العالمي لضعف الاتصال بالاسواق الخارجية وقلة المعلومات عن الاسواق العالمية. ويمكن من خلال التنسيق مع التجربة التونسية الاستفادة من التجربة التونسية في الوصول الى الاسواق الاوروبية. حيث أثبتت تونس نجاحها في التعامل مع السوق الأوروبية وتحقيق متطلباته يمكن الاستفادة من المساحات الزراعية الشاسعة في مصر وأعداد النخيل الكبيرة بها في تحقيق التكامل بين مصر وتونس للتوسع في الصادرات للاتحاد الأوروبي، فقط نحتاج الى مبادرة للتنسيق ودعم من قبل الجهات المسؤولة في مجال التمور واعتقد أن نفس الوضع ينطبق على زراعة الزيتون والصادرات من زيت الزيتون .

هل انتم على علم بمتطلبات اسواق اتفاقية اغادير واسواق الاتحاد الاوربي(التعبئة والتغليف' اذواق المستهلكين' شرائح الاسواق المستهدفة وانتظارتها)

ليس عندنا علم بالاسواق المستهدفة لبلدان اتفاقية اغادير .

وبالنسبة للاتحاد الأوربي: لا يوجد إمام بمتطلبات الاتحاد بشكل عام، ولكن عند التصدير عامة يكون المستورد له مواصفات معينة في المنتج وشكل تغليفه ونحن نعمل على تحقيق تلك المواصفات.

الدولة الواحدة تقوم بالطلب طبقاً لمواصفات تحددها ،على سبيل المثال انا بصدر لدول الاتحاد

الاوربي مثل ايطاليا المانيا انجلترا النمسا وكل دولة يكون لها مواصفات معينة وكل شركة مستوردة منى يكون لها مواصفات معينة بالاضافة الى المواصفات العامة للمنتج وعلى سبيل المثال لو انا بصدر لأمريكا كل شركة لها المواصفة الخاصة بها تختلف عن الاخرى. كل هذا بالاضافة الى المتطلبات الأساسية مثل صلاحية وسلامة المنتج والتعبئة والتغليف ورتبة المنتج رتبة اولى رتبة ثانية. وهكذا

يعنى ممكن شركة فى امريكا تاخذ رتبة ثانية؟

لا امريكا مثلا شركة ماكونيماك وشركة شيف مثلا شركة ماكونيماك يتطلب مثلا 20 مواصفة في المنتج وشركة شيف يتطلب مواصفة واحدة ومثلا شكل العلبة التي فيها عشرة جرام لشركة ماكونيماك يختلف ايضا عن شكل العلبة الذي تتطلبه شركة شيف وسعر بيع المنتج لشركة ماكونيماك يكون على سبيل المثال 2 دولار وسعر العلبة لشركة شيف 25 سنت. وكل شركة يجب ان يكون هناك مواصفة مقبولة عالميا. صالح للاستخدام الادنى

اقتراحات حضرتك لمعرفة الاسواق المستهدفة لاتفاقية اغادير والاتحاد الاوربي ايضا؟

عمل معارض دولية متخصصة بالغذاء والمواد الغذائية تشمل كل المنتجات الغذائية اولية ومنتجات نهائية مصنعة والمقصود بمعارض دولية مثل معرض (حلال HALAL- معرض موسكو فود للاغذية فقط)

ولا اتوجه للمعارض العامة التي يعرض فيها بلاستيكيات والات مثل معرض القاهرة او حتى معارض مدعو اليها مثل معارض شرق اسيا او غيرها حتى ان كانت الدعوى مجانية بمعنى أكثر وضوحا نحن نحتاج إلى معارض متخصصة لعرض المنتجات الغذائية.

العلم بفوائد تراكمية المنشاء لتطوير التجارة مع دول اتفاقية اغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوربي.

لا يوجد علم لدينا عن فوائد تراكمية المنشاء في اتفاقية اغادير .

ولكن نعلم ان تراكمية المنشاء هي ان تقوم مصر بانتاج منتج ويتم تعقيمه مثلا في الاردن وتغليفه في المغرب ثم يصدر للاتحاد الاوربي مثلا. ولا نعلم بفوائد اتفاقية اغادير في تراكمية المنشاء لعدم دعوتنا من وزارة الصناعة والتجارة لمعرفة فوائد الاتفاقية وشرحها لنا وكيفية الاستفادة منها ومعرفة المنتجات التي يمكن ان نتعاون في انتاجها وتصديرها للخارج ولا نعلم متى تمت هذه الاتفاقية.

الاقتراحات يجب ان تقوم غرفة المواد الغذائية باتحاد الصناعات بدعوتنا وشرح سبل التعاون وفوائد تلك الاتفاقية.

او من سبيل مجالات غرفة المواد الغذائية.

التطلعات التي تخص تراكمية المنشاء من اتفاقية اغادير:

ان يتم فيها مثل ما يتم في اتفاقية الكويز ان تقوم بتفعيل الاتفاقية والاستفادة منها.

على سبيل المثال امريكا تستهلك الفلفل الاسود وتستورد 100 ألف طن سنويا من الهند لو احنا عملنا وحدة على سبيل المثال لتعبئة الفلفل الاسود على المجرى الملاحي لقناة السويس او تعقيم منتج على الموانئ وهذا يتم بالتنسيق مع دول الاتفاقية.

الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشاء.

احتياجات فنية فقط لا يوجد احتياج مادي

وهي معرفة احتياجاته والمنتجات التي يحتاجها ومواصفات المنتجات حتى يستطيع ان احدد هل يستطيع تنفيذ متطلباته من حيث المواصفات وكيفية تنفيذها ان امكن.

الحاجيات التي تجعل منكم كشركة اكثر تنافسية على الاسواق العالمية.

توفير المعلومات عن الاسواق ومتطلباتها. معلومات قبل الاتفاقية ويجب عمل الاتفاقيات على اساس معلوماتي. نحن كشركة نحتاج الى توفير معلومات كافية قبل الدخول في اجراءات لتفعيل الاستفادة من أي اتفاقية. يجب الرجوع الى الشركات ومناقشة أي اجراءات مقترحة للتفعيل توفيراً للوقت والجهد حتى لا يتم عمل اتفاقيات أو اجراءات غير مناسبة ثم يتم تعديلات عليها.

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير وعلى الاستثمارات الجنبية المشتركة؟

نعم نحن اشتغلنا مع معظم بلاد الاتفاقية وقمنا بزيارة بلدان الاتفاقية وبالاخص تونس وقمنا بزيارة مصانع التمور وتصميماتها المعمارية والماكينات التي تعمل بها وذلك بمجهودنا الشخصي من خلال اصدقاء ومعارف. حيث انها اكبر دولة متقدمة في تصدير التمور مع العالم انها بدأت بعد مصر في تجارة التمور ويعد العراق. وأن تونس تصدر 25% من صناعة التمور ونحن اكبر بلد تنتج التمور ونصدر 2% فقط

المقترحات

على الجهات المختصة ان تعلم المنتجين بكيفية الاستفادة من اتفاقية اغادير، وكيفية الاستفادة.

دراسة فرص تراكم المنشأ في التمور بشكل خاص مع تونس لتعميم وتوسيع تجربة نجاح تونس في التصدير الى الاتحاد الاوربي.

	الاسم التجاري للمنشأة:	Giza Seeds and Herbs
	محافظة	الجيزة

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

	العنوان:	المنطقة الصناعية الأولى بقطاع رقم ١١ مامشركة سيدكول للأدوية - ٦ أكتوبر
T \20238343669	بيانات الاتصال	
E-mail \asoliman@gizaseeds.com		
	اسم المستجيب:	علاء الدين سليمان
	الموقع الوظيفي:	رئيس مجلس الادراء
T \01020987000	بيانات التواصل:	
E-mail \asoliman@gizaseeds.com		
	اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	300
	تاريخ بداية الانتاج بالشركة	1 / 7 /1985

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وماهي الدول المصدر لها هذا المنتج؟				
المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
نباتات طبية (ربحان - بريدقوش - شمر)	(1)	% 100	% 80	(الولايات المتحدة - اسيا - امريكا الجنوبية - كندا)
(البقدونس -الكثبره الخضراء - البابونج - الكمون)	(1)	% 100	% 20	(الولايات المتحدة - اسيا - المغرب - الامارات)
هل تعرف اتفاقية اغادير				
ماهي البلدان المشتركة فيها	نعم			
	لا			
	مصر			
	الاردن			
	المغرب			
	تونس			
	بلدان عربية أخرى			
	الاتحاد الاوروبي			
	الولايات المتحدة الامريكية			
ما هو منشأ المواد الأولية	محلي			
	بلدان اتفاقية أعادير			

X	بلدان أخرى (تذكر)		
	تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)		
	معالجة صناعية متقدمة		
1	نعم	هل تعتقد أن التكنولوجي الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	
2	لا (اذكر السبب)		
A	البيع بالسوق المحلي عب رتجا رالجملة	ممكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)	
B	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع		
C	التصدير عبر وكلاء محليين		
D	التصدير عبر وكلاء أجانب		
E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الأجنبية		
1	الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟	
2	طاقة انتاجية غي مستغلة (اذكر الاسباب)		
		
		
		
2	من حيث لعدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟	
2	من حيث المؤهلات		
1	نعم	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين	
2	لا (اذكر السبب)		
A	موائم للمعايير المحلية	نظام الجودة المطلوب	
B	موائم للمعايير الدولية		
	<ul style="list-style-type: none"> - جوده المنتج تكون ممتازة . - ان يكون المنتج مطابق للمواصفات والمعايير الدوليہ المطلوبه . - الالتزام بأساليب التعقيم للمنتج . - فحص المنتج فى المعامل المخصصه والتأكدہ انه يتمتع بالجوده المطلوبه . 	اذكر المعايير لمطلوبة	
1	نعم	هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية	
2	لا		
2	الحصول علنا لتكنولوجيا	ماهي الاسبا بالتى تحد من الحصول على معايير	

2 لا	1 نعم	الحصول على التمويل	الجودة الدولية
		أخرى (تذكر)	
2		لا (قيمة النقل يتحملها العميل)	هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟
1		نعم (اذكر السبب)	في حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مددا لنقل
1		نعم	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟
2		لا (اذكر السبب)	
1		نعم	هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟
2		لا	
1		نعم	هل تعتقد أن الاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخاجية؟
2		لا (اذكر السبب)	
		- الاجراءات كثيرة وبعضها يصعب تحقيقه لبعض الشركات المصدرة . - يجب تقنين الاجراءات حتى تلائم جميع المصدرين .	
2 لا	1 نعم	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟
2 لا	1 نعم	التمويلات الصغرى	
		مصادر أخرى (تذكر)	

ماهى العراقيل المؤثرة عند التعامل التجارى مع بلدان اتفاقية اغادير ؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية لا يوجد استيراد من بلدان اتفاقية اغادير .

عند التصدير لاحد بلدان الاتفاقية

- عدم سداد قيمة المشتريات من بعض الدول التى تم التصدير لها (المغرب) .
- اللجوء اكثر من مره الى السفاره المصريه (الملحق للتجارى) فى دوله المغرب للتدخل فى حل المشكله .
- عدم مساعده (وزاره التجاره والصناعه) الشركات المصدرة فى كفييه الاستفادة من الاتفاقية .
- عدم مساعده (الغرفه التجاريه) الشركات المصدرة والمشهود لها بالكفاءه فى كفييه الاستفادة من الاتفاقية .
-

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

- با النسبه لبلدان اتفاقية اغادير لسنا على علم كافى بمتطلبات اسواقها لاننا كشركه لم نعرف بعد المنتجات المطلوبة فى اسواق الاتفاقية ونحتلج الى من يساعدنا فدراسة السوق وتحديد احتياجات وفرص التعاون مع أسواق دول الاتفاقية.
- نحن كشركه لا نعلم المنتجات التى يزداد الطلب عليها فى دول الاتفاقية .
- (وزاره التجاره والصناعه و الغرفه) وبعض مؤسسات الدوله لم تطلعنا عن كفييه الاستفادة من الاتفاقية .

بلدان الاتحاد الأوروبي

- با النسبة لبلدان الاتحاد الأوروبي نحن على علم ودرأيه كافيه بمتطلبات الاسواق (التعبئة والتغليف) يتم تعبئه وتغليف المنتج بالصورة التي يطلبها العميل وبالجودة المطلوبة عالميا طبقا للمعايير الدولية .
- با النسبة لاذواق المستهلكين نحن نعمل على تحقيق متطلبات واحتياجات اذواق المستهلكين في هذا السوق بهدف زياده الصادرات و الوصول الى الاسواق العالمية .
- بالنسبة لشرائح الاسواق المستهدفه نحن نعمل على وصول المنتج لكافة الشرائح والشركه حاليا لديها خطه صادرات طويله الاجل وعقود واتفاقيات طويله الاجل مع بعض الدول المستهدفه .

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادي والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي؟
ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟
الرجاء التفسير

- لسنا على علم عن الفوائد من تراكمية المنشأ في دول اتفاقية اغادير .
- الدوله بمؤسساتها التجاريه لم تقدم معلومات أو توعية أو دعم كاف للتعريف بالاتفاقية وبفرصالتكامل وكيفية تحقيقها .

ماهي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشأ؟
الرجاء التفسير

- اولا نحتاج الى أن نعرف عن كافة بنود الاتفاقية .
- التعرف على المنتجات التي تعمل بها دول الاتفاقية لتحقيق الاستفادة من تراكمية المنشأ .
- قيام (وزارة التجارة والصناعة والغرفه) بدورها في التعريف بالشركات المصدرة وبكيفية الاستفادة من بنود الاتفاقية لتحقيق تراكمية المنشأ .

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الاسواق العالمية؟
الرجاء التفسير

- دور الدولة في تشجيع زراعة المساحات الكبيرة ولاعتماد على الكيانات الكبيره في الزراعه للاستفادة من مزاياات الانتاج الكبير، لأن معظم المساحات المزروعة هي مساحات صغيرة .
- دعم وتشجيع الكيانات الكبيره على زياده الصادرات من المنتج .
- الزام كافة الشركات المصدرة بالالتزام بمعايير الجودة العالميه .
- تفعيل واستحداث التشريعات والقوانين التي تؤيد الى تشجيع وتفعيل كافة الاتفاقيات الدولييه ومعرفتها والعمل عليها لتحقيق الاستفادة منها .
- قيام (وزارة التجارة والصناعة والغرفه) بتعريف الشركات المصدرة بكافة الاتفاقيات وكيفية الاستفادة منها جميعا من خلال الآليات المختلفه مثل ورش العمل وبرايج التدريب والتوعية أو حتى المطبوعات .

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة؟
الرجاء التفسير

- نحن منفتحون على الاستثمارات الاجنبية المباشره اكثر من الاستثمارات المشتركه مع بلدان اتفاقية اغادير لان التعامل مع الدول الاجنبيه اكثر ثقه ومصداقيه ولا يوجد به تلاعب كما حد حدث مع بعض الدول العربيه (المغرب) فتجارب سابقه غير مشجعه.
- ابرام عقود طويله الاجل مع شركات اجنبيه نظرا لوجوده المنتج ورضاء العميل عنه وزياده الصادرات .

اسم الشركة التجارية للمنشأة:	شركة سيما للتصنيع الغذائي
محافظة	القاهرة
العنوان:	2 شارع اسماعيل فهمي - السبع عمارات
بيانات الاتصال	T 202 24179291 E-mail lexportm@simacom.com.eg
اسم المستجيب:	محمود صلاح الدين محمود
الموقع الوظيفي:	مدير عام التصدير
بيانات التواصل:	T / 0111 11 11 425
إجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	750
تاريخ بداية الإنتاج بالشركة	1964

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الإنتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟				
المنتج	مصدر (1) غير مصدر (2)	نسبة الصادرات من الإنتاج	النسبة إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
حلوى جافه	(1)	% 70	% 75	السعودية - تونس - المغرب - الجزائر - السودان - كينيا - الكاميرون
شيكولاته	(1)	% 25	% 20	لبنان - تونس - السعودية
طوفي	(1)	% 2	% 3	سانت ماريتين
لبان	(1)	% 3	% 2	العراق
هل تعرف اتفاقية اغادير				
ما هي البلدان المشتركة فيها	نعم	لا		
	1	2		
	1	2		مصر
	1	2		الأردن
	1	2		المغرب
	1	2		تونس
	1	2		بلدان عربية أخرى
	1	2		الاتحاد الأوروبي
	1	2		الولايات المتحدة الأمريكية
	1	2		

A	محلى		ما هو منشأ المواد الأولية	
B	بلدان اتفاقية أعادير			
X	بلدان أخرى (تذكر)			
	تحويل بسيط(فرز وتنظيف وتعبئة)		مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	
	تكيف بسيط(تجفيفوترطيب)			
	معالجةصناعيةمتقدمة			
1	نعم		هل تعتقد أننا لتكنولوجي الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	
2	لا (اذكر السبب)			
A	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة		ممكّن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بيها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)	
B	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع			
C	التصدير عبر وكلاء محليين			
D	التصدير عبر وكلاء أجانب			
E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية			
1	الطاقة الانتاجية القصوى(حوالي 80%)		هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟	
2	طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب)			
			
			
			
			
2	1	نعم	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟	
2	1	نعم		
1	نعم		هل تتمتعون ببرنامج للتكوين	
2	لا (اذكر السبب)			
A	موائم للمعايير المحلية		نظام الجودة المطلوب	
B	موائم للمعايير الدولية			
	- ان يكون المنتج مطابق للمواصفات والمعايير الدولييه المطلوبه . - ان يكون المنتج بجوده عاليه جداا . -		اذكر المعايير لمطلوبه	
1	نعم		هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا			
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا			
1	نعم		هل تعتمدون عل تقنيات الجودة الاجنبية	
2	لا			

	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير الجودة الدولية	الحصول على التكنولوجيا	1	نعم	2 لا
		الحصول على التمويل	1	نعم	2 لا
		أخرى (تذكر)			
	هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ في حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مدة النقل	لا			2
		نعم (أذكر السبب)			1
	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	نعم	1		
		لا (أذكر السبب)	2		
		<p>- لان الشركه غير معتمده على دعم مؤسسات الدوله لدعم الصادرات .</p> <p>- لان الشركه لديها خطه تصدير وعقود تصدير مع الشركات المستورده للمنتج سواء كانت شركات دول عربيه او افريقيه .</p>			
	هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحليه؟	نعم	1		
		لا	2		
	هل تساعد لاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخاجية؟	نعم	1		
		لا (أذكر السبب)	2		
	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	التجارية	1	نعم	2 لا
		التمويل ائتماني	1	نعم	2 لا
		مصادر أخرى (تذكر)			

ماهي العراقيل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية اغادير ؟

عند الاستيراد من بلدان اتفاقية اغادير .. لا يوجد استيراد من بلدان اتفاقية اغادير .

عند التصدير لحد بلدان اتفاقية اغادير ..

-ارتفاع أسعار الرسوم الجمركيه 40 % وبما يخص لدوله المغرب لكثرة عمليه التصدير لها .

- انخفاض عمليه التصدير لهذه الدول بعد زياده الرسوم الجمركيه .

- عدم معرفتنا بكل بنود الاتفاقية وكيفية الاستفادة منها بشكل كامل وواضح .

- عدم مساعده (وزاره التجاره والصناعه) الشركات المصدرة في كيفية الاستفادة من الاتفاقية وتحديد مناطق التميز لدول الاتفاقية المختلفه فيما يتعلق بالمواد الأولية والوسيطه والنهائيه.

- عدم مساعده (وزاره التجاره والصناعه) الشركات المصدرة في فتح اسواق اكثر في دول الاتفاقية .

هل انتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية اغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف . ازواق المستهلكين . شرائح الاسواق المستهدفه وانتظاراتها) ؟

بلدان اتفاقية اغادير ..

- بالنسبه لبلدان اتفاقية اغادير نحن على علم بمتطلباتها من حيث التعبئة والتغليف نعمل على تحقيق متطلبات العميل التعبئة الجيده والتغليف الجيد وكتابه مواصفات المنتج على الغلاف ونعمل على تنفيذ طرق التعبئة والتغليف التي يطلبها العميل .

- بالنسبه ل ازواق المستهلكين نحن على علم بها بشكل جيد نظرا لوجود عملاء وكلاء لنا في تلك الدول ومنتجاتنا تناسب ازوقهم بشكل ممتاز نظرا لزياده صادراتنا لهم .

بلدان الاتحاد الأوروبي .. غير مصدر لبلدان الاتحاد الأوروبي .

ويمكن التنسيق مع دول الاتفاقية في حالة أنهم يصدرون منتجات مماثلة للاتحاد الأوروبي لدخول هذه الأسواق من خلالهم هل انتم على علم با الفوائد من تراكيمه المنشأة لتطوير التجارة مع دول اتفاقية اغادير والتصدير نحو الاتحاد الاورويى ؟ ماهى تطلعاتكم فى هذا المجال ؟

- لا يوجد لدينا علم عن الفوائد من تراكيمه المنشأة فى دول اتفاقية اغادير .
- لا يوجد لدينا علم بشكل كافى من تراكيمه المنشأة لتطوير التجارة مع دول الاتفاقية .
- (اقتراح) قيام وزارة التجارة والصناعة بمعرفة الشركات المصدرة لدول الاتفاقية بمعرفة كيفية الاسفاده من تراكيمه المنشأة والعمل عليها .

ماهى الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكيمه المنشأة ؟

- با النسبة للاحتياجات الفنية يوجد لدينا اجهزه ومعدات على اعلى مستوى من التكنولوجيا وحدث ما وصلت اليه ويوجد لدينا فنيين على مستوى عالى من حيث الخبرة والمهارة ويوجد لدينا مهندسين على مستوى عالى من الكفاء والخبرة .
- با النسبة للاحتياجات المالية الشركة لديها راس مال جيد ولديها خطوط انتاج جيدة وكثيره ... لا اعتقد انها فى لا احتياجات مالية لتحقيق تراكيمه المنشأة .

ماهى الاحتياجات لكى تصبحو اكثر تنافسيه على الاسواق العالميه ؟

- قيام وزارة التجارة والصناعة بتوفير معلومات للشركات المصدرة عن احتياجات دول الاتفاقية والعمل عليها .
- قيام وزارة التجارة والصناعة بتوفير كل المعلومات عن كيفية الاستفادة من الاتفاقية بشكل كامل .
- هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة ؟
- نعم نحن منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير فى قطاع (الحلوى الجافه و الشيكولاته) .
- نحتاج الى مزيد من الاستثمارات مع بلدان الاتفاقية وهذا هو الدور المطلوب من الدولة وبا الاخص (وزارة التجارة والصناعة) .

اى مقترحات اخرى ؟

على الجهات المختصة ان تعلم المنتجين بكيفية الاستفادة من اتفاقية اغادير

	الاسم التجارى للمنشأة:	جھينة
	محافظة	الجيزة
	العنوان:	محور كريسى واتر قطعة21 بالقرب من هابير وان الشيخ زايد
	بيانات الاتصال	012231329320238510066/T E-mail \
	اسم المستجيب:	مصطفى رجاءى
	الموقع الوظيفى:	مدير التصدير
	بيانات التواصل:	E-mail \ T \\
	اجمالى عدد العاملين بالشركة فى 2014	4000

1986	تاريخ بداية الانتاج بالشركة	
------	-----------------------------	--

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟				
المنتج	مصدر (1)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول لمصدر لها
	غير مصدر (2)			
الحليب	1	2	70	ليبيا (80%) مجلس التعاون الخليجي - روسيا - تونس - الاردن - المغرب
العصير	1	1.5	15	مجلس التعاون الخليجي - اوربا - الاردن - المغرب - ليبيا - امريكا
ميكسات (البان منك هة)		1.5	15	ليبيا - روسيا - تونس - المغرب - مجلس التعاون الخليجي.
هل تعرف اتفاقية اغادير				
ما هي البلدان المشتركة في ها	لا			
	نعم			
	2			
	2			
	2			
	2			
	2			
	2			
ما هو منشأ المواد الأولية	محلى			
	بلدان اتفاقية أعادير			
	بلدان أخرى (تذكر)			
	اوربا - تايلند -			
مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)			
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)			
	1			
	معالجة صناعية متقدمة			
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	نعم			
	لا (اذكر السبب)			
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	1			
	2			
	A			
	B			
	C			
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	D			
	E			
	1			
	الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)			

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

2	طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكرالاسباب)		
2	لا	من حيث لعدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد والمؤهلات؟
2	لا	من حيث المؤهلات	
1	sap نعم		هل تتمتعون ببرنامج للتكوين
2	لا (اذكر السبب)		
A	موائم للمعاييرالمحلية		نظام الجودة المطلوب
B	موائم للمعاييرالدولية		
	1-معايير وزارة الصحة المصرية 2-معايير ومواصفات منظمة الغذاء الامريكية fda 3-عدم استخدام الوان صناعية 4- عدم استخدام مواد كيميائية ضارة		اذكر المعايير المطلوبة
1	نعم		
2	لا		هل يوجد لديكم مختبركم الخاص
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية
2	لا		
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية
2	لا		
2	لا	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير الجودة الدولية
2	لا	الحصول على التمويل	
	أخرى (تذكر) لايوجد		
2	لا		هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ فى حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مدة النقل
1	نعم (اذكر السبب)		
1	نعم		هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟
2	لا (اذكر السبب)		
1	نعم		هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟
2	لا		
1	نعم		هل تساعد الاجراءات الاداريةعلى اقتحام الاسواق الخارجية؟
2	لا (اذكر السبب)		
2	لا	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى
2	لا	التمويلات الصغرى	

	مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	مصادر أخرى (تذكر)	
--	--	-------------------	--

ماهي العارقل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية . لا يوجد . لا استورد من دول اتفاقية اغادير استورد لبن مجفف فقط من الاتحاد الاوربي.

عند التصدير لبلدان الاتفاقية

1-تعنت في المواصفات.

2-تعنت في الاجراءات والملفات.

3- المغرب روتين في استخدام وتطبيق المفردات والألفاظ في توصيف المنتج . على سبيل المثال عصير طبيعي 100% ولكن عند

أضافة مادة تثبيث على ه في هذه الحالة يصرون على تغيير المواصفة من عصير طبيعي الى عصير فقط بدون كلمة طبيعي، وذلك

اجراء روتيني من الحكومة المغربية وليس من المستورد.

3- العبوة للمنتج مكتوب على ها باللغة العربية واللغة الانجليزية. يطلبون الكتابة باللغة العربية والفرنسية.

4- الاردن تتعنت في المواصفات على سبيل المثال (يتم الكتابة على منتج الحليب أن ه حليب طبيعي 100% وفي حالة عدم توفر حليب

طبيعي يتم استخدام حليب مرتجع بودره بنسبة لا تزيد عن 50%) هذه جملة ثابت ه يتم كتابتها على كل العبوات في كل الأوقات ويتم

استخدام نسبة حليب البودرة فقط في وقت الصيف عندما يكون إنتاج الالبان ضعيف . ولكن الاردن تشترط ان تكتب على المنتج

100% طبيعي او 100% بودره وهذه الحالة لا تنطبق على منتجنا في كل الأوقات.

. هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوربي (التعبئة

التغليف،أنواعالمستهلكين،شراحنالاسواقالمستهدفةوانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

نعم على علم باحتياجات اسواق اتفاقية اغادير من حيث التعبئة والتغليف واذواق المستهلكين وشرائح الاسواق امستهدفة ولكن نعانى من

عدم القدرة على تحقيق متطلباتهم بسبب الروتين والاجراءات الحكومية وليس طلب المستورد الن هائي.

بلدان الاتحاد الاوربي.

نعم على علم بمتطلباتهم لكن نصدر عصائر فقط لبلدان الاتحاد الاوربي لانهم يحظرون استيراد منتجات الالبان من افريقيا .عدا روسيا

نصدر لها لانها معاقبة من اوربا بسبب مشكلة اوكرانيا ولكن نعانى من متطلباتهم فى التعبئة والتغليف ولا نستطيع على سد حاجاتهم

لمتطلباتهم فى شكل العبوة الخارجية واللغة المكتوبة بها، وهذا يؤدي الى تكلفة عالية ونعانى ايضا فى العصائر بسبب التعبئة والتغليف

بسبب متطلباتهم من حيث الكتابة على العبوات بلغات مختلفة ونحن نتعامل مع شركتين كبيرتين فى مجال التعبئة والتغليف وهما (نترا باك

وكومبي بلوك) وتغير اللغة سيكلف تكلفة عالية جدا

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشا لتطويرالتجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد

الاوربي؟ ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

لا

ماهي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشا؟

الاحتياجات هى ان نعرف كيفية التعامل ومعرفة الفوائد من الاتفاقية وكيفية تنفيذ بنود تلك الاتفاقية

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الاسواق العالمية؟

1- زيادة دعم الصادرات.

2- تحسين سمعة المراعى فى مصر .

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات

الاجنبية المباشرة؟ لا

أي مقترحات أخرى؟ نشكركم على حسن تعاونكم

اسم الشركة التجارية للمنشأة:	شركة كينج ام للصناعات الغذائية
محافظة:	القاهرة
العنوان:	عمارة 93 - المنطقه الثانيه - محطة المدرس هـ - خلف سيدناوى - الحى العاشر - مدينه نصر .
بيانات الاتصال:	E-mail 0224120019 / 0224121017 \ T
اسم المستجيب:	محمد عبد الرحمن راضى
الموقع الوظيفى:	رئيس مجلس الاداره
بيانات التواصل:	E-mail 01001574980 \ T
اجمالى عدد العاملين بالشركة فى 2014	68
تاريخ بداية الانتاج بالشركة	1986 / 7

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهى نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وماهى الدول المصدر لها هذا المنتج؟					
المنتج	مصدر (1)		نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي لصادرات	الدول المصدر لها
	غير مصدر (2)				
يسكوييت – كيك	(1)		15 %	5 %	(الامارات – انجلترا)
عيش مكسيكى	(1)		25 %	7 %	(الامارات – انجلترا)
بيتزا	(2)				
هل تعرف اتفاقية اغادير					
ماهى البلدان المشتركة فىها			لا		
			نعم		
			2		
			2		
			مصر		
			الاردن		
			المغرب		
			تونس		
			2		
2			1		بلدان عربية أخرى
2			1		الاتحاد الاوروبي
2			1		الولايات المتحدة الامريكية
ما هو منشأ المواد الأولية			محلى		
			A		
			بلدان اتفاقية أعادير		
			B		

X	بلدان أخرى (تذكر)		
	تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)		مرحلة التصنيع لدى المؤسسة
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)		
	معالجة صناعية متقدمة		
1	نعم		هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع
2	لا (اذكر السبب)		
A	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة		يمكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بىها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)
B	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع		
C	التصدير عبر وكلاء محليين		
D	التصدير عبر وكلاء أجنب		
E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية		
1	الطاقة الانتاجية القصوى (حوالى 80%)		هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟
2	طاقة انتاجية غير مستقلة (اذكر الاسباب)		
	- بسبب وجود عجز فى العمال ه (فنيين .)		
	- بسبب زياده الاسعار ادى الى طلب العمال زياده فى المرتبات وهذا ما ادى الى العجز فى العمال ه فى الوقت الحالى.		
	- بسبب ارتفاع اسعار الوقود فى الوقت الحالى.		
2	نعم	من حيث العدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد و المؤهلات؟
2	نعم	من حيث المؤهلات	
1	نعم		هل تتمتعون ببرنامج للتكوين
2	لا (اذكر السبب)		
A	موائم للمعايير المحلية		نظام الجودة المطلوب
B	موائم للمعايير الدولية		
	- التزام الشركه بأحدث وسائل التعقيم اثناء عملى ه الانتاج		اذكر المعايير المطلوبة
	- التزام الشركه بتحقيق معايير منظم ه الغذاء العالمى ه.		
	- سعى الشركه فى الوقت الحالى فى الحصول على ش هاده الايزو (22000) .		
1	نعم (وفى بعض الاحيان يتم الاختبار فى مركز البحوث الزراعى ه)		هل يوجد لديكم مختبركم الخاص
2	لا		
1	نعم		هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية

2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة الأجنبية	
2	لا		
2	1 نعم	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على
2	1 نعم	الحصول على التمويل	معايير الجودة الدولية
		أخرى (تذكر)	
2	لا	هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟	
1	نعم	في حالة الاجابة بنعم	
	(اذكر السبب)	أذكر الاسباب و حدد مدة النقل	
1	نعم	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (اذكر السبب)		
		دعم الصادرات غير كافى.	
		عدم تقديم معارض من جانب الحكوم ه لفتح سوق خارجى للمنتج.	
		قيام موظفين الهيئات الحكومى ه بطلب الرشوه عمدا فى الحصول على تسهيلات الاجراءات الحكومى ه.	
1	نعم	هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج	
2	لا	على السوق المحلية؟	
1	نعم	هل تساعد أن الاجراءات الادارية على اقتحام	
2	لا (اذكر السبب)	الاسواق الخارجية؟	
		- بسبب كثرة الاجراءات الحكومى ه	
		الروتينى ه.	
		- كثرة الاشتراطات المطلوب ه.	
2	1 نعم	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات
2	1 نعم	التمويلات الصغرى	التمويل والائتمان)؟
		مصادر أخرى (تذكر)	

ما هي العوائق المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية (غير مستورد من دول اتفاقية اغادير) عند التصدير لاهد بلدان الاتفاقية (غير مصدر لدول اتفاقى ه اغادير)

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبى (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح

الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟ بلدان اتفاقية أغادير

- الشريك ليست على علم بمتطلبات اسواق اغادير لعدم التعامل مع هذه الدول ... وهذا يرجع لعدم معرفتنا عن تلك الاتفاقى ه ولسنا على علم با اهدافها ولاول مره نسمع عن تلك الاتفاقى ه ونرجو من الجهات الحكومى ه المختص ه ضرورة معرفتنا بتلك الاتفاقية وكيفية الاستفادة منها لاننا فى حاجة الى ذلك لفتح اسواق جديده فى تلك الدول.

-

بلدان الاتحاد الأوروبي

- با النسب لبلدان الاتحاد الأوروبي نحن على درى بشكل جيد من حيث.
 - (التعبئة والتغليف) : نحن على درى بوسائل التعبئة والتغليف التى تتطلبها اسواق الاتحاد الأوروبي من حيث شكل العبوة والمواصفات الخارجى وحجم العبوة ونوعها ولكن نتمنى ان الهيئات الحكومى المختص تساعدنا على فتح اسواق خارجى افضل وتدعنا فى المعارض المقام با الخارج للوصول المنتج وتصديره بشكل اكبر من ذلك لان ذلك ليس من مصلح الشركه فقط ولكن ايضا يؤدى الى انتعاش الاقتصاد المصرى اكثر مما هو على .
 - (با النسب لا انواق المستهلكين) : با النسب لا نواق المستهلكين فأن المنتج نسب رضاء على من المستهلكين ونعمل فى الوقت الحالى على زياده التوسع فى تصدير المنتج والوصول به الى اسواق الاتحاد الأوروبي بشكل اكبر مما نحن على ونتمنى مسانده الحكوم فى دعم المواد البترولى وتوفير للتوسع فى انشاء خطوط انتاج اكثر وتوفير المواد البترولى فى الوقت الحالى با الاخص لعدم توافره (الغاز) .
 - (بالنسبة لادواق شرائح المستهلكين) : الشركه تستهدف الى الوصول لا اسواق خارجيه عربيه واجنبيه فى الفتره القادمه وجارى التجهيز لا ابرام عقود واتفاقيات مع عملاء ووكلاء فى الاسواق التى ترغب الشركه الوصول لها.
- هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشا لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الأوروبي ؟
- ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟
- الرجاء التفسير الشركه ليست على علم با الفوائد من تراكمية المنشا نهائيا ونأمل فى مسانده الجهات الحكومى المختص بمعرفتنا عن الفوائد من تراكمية المنشا وكيفى الاستفادة من هـ.
- ماهي الاحتياجات الفنية و المالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشا ؟ الرجاء التفسير
- با النسب للاحتياجات الفنى هـ:
- الشركه فى حاجه لعمال مدرب وعلى خبره جوده فى المنتج.
 - دعم المعارض المقام با الخارج للتوسع فى التصدير من المنتج.
 - توفير المواد البترولى ودعمها.
- با النسب للاحتياجات المالى هـ:
- لسنا فى حاجه لا احتياجات مالى لتحقيق تراكمية المنشا.
- ما هي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية
- على الاسواق العالميه ؟ الرجاء التفسير
- رفع سعر التعريف الجمركى فى الفتره الاخيره.
 - عدم طلب الرشاه عمدا من جانب موظفين (الغرفه التجارى - الامن الصناعى وبعض الجهات الحكومى المختص هـ.)
 - عدم البروقراطى هـ.
 - توفير المواد البترولى المستعمل فى العملى الانتاجى فى الوقت الحالى با الاخص.
 - تفعيل دور الغرفه التجارى بشكل افضل مماهى على هـ.
 - مساعده الجهات المختص بمعرفتنا با الاتفاقيات المبرم مع الدول واطلعنا على تلك الاتفاقيات واطلعنا على كيفى الاستفادة من تلك الاتفاقيات.
- هل انتم منفتحون على الاستثمار المشترك مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبيه المباشرة؟
- الرجاء التفسير ... لسنا منفتحون على الاستثمارات المشتركه مع بلدان اغادير.
- لسنا منفتحون على الاستثمارات الاجنبيه المباشره فى الوقت الحالى با الوضع الذى تأمله نظرا لعدم فتح اسواق خارجيه اكثر مما نحن عليه فى الوقت الحالى.

أي مقترحات أخرى؟

لا يوجد

نشكركم على حسن تعاونكم

الاسم التجاري للمنشأة:	المروه للصناعات الغذائية
محافظة	الجيزة
العنوان:	قطعة 43 منطقة صناعية 64 أكتوبر
بيانات الاتصال	0238343571T \ 2/ 01001018066 E-mail \ramy.hatem@elmarwa.com
اسم المستجيب:	رامى حاتم عفيفي
الموقع الوظيفي:	مدير التصدير والمبيعات
بيانات التواصل:	T \ E-mail \
إجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	110
تاريخ بداية الإنتاج بالشركة	1998

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟					
المنتج	مصدر (1)		نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
	غير مصدر (2)				
لب ومركز الفواكه	1		40	100	المغرب تونس الجزائر /مجلس التعاون الخليجي/الاتحاد الاوربي
هل تعرف اتفاقية اغادير	لا				
	نعم				
ما هي البلدان المشتركة في ها	1		مصر الاربن المغرب تونس بلدان عربية أخرى		
	1				
	1				
	1				
	1				
	2				

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

2	1	الاتحاد الأوروبي	
2	1	الولايات المتحدة الأمريكية	
A		محلى	ما هو منشأ المواد الأولية
B		بلدان اتفاقية أعادير	
X		بلدان أخرى (تذكر)	
		تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة
		تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)	
1		معالجة صناعية متقدمة	
1		نعم	هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات)
2		لا (اذكر السبب)	مواكبة لمعايير القطاع
A		البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة	يمكن تحددلى قنوات التوزيع اللى الشركة
B		البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع	بتستعين بها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات
C		التصدير عبر وكلاء محليين	التسويقية)
D		التصدير عبر وكلاء أجانب	
E		التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية	
1		الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية
2		طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب)	المتاحة؟
2	1	من حيث العدد	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد
لا	نعم		والمؤهلات؟
2	1	من حيث المؤهلات	
لا	نعم		
1		sap – نعم	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين
2		لا (اذكر السبب)	
A		موائم للمعايير المحلية	نظام الجودة المطلوب
B		موائم للمعايير الدولية	
		1-معايير منظمة الغذاء المريكية (fda)	اذكر المعايير المطلوبة
		الاوربية	
		Sgf	
1		نعم	هل يوجد لديكم مختبركم الخاص
2		لا	
1		نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية
2		لا	
1		نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية
2		لا	
2	1	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

معايير الجودة الدولية			لا	نعم
		الحصول علنا لتمويل	2	1
			لا	نعم
				أخرى (تذكر) لا يوجد
		هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ فى حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب وحدد مدة النقل	2	لا
			1	نعم (اذكر السبب) 1-ارتفاع اسعار الطاقة (السلولار)
		هل تم الاستفاده من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	1	نعم
			2	لا (اذكر السبب)
		هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	1	نعم
			2	لا
		هل تساعد أن الاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخارجية؟	1	نعم
			2	لا (اذكر السبب)
		هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	2	1
			لا	نعم
			2	1
		مصادر أخرى (تذكر)	2	1
			لا	نعم
			2	1

ماهي العراقيل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية لا يوجد

عند التصدير لبلدان الاتفاقية لا يوجد عراقيل

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة

والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟ المنتج هو لب العصير منتج يتم على ه عمليات تصنيع وتغليف يعتبر

مادة خام فلا اهتم بالتعبئة والتغليف وأذواق المستهلكين.

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوروبي؟ ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

الرجاء التفسير نحن نصنع منتج لب الفاكهة ومركز الفاكهة ونصدره ويبيع محليا فلا استفادة من تراكمية المنشأ بالنسبة لنا..

ماهي الاحتياجات الفنية والمالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشأ؟

الرجاء التفسير.. لسنا فى حاجة لتراكمية المنشأ

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية على الاسواق العالمية.

1- طرق التخزين.

2- طرق الشحن.

3- أسعار الفاكهة

4- أسعار الطاقة.

5- دعم الصادرات

هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الأجنبية المباشرة؟

نعم نصدر لبلدان اتفاقية أغادير ونصدر للاتحاد الأوربي ولكن لا نعلم كيفية الاستفادة من اتفاقية أغادير.

أي مقترحات أخرى؟

نشكركم على حسن تعاونكم

Givrex (frozen fruits and vegetables)	الاسم التجاري للمنشأة:	
Alexandria الاسكندرية	محافظة	
Street 38 Smouha, Alexandria	العنوان:	
T \ 03 4244000 E-mail \ Patrick@givrex.com.eg	بيانات الاتصال	
Mr. Patrick R. Mansour	اسم المستجيب:	
المدير العام	الموقع الوظيفي:	
T \ 01223116062 E-mail \ Patrick@givrex.com.eg	بيانات التواصل:	
400	اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	
1978 / 10 / 1	تاريخ بداية الانتاج بالشركة	

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ما هي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر ل هذا المنتج؟				
المنتج	مصدر (1)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر ل ها
	غير مصدر (2)			
(خرشوف)	(1)	% 60	%50	(لبنان - البحرين - الجزائر - فرنسا - اسبانيا)
(فول)	(1)	% 15	% 15	(تونس - المغرب)

(بامية - فاصوليا)		(1)	5 %	(فرنسا - إسبانيا)
(فراول - ملوخي)		(1)	20 %	(فرنسا - إسبانيا - تونس - المغرب)
هل تعرف اتفاقية اغادير	نعم			
	لا			
ما هي البلدان المشتركة فيها	مصر			
	الأردن			
	المغرب			
	تونس			
	بلدان عربية أخرى			
	الاتحاد الأوروبي			
	الولايات المتحدة الأمريكية			
ما هو منشأ المواد الأولية	محلي			
	بلدان اتفاقية أعادير			
	بلدان أخرى (تذكر)			
مرحلة التصنيع لدى المؤسسة	تحويل بسيط (فرز وتنظيف وتعبئة)			
	تكيف بسيط (تجفيف وترطيب)			
	معالجة صناعية متقدمة			
هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع	نعم			
	لا (اذكر السبب)			
يمكن تحديث قنوات التوزيع التي الشركة بتستعين بها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)	البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة			
	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع			
	التصدير عبر وكلاء محليين			
	التصدير عبر وكلاء أجانب			
	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الأجنبية			
هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟	الطاقة الانتاجية القصوى (حوالي 80%)			
	طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب) لان السلع المنتجة موسمي.			
هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد و المؤهلات؟	من حيث العدد			
	من حيث المؤهلات			
هل تتمتعون ببرنامج للتكوين	نعم			
	لا (اذكر السبب)			
نظام الجودة المطلوب	موائم للمعايير المحلية			
	موائم للمعايير الدولية			
اذكر المعايير المطلوبة		- المعايير طبقا للمواصفات الاوروبية. - الالتزام بمواصفات منظمه الغذاء العالمية.		

الدراسة الإقليمية حول فرص التكامل والشراكة المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية بين الدول الأعضاء في اتفاقية أغادير

	- الالتزام بمعايير الايزو العالمى.					
1	نعم				هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا					
1	نعم				هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا					
1	نعم				هل تعتمدون على تقنيات الجودة الاجنبية	
2	لا					
2 لا	نعم 1	الحصول على التكنولوجيا			ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير الجودة الدولية	
2 لا	نعم 1	الحصول على التمويل				
		أخرى (تذكر)				
		(جوده المنتج الزراعى) ... الزراعة.				
2	لا				هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟ فى حالة الاجابة بنعم أذكر الاسباب و حدد مدة النقل	
1	نعم (اذكر السبب)					
		- ارتفاع اسعار الوقود بالنسبة للنقل الداخلى.				
1	نعم				هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (اذكر السبب)					
1	نعم				هل تعتقد أن الاجراءات الادارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	
2	لا					
1	نعم				هل تساعد الاجراءات الادارية على اقتحام الاسواق الخارجية؟	
2	لا (اذكر السبب)					
		- بسبب كثرة الاجراءات الروتينية.				
		- بسبب صعوبه توافر بعض الاشتراطات الفنية.				
2 لا	نعم 1	التجارية			هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟	
2 لا	نعم 1	التمويلات الصغرى				
		مصادر أخرى (تذكر)				

ما هي العراقيل المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟

عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية (لا يوجد استيراد من بلدان اتفاقية هـ اغادير)

عند التصدير لحد بلدان الاتفاقية (لا يوجد اى معوقات فى حاله التصدير لبلدان اتفاقية هـ اغادير)

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاوروبي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح

الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟

بلدان اتفاقية أغادير

بالنسبة للأسواق بلدان اتفاقي ه اغادير نحن على علم بمتطلبات اسواقها من حيث :

التعبئة والتغليف : نحن كشركة على دراية جيدة بطرق التعبئة والتغليف التي تتطلبها بلدان اتفاقية اغادير من حيث الشكل والحجم وكتابة مواصفات المنتج على العبوة بالشكل المطلوب لدىهم واتباع أحدث وسائل واساليب التعبئة والتغليف.

أذواق المستهلكين : الشركة على علم وعلى دراية بأذواق المستهلكين في بلدان اتفاقي ه اغادير بحيث ان المنتج ينال رضا كل الفئات العمرية ونعمل على زيادته الاهتمام بأذواق المستهلكين.

شرائح الاسواق المستهدفة : الشركة تعمل على وصول المنتج لشرائح الاسواق المستهدفة ومن هنا قامت الشركة وضع خطه لوصول المنتج للشرائح المستهدفة وعمل اتفاقيات وعقود شراء مع شركات عربية لضمان وصول المنتج لشرائح الاسواق المستهدفة .

بلدان الاتحاد الاوربي

بالنسبة لاسواق الاتحاد الاوربي نحن على علم ودراية كافية جدا بمتطلبات السوق من حيث:

التعبئة والتغليف : الشركة على علم وعلى دراية جيدة بأحدث طرق واساليب التعبئة والتغليف التي تتطلبها بلدان الاتحاد الاوربي من حيث طرق التعبئة والتغليف المتعارف عليها دوليا لضمان وصول المنتج بجوده عالية وضمان وصوله بصوره جيدة حتى ينال رضا الشركات المستورده للمنتج ... مثل (فرنسا - اسبانيا) .

أذواق المستهلكين : الشركة على علم وعلى دراية ممتازة بأذواق المستهلكين في اسواق بلدان الاتحاد الاوربي وهذا انعكس على زيادته صايرتنا با الاخص من منتج (الفراول ه والخرشوف) في الفتره الاخيره.

شرائح الاسواق المستهدفة : الشركة تعمل زيادته صايرتها في الوصول لشرائح اسواق مستهدفه جديده في بلدان الاتحاد الاوربي وبناء على هذا تم عمل عقود واتفاقيات مع شركات اجنبية لضمان وصول المنتج في شرائح الاسواق المستهدفه.

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاوربي ؟

ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

الرجاء التفسير ... الشركة ليست على علم من فوائد تراكمية المنشأ ونتمنى ان تطلعنا الجهات الحكومية المنوط بها هذا الشأن كيفي الاستفادة من تراكمية المنشأ.

ماهي الاحتياجات الفنية و المالية المطلوبة

لتحقيق تراكمية المنشأ ؟ الرجاء التفسير

(لا احتياجات مالية من الحكومة فقط تدخلات تيسيرية)

تقنين الاجراءات الروتينية الحكومية بشكل مبسر .

ماهي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية

على الاسواق العالمية ؟ الرجاء التفسير

- دعم اسعار المواد البترولية هـ (لتسهيل عملية النقل الداخلي).
 - تقنين الاجراءات الروتينيه الحكومية بشكل ميسر.
 - دعم الصادرات بشكل اكبر وافضل من ذلك.
- هل انتم منفتحون على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة؟ الرجاء التفسير

نعم (الشركة منفتحة على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة عن طريق ابرام عقود واتفاقيات)

أي مقترحات أخرى؟

لا يوجد

الاسم التجاري للمنشأة:	(هارفست Harvest Foods)
محافظة	الجيزة
العنوان:	ش مشعل / ش ترعه المنصوريه بجوار شركه ايفا (للدوى هـ)
بيانات الاتصال	T \ 38340531 E-mail \ info@harvest.com.eg
اسم المستجيب:	محمد جلال (01006668693) مدير التصدير حسين موسى (01001114088) رئيس قطاع الاحتياجات.
الموقع الوظيفي:	مدير التصدير رئيس قطاع الاحتياجات.
بيانات التواصل:	T \ 01006668693 E-mail \ mhamed@harvest.com.eg
اجمالي عدد العاملين بالشركة في 2014	425
تاريخ بداية الانتاج بالشركة	1999

ما هي أهم منتجات الشركة؟ وفي حالة تصدير المنتج : ماهي نسبة الصادرات من الانتاج لكل منتج ؟ وما هي النسبة من إجمالي الصادرات ؟ وما هي الدول المصدر لها هذا المنتج؟				
المنتج	مصدر (1)	نسبة الصادرات من الانتاج	النسبة من إجمالي الصادرات	الدول المصدر لها
فول	(1)	35 %	40 %	(النمسا - اسبانيا - ايطاليا - فرنسا - اليونان - هولندا - اسبانيا)
البقوليات (لوبيا - فاصوليا)	(1)	25 %	10 %	(النمسا - اسبانيا - ايطاليا - فرنسا - اليونان - هولندا - اسبانيا)

صلصة طماطم			(1)	% 40	% 50	(المغرب - ليبيا - السودان - السعودى هـ - تونس)
	هل تعرف اتفاقية اغادير					
	2	1				
	2	1	مصر			
	2	1	الاردن			
	2	1	المغرب			
	2	1	تونس			
	2	1	بلدان عربية أخرى			
	2	1	الاتحاد الاوروبي			
	2	1	الولايات المتحدة الامريكية			
		ما هو منشأ المواد الأولية		محلى		
B		بلدان اتفاقية أعادير				
X		بلدان أخرى (تذكر)				
	مرحلة التصنيع لدى المؤسسة		تحويل بسيط(فرز وتنظيف وتعبئة)			
		تكيف بسيط(تجفيف وترطيب)				
		معالجة صناعية متقدمة				
	هل تعتقد أن التكنولوجيا الموجودة (الآلات) مواكبة لمعايير القطاع		نعم			
	2	لا (اذكر السبب)				
	يمكن تحديد قنوات التوزيع اللى الشركة بتستعين بىها للوصول إلى الأسواق؟ (المهارات التسويقية)		A البيع بالسوق المحلي عبر تجار الجملة			
	B	البيع بالسوق المحلي ضمن فضاءات التوزيع				
	C	التصدير عبر وكلاء محليين				
	D	التصدير عبر وكلاء أجنب				
	E	التصدير المباشر لفضاءات التوزيع الاجنبية				
	هل الشركة تستغل جميع طاقتها الانتاجية المتاحة؟		1 الطاقة الانتاجية القصوى(حوالي 80%)			
	2	طاقة انتاجية غير مستغلة (اذكر الاسباب)				
	هل العمالة المطلوبة للشركة متوفرة من حيث العدد و المؤهلات؟		من حيث العدد			
	2	من حيث المؤهلات				
	هل تتمتعون ببرنامج للتكوين		نعم			
	2	لا (اذكر السبب)				
	نظام الجودة المطلوب		A موائم للمعايير المحلية			
	B	موائم للمعايير الدولية				
	اذكر المعايير المطلوبة		- قيام الشركه با الالتزام بمعايير منظمه الغذاء العالمىهـ.			
		- قيام الشركه با الالتزام بالمعايير الدولىهـ فى جوده				

		الغذاء.	
		- حصول الشركه على شهاده جوده الايزو (22000)	
1	نعم	هل يوجد لديكم مختبركم الخاص	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة المحلية	
2	لا		
1	نعم	هل تعتمدون على تقنيات الجودة الأجنبية	
2	لا		
2 لا	1 نعم	الحصول على التكنولوجيا	ماهي الاسباب التي تحد من الحصول على معايير الجودة الدولية
2 لا	1 نعم	الحصول على التمويل	
		أخرى (تذكر)	
		- الالتزام بمعايير الجوده المطلوبه العالمى ه .	
2	لا	هل النقل الى الاسواق التصديرية مكلف بالنسبة لكم؟	
1	نعم	با النسب ه للنقل الداخلى :	فى حالة الاجابة بنعم
		- ارتفاع اسعار الوقود با النسب ه للنقل الداخلى (الاسواق الداخلى ه .	أذكر الاسباب و حدد مدة النقل
		(
		- ارتفاع اسعار تعريفه المرور بطريق الجيش	
		(من 260 الى 560) .	
		بالنسب ه للنقل الخارجى :	
		- ارتفاع اسعار الشحن على متن السفن البحرى ه الخاص ه بنقل السلع والبضائع.	
1	نعم	هل تم الاستفادة من دعم مؤسسات محلية لتنمية الصادرات؟	
2	لا (اذكر السبب)		
1	نعم	هل تعتقد أن الإجراءات الإدارية تساعد على الولوج على السوق المحلية؟	
2	لا		
1	نعم	هل تساعد أن الإجراءات الإدارية على افتتاح الاسواق الخاجية؟	
2	لا	- يسبب كثره الاجراءات الروتينى ه والاوراق المتشاب ه ه فى نفس الغرض .	
		- صعوب ه توافر بعض الاوراق والاشتراطات المطلوب ه .	

2 لا	1 نعم	التجارية	هل أمكنكم الوصول الى مصادر التمويل (شركات التمويل والائتمان)؟
2 لا	1 نعم	التمويلات الصغرى	
		مصادر أخرى (تذكر)	

ما هي العوائق المؤثرة عند التعامل التجاري مع بلدان اتفاقية أغادير؟
 عند الاستيراد من بلدان الاتفاقية .. (لا يوجد استيراد من بلدان اتفاقية أغادير)
 عند التصدير لبلدان الاتفاقية .. احتكار شركه (كسيح) بالاردن للسوق الاردنى.

هل أنتم على علم بمتطلبات اسواق بلدان اتفاقية أغادير واسواق الاتحاد الاورويي (التعبئة والتغليف، أذواق المستهلكين، شرائح الاسواق المستهدفة وانتظاراتها)؟ بلدان اتفاقية أغادير
 بالنسبة لاسواق بلدان اتفاقية اغادير نحن على علم بمتطلبات اسواقها من حيث :
 (التعبئة والتغليف : .. نحن على درىء بمعرفه طرق التعبئة والتغليف التى تتطلبها اسواق بلدان اغادير
 من حيث الشكل والحجم وما الى ذلك .

واذواق المستهلكين: نحن على علم باذواق المستهلكين فى بلدان اتفاقية اغادير مثل المغرب وتونس ونعمل على زياده الاهتمام بمتطلبات اذواق بلدان اتفاقية اغادير وهذا ما جعل زياده صادراتنا للمغرب وتونس با الاخص .

شرائح الاسواق المستهدفه : نحن نعمل على وصول المنتج لكافه شرائح الاسواق المستهدفة والشركة وضعت خطة لتحقيق للوصول الى شرائح الاسواق المستهدفة.

بلدان الاتحاد الاورويي
 بالنسبة لاسواق الاتحاد الاورويي نحن على علم ودرىء كافىء جداا بمتطلبات اسواقها من حيث:
 التعبئة والتغليف: نحن على علم ودرىء بأحدث اساليب التعبئة والتغليف التى تتطلبها اسواق الاتحاد الاورويي من حيث الشكل المرغوب فيها لديهم ومن حيث حجم العبوة ومن حيث تصميم العبوة نفسها (بلاستيك - صفيح) اللون المرغوب فىه لدى اسواق الاتحاد الاورويي.

من حيث اذواق المستهلكين: نحن كشركه على علم وعلى درىء ممتازه بأذواق المستهلكين الاتحاد الاورويي وهذا انعكس فى الفتره الاخيره بزياده صادراتنا لا اسواق الاتحاد الاورويي وفتح اسواق جديده لنا فى بعض دول الاتحاد الاورويي وهذا يرجع الى تفهم الشركه لاذواق المستهلكين الاتحاد الاورويي.

شرائح الاسواق المستهدفه: الشركه تعمل على وصول المنتج للاسواق المستهدفه فى دول الاتحاد الاورويي والشركه وضعت خطه توسع لشرائح الاسواق المستهدفه من قبل العضو المنتدب.

هل انتم على علم بالفوائد من تراكمية المنشأ لتطوير التجارة مع دول اتفاقية أغادير والتصدير نحو الاتحاد الاو روبي ؟
ماهي تطلعاتكم في هذا المجال؟

الرجاء التفسير .. لسنا على علم با الفوائد من تراكمية المنشأ وهذا يرجع الى دوله ممثله في مؤسساتها التجارية (وزاره الصناعة والتجارة – الغرفة التجاريةالخ)

ماهي الاحتياجات الفنية و المالية المطلوبة لتحقيق تراكمية المنشأ ؟

الرجاء التفسير

ملحوظة : تمت الإجابة من طرف استاذ حسين موسى (رئيس قطاع الاحتياجات با الشركة)
في الوقت الحالي لسنا في حاجة الى احتياجات فنية ولكننا في حاجة الى احتياجات مالية ممثلة في الاتي:

- عدم توافر العملات الاجنبية في الوقت الحالي بالبنك المركزي . (الدولار – اليورو)
- اضافة 3% على سعر الاعتماد في الوقت الحالي.
- عدم وجود حل من جانب الدولة في الوقت الحالي لتوافر العملات الاجنبية المطلوبة.
- وصول احتياطي الدوله الى الحد الادنى (وهذا لا يستغل إلا في حاله الحرب) مما يؤدي الى كارثة اقتصادية.

ما هي الحاجيات لكي تصبحوا أكثر تنافسية

على الاسواق العالمية ؟ الرجاء التفسير

- زياده دعم الصادرات بحيث لا تقل عن 15 % .
- زياده دعم وتنفيذ المعارض المقامه با الخارج.
- محاربة احتكار الشركات للاسواق مثل شركة امريكانا الاماراتية و شركة الوديان (المعلبات) شركة سعودية.

هل انتم منفتحون على الاستثمار ا رت المشتركة مع بلدان اتفاقية أغادير وعلى الاستثمارات الاجنبية المباشرة؟ الرجاء التفسير

لا يوجد انفتاح على الاستثمارات المشتركة مع بلدان اتفاقية اغادير ولا على الاستثمارات الاجنبية المباشرة.

أي مقترحات أخرى؟

لا يوجد

معلومات عامة عن الشركة

General Informations			
Pays membre d'Agadir	EGYPTÉ	Raison sociale	TIBA for Trade and Distribution Co. Juyana Group
Adresse	Mehwar Crazy Water, Lot 21 near Hyper One, El-Sheikh Zayed , Giza www. juhayna.com	Sous- secteur agro- alimentaire	SH 2009 Fruit & vegetable juices, unfermented
Directeur/gérant	Amr Ghazaly, General Manager TIBA	Email	amr.ghazaly@juhayna.com

General Informations			
Date de démarrage de la production	distribution	Produits principaux	Frozen concentrates: clear apple, orange, mandarin, grapefruit, carrot, pomegranate, lemon. Purées: guava, apricot, peach, strawberry, mango,
Nombre d'employés	n.d.		
% des ventes sur le marché local		% des ventes sur le marché de l'export	100%

- وجهات الصادرات البلدان العربية، الاتحاد الأوروبي، بلدان أغادير وأفريقيا
- منشأ المواد الأولية : محلي
- مرحلة التصنيع : متقدمة
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة والمساحات التجارية الكبرى، والتصدير عبر وكلاء أجنبية
- استعمال الطاقات الانتاجية : كافية
- توفر مدخلات الانتاج : كافية
- سوق العمل : تناسب الحاجيات من حيث الجودة والعدد المطلوب
- دعم التدريب : نعم
- شهادات الجودة : HACCP, ISO 9001 :2008, ISO 22000 :2005
- البنية التحتية للجودة : توفر مخابر خاصة بالشركة و اللجوء الى خدمات المخابر الاجنبية
- النفاذ الى التكنولوجيا : كاف
- التواجد : في منطقة صناعية
- اللوجيستية : كافية بالنسبة للسوق المحلي والتصدير
- دعم التصدير : كاف
- الاجراءات الادارية : كافية بالنسبة للنفاذ الى السوق المحلي والتصدير
- الائتمان : كافية
- العوائق للتصدير : نعم من ناحية الوثائق
- معرفة متطلبات الاسواق : نعم
- معرفة تراكم المنشأ : نعم
- الانفتاح على الاستثمارات الاجنبية المباشرة : نعم
- أهم العوائق : العوائق الغير جمركية

الملحق رقم (III)

المغرب

قائمة الشركات التي تمت مقابلتهم

البطاقة رقم (I)

معلومات عامة عن الشركة			
المغرب	اسم الشركة	AGROFOOD INDUSTRIE	البلد العضو في اتفاقية أغادير
العنوان	102، طريق الصافي - سيدي غانم - 40110 مراكش www.baby-nutrition.com	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 2106/1904 أغذية أطفال
المسؤول	فيليب كريم شارو	العنوان الإلكتروني	pcharot@afi.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	2006	أهم المنتجات	عبوات صغيرة للأطفال
عدد العمال	60	حبيب للأطفال	
نسبة المبيعات على السوق المحلي	10%	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	90%

- وجهات الصادرات: البلدان العربية، الاتحاد الأوروبي، عراقيل في بلدان أغادير: مصر وتونس
- منشأ المواد الأولية: محلي ومن الاتحاد الأوروبي
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: غير مستغلة
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والتنوعية
- المساندة للتدريب المهني: لا
- الشهادات: HACCP, ISO 22000, 2005 و المستوى العالي من IFS V6، شهادة حلال من المعهد المغربي للمواصفات
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول إلى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الوصول إلى السوق المحلي وأسواق التصدير
- دعم التصدير: كاف
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي لكن إجراءات مريحة للوصول إلى أسواق أغادير
- الائتمان: لا
- العوائق للتصدير: نعم، الوثائق
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: لا

- الانفتاح على الاستثمار الأجنبي: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (2)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	COSUMAR
العنوان	8 شارع المعتمد ابن عباد 20300 الدار البيضاء www.cosumar.ma	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1701 السكر الصلب
المسؤول	حسان رزوق، حنان مسعودي، حسن عدو	العنوان الإلكتروني	hassanrezzouk@cosumar.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	1929	أهم المنتجات	سكر الشمندر وسكر القصب الدبس والكريات وتفل قصب السكر
عدد العمال	2500		
نسبة المبيعات على السوق المحلي	0.4%	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	99.6%

- وجهات الصادرات: موريتانيا، ألبانيا، تركيا، سيراليون، هولندا، ليبيا
- منشأ المواد الأولية: محلي و50% من البرازيل
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: الطاقات الكبرى، في طور التوسيع
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والتنوعية
- المساعدة للتدريب المهني: نعم 6000 يوم من التدريب سنة 2003
- الشهادات: ISO 9001, ISO 14001, OHAS 22001, 22001 شهادة حلال، شهادة QSE واعتماد 17025
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: عدة مناطق
- اللوجستية: سهولة الولوج إلى السوق المحلي وأسواق التصدير
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: نعم، الوثائق
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار الأجنبي: نعم (الاستثمار مع شريك سنغفوري WILMAR 27.5%)

- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (3)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	DeRRIJ & Fils
العنوان	52 شارع الحسن الثاني الدار البيضاء	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1211 الاعشاب الطبية
المسؤول	الحفيظ عبد اللطيف	العنوان الالكتروني	derrijherbes@menara.ma
تاريخ انطلاق الانتاج		أهم المنتجات	أعشاب طبية، توابل، النباتات العطرية، الزيوت الروحية
عدد العمال			
نسبة المبيعات على السوق المحلي		نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	100%

- وجهات الصادرات: الاتحاد الاوروبي، الامارات ومصر
- منشأ المواد الأولية: محلي ومن تركيا، الهند، نيجيريا، البرازيل والامارات
- المرحلة الصناعية: العلاج البسيط (تجفيف)
- المهارات التسويقية: التصدير عبر المستوردين تجار الجملة
- استغلال القدرات الإنتاجية: لا ينطبق على الحالة
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: لا ينطبق مع الحالة
- المساندة للتدريب المهني: لا
- الشهادات: شهادة BIO منتجات عضوية (بيولوجية) من طرف ECOCERT
- البنية التحتية للجودة: تحاليل عند معجج باستور، وتحاليل عند مختبرات البلد المستورد
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: لا ينطبق
- اللوجستية: التصدير عبر النقل البحري
- دعم التصدير: لا
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي والتصدير
- الائتمان: دفع المشتريات نقدا ومن دون تسهيلات بنكية
- العوائق للتصدير: نقص في الائتمان
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائدها تراكم المنشأ: لا
- الانفتاح على الاستثمار الأجنبي: لا ينطبق
- العقبة الرئيسية: تمويل الصادرات

البطاقة رقم (4)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	Groupe Anwar Invest : Fancy Maroc Farine
العنوان	شارع مولاي اسماعيل طريق 6,3 طريق رابة عين سبع الدار البيضاء	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1101 دقيق القمح
المسؤول	كريمة ناهية	العنوان الإلكتروني	
تاريخ انطلاق الإنتاج	2005	أهم المنتجات	دقيق القمح اللين
عدد العمال	150		
نسبة المبيعات على السوق المحلي	95%	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	5%

- وجهات الصادرات: إفريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: فرنسا، الكندا وألمانيا
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: أكثر من 80%
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: نعم، معهد IFIM للتدريب في المجال
- الشهادات: المنتجات معتمدة طبق المواصفات NM 08.1.200 إلى NM 08.1.209
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول إلى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الوصول إلى السوق المحلي والتصدير عبر مساعدة FANDY ENTREPOT FANDY
- TRANSPORT
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: لا
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (5)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	HOLDING Ojipar : Groupe Tria
العنوان	طريق الرباط القديمة، كم 11.5 عين سبعة 20600 الدار البيضاء	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1902 العجين الغذائي والكسكس
المسؤول	محمد جما الدين	العنوان الإلكتروني	mjameleddine@triagroup.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	1974	أهم المنتجات	[دقيق القمح اللين - كسكس - عجينة غذائية]
عدد العمال	250		
نسبة المبيعات على السوق المحلي	90%	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	10%

- وجهات الصادرات: الاتحاد وروبي، الولايات المتحدة الأمريكية، الكندا وأفريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: محلي ومن الكندا
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب والفصاءات التجارية الكبرى
- استغلال القدرات الإنتاجية: أكثر من 80%
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والتنوعية
- المساندة للتدريب المهني: نعم، معهد IFIM للتدريب في المجال
- الشهادات: المنتجات معتمدة طبق المواصفات NM 08.1.200 إلى NM 08.1.209
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول إلى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الولوج إلى السوق المحلي والتصدير عبر المنصات اللوجستية "لاديس" (7 منصات جهوية)
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية، المستوردات من تونس والعربية السعودية

البطاقة رقم (6)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	GROUP EL EULJ : VMM
العنوان	طريق 1077 عن الطريق الجديد، المنطقة الصناعية ليصافة - الدار البيضاء www.vmm.ma	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 200799 200570 210390 210320 200850 و 220900
المسؤول	محمد جمال الدين	العنوان الإلكتروني	elhajjami@vmm.co.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	1969	أهم المنتجات	إنتاج وتجارة وتصدير الخل، التوابل، الصلصات والمحضرات الغذائية والمربى
عدد العمال	كامل المجموعة : 1000		
نسبة المبيعات على السوق المحلي	غير مذكور	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	غير مذكور

- وجهات الصادرات: الاتحاد وروبي، الولايات المتحدة الأمريكية، الكندا، الجزائر وأفريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: محلي، ومن البرازيل والارجنتين، الولايات المتحدة، أوروبا الشرقية
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: أكثر من 80%
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: نعم
- الشهادات: ISO 9001 : 2008 و ISO 22000: 2005
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الولوج إلى السوق المحلي والتصدير
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار: غير مذكور
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (7)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	Lesaffre Maroc-Soders
العنوان	شارع باتلي بن مكي 92، 20300 الدار البيضاء - البنة المنطقة الصناعية سيدي براهيم ص.ب - 30000 فاس	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 2102 الخمانر
المسؤول	محمد الخمليشي (مدير مساعد) ابراهيم ادلحسن	العنوان الالكتروني	ida@lesaffre.ma
تاريخ انطلاق الانتاج	غير مذكور	أهم المنتجات	انتاج الخميرة - استيراد وتجارة مواد غذائية للمطاحن والنزل..
عدد العمال	15	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	غير مذكور
نسبة المبيعات على السوق المحلي	غير مذكور		

- وجهات الصادرات: تونس ، ليبيا والاردن
- منشأ المواد الأولية: محلي، ومن فرنسا
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: الاستغلال الامثل
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: نعم لكن ليس في مجال المخابز
- الشهادات: ISO 9001: 2008, HACCP, ISO 22000: 2005, HALAL, ONSSA
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الولوج إلى السوق المحلي والتصدير
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار: لا
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (8)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	LESIEUR CRISTAL
العنوان	59 شارع جان جوراس الدار البيضاء	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1509 زيت الزيتون سحق البذور، تكرير الزيوت، صناعة مواد تعبئة الزيوت، الصابون،
المسؤول	عبد العزيز زاز (مدير مساعد)	العنوان الإلكتروني	zaz@lesieur-cristal.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	1941	أهم المنتجات	زيت الطاوله، زيت الزيتون، الصابون الجسم، صابون منولي، أغذية حيوانات
عدد العمال	أكثر من 1000		
نسبة المبيعات على السوق المحلي	غير مذكور	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	غير مذكور

- وجهات الصادرات: الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي
- منشأ المواد الأولية: محلي (زيتون ذرة)، ومن الاتحاد الأوروبي (ذرة بذور اللفت) والولايات المتحدة الأمريكية (الصويا)
- المرحلة الصناعية: العلاج الصناعي المتقدم
- المهارات التسويقية: البيع على السوق المحلي عن طريق تجار الجملة وعن طريق سلسلة التوزيع الكبرى، والتصدير عبر الوكلاء الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: أكثر من 80%
- وفرة مدخلات الإنتاج: الانتاج المحلي غير كاف، تطوير الانتاج عبر مخطط المغرب الأخضر
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: تاهيل بساتين الزيتون
- الشهادات: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18000, ISO 22000
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: سهولة الولوج إلى السوق المحلي والتصدير
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (9)

معلومات عامة عن الشركة			
المغرب	اسم الشركة	Societe de Developpement des Industries Agroalimentaires de Souss (SODIAS)	البلد العضو في اتفاقية أغادير
قطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 0710 الخضار المجمدة الرمز 0811 الفواكه المجمدة	العنوان	قطعة 52 ميناء أغادير الجديد - أغادير
المسؤول	العنوان الإلكتروني	بوجمعة بن صالح (المدير)	export@sodias.ma
تاريخ انطلاق الإنتاج	أهم المنتجات	2011	خضار مجمدة : بادنجان، بازيلاء، كوسة، بصل، جزر، فلفل، يقطن... فواكه مجمدة: مشمش يطبخ برتقال فراولة، التين، قشور البرتقال..
عدد العمال		أكثر من 20	
نسبة المبيعات على السوق المحلي	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	100%	

- وجهات الصادرات: الاتحاد الأوروبي، إفريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: المنتجين والمصدرين المغاربة للخضار والفواكه
- المرحلة الصناعية: تحويل بسيط
- المهارات التسويقية: التصدير عبر المستوردين الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: كافية
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية إلا بالنسبة للمشمش والتين
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: لا
- الشهادات: BRC, HACCP, ISO 22000
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول إلى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: طاقات التخزين بالبارد محدودة، نقص في النقل البحري نحو إفريقيا الغربية مكلف وغير منتظم
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: محدود
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: لا
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (10)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	SURGEMA
العنوان	قطعة 52 ميناء أغادير الجديد - أغادير	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 0710 الخضار المجمدة الرمز 0811 الفواكه المجمدة
المسؤول	بوجمعة بن صالح (المدير العام)	العنوان الإلكتروني	contact@srgemaroc.com
تاريخ انطلاق الإنتاج	2013	أهم المنتجات	خضار مجمدة : بادنجان، بازيلاء، كوسة، بصل، جزر، فلفل، يقطين... فواكه مجمدة: مشمش يطبخ برتقال فراولة، التين، قشور البرتقال..
عدد العمال	غير مذكور		
نسبة المبيعات على السوق المحلي		نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	100%

- وجهات الصادرات: الاتحاد الأوروبي، أفريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: المنتجين والمصدرين المغاربة للخضار والفواكه
- المرحلة الصناعية: تحويل بسيط
- المهارات التسويقية: التصدير عبر المستوردين الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: كافية
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية إلا بالنسبة للمشمش والتين
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: لا
- الشهادات: BRC, HACCP, ISO 22000
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول إلى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: طاقات التخزين بالبارد محدودة، نقص في النقل البحري نحو أفريقيا الغربية، مكلف وغير منتظم
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: غير كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: لا
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (11)

معلومات عامة عن الشركة			
المغرب	اسم الشركة	Societe Marocaine des Thes & Infusions MATHEI	البلد العضو في اتفاقية أغادير
قطعة 37-38 المنطقة الصناعية - بوسكورة الدار البيضاء	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 090210 الشاي الاخضر	العنوان
المير ياسير (مدير التصدير نحو المغرب)	العنوان الالكتروني	Yassir.elmir@mathe.ma	المسؤول
1937	أهم المنتجات	خضر مجمدة : بادنجان، بازلاء، كوسة، بصل، جزر، فلفل، يقطن... فواكه مجمدة: مشمش يطبخ برتقال فراولة، التين، قشور البرتقال..	تاريخ انطلاق الانتاج
غير مذكور			عدد العمال
غير مذكور	نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	غير مذكور	نسبة المبيعات على السوق المحلي

- وجهات الصادرات: الاتحاد الاوروبي، افريقيا الغربية
- منشأ المواد الأولية: محلية ومستوردة
- المرحلة الصناعية: تحويل بسيط
- المهارات التسويقية: التصدير عبر المستوردين الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: كافية
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والنوعية
- المساندة للتدريب المهني: لا
- الشهادات: BRC, HACCP, ISO 22000
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: كافية
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: غير كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: لا
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

البطاقة رقم (12)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	المغرب	اسم الشركة	COPELIT Sarl
العنوان	ص.ب. 66 المنطقة الصناعية ميناء لعيون - 70002 لعيون www.copelit.ma	القطاع الفرعي من الصناعات الغذائية	الرمز 1604، 0303
المسؤول	حسن السنتيسي (الرئيس)	العنوان الإلكتروني	sentissicopelit@gmail.com
تاريخ انطلاق الإنتاج	1991	أهم المنتجات	مسحوق السمك - زيت السمك - أسماك السطح الصغيرة (سردين كاملة، فيليه، الماكريل، الاسقمري)
عدد العمال	أكثر من 400		
نسبة المبيعات على السوق المحلي		نسبة المبيعات الموجهة للتصدير	

- وجهات الصادرات: أمريكا الشمالية، أمريكا الجنوبية، الاتحاد الأوروبي، أفريقيا الغربية، روسيا، الامارات، اسيا
- منشأ المواد الأولية: محلية
- المرحلة الصناعية: تحويل بسيط
- المهارات التسويقية: التصدير عبر الشركات التابعة (COPELIT COPELIT AFRIQUE) والمستوردين الأجانب
- استغلال القدرات الإنتاجية: كافية
- وفرة مدخلات الإنتاج: كافية
- سوق الشغل: يتوافق مع الاحتياجات من حيث الكمية والتنوعية
- المساندة للتدريب المهني: نعم
- الشهادات: GMP +, ISO 22000:2005, ISO 9001: 2000, IQNet, LATU SISTEMAS, Nemko
- البنية التحتية للجودة: مختبر خاص بالشركة والتعامل مع المختبرات المحلية والأجنبية
- الوصول الى التكنولوجيا: كاف
- الموقع: المنطقة الصناعية
- اللوجستية: كافية
- دعم التصدير: نعم
- الإجراءات الإدارية: كافية للتعامل على السوق المحلي وأسواق التصدير
- الائتمان: كاف
- العوائق للتصدير: الغير جمركية
- معرفة متطلبات الأسواق: نعم
- معرفة فوائد تراكم المنشأ: نعم
- الانفتاح على الاستثمار: نعم
- العقبة الرئيسية: العوائق الغير جمركية

الملحق رقم (IV)

تونس

المسؤولون الذين وقع الاتصال بهم

الخطوة	المؤسسة	اسم المسؤول	
مديرة تطوير الصناعات الغذائية بوزارة الصناعة	وزارة الصناعة	حليمة ثريا	1
المديرة العامة للتعتون الاقتصادي والتجاري	وزارة التجارة و الصناعات التقليدية	سعيدة حشيشة	2
نائب رئيس	الجامعة التونسية للصناعات الغذائية	شهاب سلامة	3
كاتب عام	الجامعة التونسية للصناعات الغذائية	المنذر درعوث	4
مدير	سلامة قروب	غسان سلامة	5
مدير تجاري	براسلام-سلامة قروب	رضوان المجبري	6
مدير تجاري	جياس-سلامة قروب-	نبيل بركله	7
مسؤولة عن التصدير	بن كالية قروب-	فاطمة الفندري	8
مدير تصدير	بن كالية قروب-	جوهر قيطوني	9
- مهندس صناعات غذائية	تكنوفود-	سليم بوغزالة	10
مدير عام	تكنوفود-	مهدي بورقيبة	11
مدير تصدير و توريد	سيروكو-	خالد الجندوبي	12
مسؤول تجاري	المزرعة-	بلال الرزقي	13
مدير تصدير	المزرعة-	زياد الراحي	14
مدير عمليات	ارينتل سناكس-	محمد ضياء دحمان	15
مدير تصدير	لاباتيسنت-	مالك باللطيف	16
مدير عام	Gfco-	المنصف ايوب	17
مدير تجاري	Gfco-	الشاذلي القراني	18
مدير	اوليفيانا-	وليد الاسود	19
مدير تقني	صن انتي باصتي-	الهادي الاينوبلي	20
مدير	اقروفود-	انس سويدن	21
مدير	ببوشة أي فيتا-	هشام بن علي	22

قائمة الشركات التي شملها التحقيق الميداني

القطاع الفرعي	اسم الشركة	المنتج	نسبة الصادرات
الأسماك والقشريات واللافقاريات المائية	BABOCHA ET VITA	القواقع	100%
النباتات الطبية	AGROFOOD	توابل وندى الجبل	100%
الدهون والزيوت النباتية ومشتقاتها	BRASLA (Groupe SLAMA)	مرغرين، زيت الذرة	50%
الألبان ومنتجات صناعة الألبان، بيض الطيور، عسل طبيعي	TECHNOFOOD Industries	مايونيز	10%
محضرات اللحوم والأسماك وفواكه البحر	Groupe BEN KALIA	محضرات التونة ومحضرات السردين	التونة 40% السردين 90%
	Ste AL MAZRAA	محضرات لحوم بيضاء، منتجات مجمدة، أطباق مجهزة	0.5%
	Grande Fabrique de Confiterie Orientale GFCO	حلوة طحينية، علك وحلوى	10%
منتجات مطاحن، شعير ناشط نشاء حبوب وحليب	GIAS (Groupe Slama)	حليب مركز، خميرة، كريمة للحلويات	50%
	L'APPETISSANTE	بسكويت والكيك	20%
	Groupe BEN KALIA	الكيك	50%
محضرات الخضار والفواكه	SUNANTIPASTI	سلطات وصلصات	100%
	ORIENTAL SNACKS	رقائق البطاطس	80%
	OLIVIANA	زيتون الطاولة	20%
	BEN KALIA Groupe	رقائق البطاطس	
	SIROCCO	ثاني مركز الطماطم	10%
البندورة المحضرة أو المحفوظة	TECHNOFOOD Industries	كاتسب	100%
	AGROFOOD	البندورة المجففة	

البطاقة رقم (1)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	بن كالية قروب
العنوان	نهج بحيرة هيرون، 1053 البحيرة، تونس		
المسؤول	جوهر القيطوني	العنوان الإلكتروني	Jawher.guitouni@benkalia.com

• نقاط القوة و الفرص

- الشركة تصدر للعديد من البلدان مثل ليبيا و الجزائر و تركيا و سوريا و العراق و فرنسا و اوكرانيا و البوسنة و مقدوني و السنغال و الطوغو و غانا...
- الطلب على المنتجات الخاصة بالتونة في ارتفاع
- جودة المنتج عالية (ايزو 22000+قأب+ FDA في القريب العاجل)

• نقاط الضعف و المخاطر

- نقص في اسماك السردين كمادة اولية
- مشاكل النقل بميناء رادس

البطاقة رقم (2)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	GFCO
العنوان	المنطقة الصناعية بالشرقية 2		
المسؤول	المنصف ايوب	العنوان الإلكتروني	info@gfco.com.tn

- نقاط القوة و الفرص
 - جودة المنتج اذ يحتوي على نسبة عالية من الطحينية مقابل السكر
 - التواجد بالمغازات الكبرى مثل كارفور
- نقاط الضعف و المخاطر
 - ارتفاع اسعار الجبلان
 - التمويل مكلف بسبب انخفاض قيمة الدينار
 - صعوبة التصدير للمغرب بالرغم من كون الفرصة هائلة الحجم لان الحلوى الشامية لا تزال مجهولة في المغرب

البطاقة رقم (3)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	المزرعة
العنوان	فندق الجديد 8012 نابل, تونس		
المسؤول	بلال الرزقي	العنوان الإلكتروني	essanaouer.direction@elmazraa.com.tn

- نقاط القوة و الفرص
 - جودة المنتج اذ يحتوي على نسبة عالية من اللحم (65% على الاقل) مقارنة بالشركات المنافسة التي توفر على اكثر تقدير 60%
 - توفر الموارد المالية و البشرية و احدث التقنيات
 - تنويع المنتوجات
- نقاط الضعف و المخاطر
 - عدم امكانية التصدير الى اوروبا بسبب عدم وجود الاعتماد المطلوب (accreditation)
 - المشاكل اللوجستية بالمؤاني

البطاقة رقم (4)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	تكنوفود
العنوان	المنطقة الصناعية , المغيرة, 2082 تونس		
المسؤول	سليم بوغزالة	العنوان الإلكتروني	Slim.boughzala@technofoodindustries.com

- نقاط القوة و الفرص

- الطلب على الصلصات بأنواعها موجود و في نسق الارتفاع
- مجموعة المنتجات ثرية و ذات جودة عالية
- نقاط الضعف والمخاطر
- القدرة التنافسية للمنتجات ضعيفة بسبب ارتفاع سعر البيع الناتجة عن كون المواد الخام و الاغلفة مستوردة

البطاقة رقم (5)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	اورينتال سناكس
العنوان	المنطقة الصناعية ، المغيرة، تونس		
المسؤول	محمد ضياء دحمان	العنوان الالكتروني	info@orientalsnacks.com.tn

- نقاط القوة و الفرص
- فريق العمل نشيط، شبابي، منسجم و ذو كفاءات
- استهلاك رقائق البطاطس اصبح ضمن العادات الغذائية للمستهلك العربي
- نقاط الضعف والمخاطر
- صغر حجم الشركة و محدودية مواردها المالية مما يشكل عائقا بالنسبة للتسويق و الحصول على شهادات الجودة
- صعوبة التواجد في الاسواق الاوروبية بسبب اسبقية هذه البلدان في انتاج رقائق البطاطس و حدة المنافسة مع الشركات العالمية العريقة مثل LAYS

البطاقة رقم (6)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	سيروكو
العنوان	المنطقة الصناعية، سيدي حسين، تونس		
المسؤول	خالد الجندوبي	العنوان الالكتروني	khaledstci@blangi-groupe.com

- نقاط القوة و الفرص
- التواجد في العديد من الاسواق الاوروبية و العربية
- الانتماء الى مجموعة كبيرة من الشركات من بينها شركة توزيع مما يسهل عملية التوزيع
- نقاط الضعف والمخاطر
- تواجد سقف للتصدير يفرض على سيروكو و شركات الطماطم المركزة الاخرى الا تجيب طلبات الاسواق الخارجية اذا ما تجاوزت السقف المحدد

البطاقة رقم (7)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	سلامة قروب
العنوان	1053 البحيرة، تونس		
المسؤول	رضوان المجبري	العنوان الالكتروني	r'adhouane.m@slama.com.tn

- نقاط القوة و الفرص
 - الشراكة مع شركة عالمية كبيرة الحجم وهي شركة دكتور انكر
 - كفاءة الموارد البشرية
 - المنتجات ذات جودة عالية وبعضها ذو قيمة مضافة كبيرة : trans free, cholesterol free, omega 3...
- نقاط الضعف والمخاطر
 - محدودية الدعم المؤسسي للتصدير

البطاقة رقم (8)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	سن انتيباستي
العنوان	مرناق, تونس		
المسؤول	الهادي الاينولي	العنوان الالكتروني	rh@sunantipasti.com

- نقاط القوة و الفرص
 - مجموعة المنتجات ثرية و ذات جودة عالية
 - الشركة تصدر للعديد من البلدان مثل ليبيا و الاردن و الجزائر وفرنسا و استراليا و اليابان و ايطاليا و كندا و الولايات المتحدة الامريكية ...
 - حصول الشركة على شهادة جودة اقليمية لمنتجات البحر الابيض المتوسط: Qualimed
- نقاط الضعف والمخاطر
 - المنتجات موسمية مرتبطة بموسم الطماطم و الفلفل و هو الصيف مما ينجر عنه تذبذب في المداخيل

البطاقة رقم (9)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	اوليفيانا
العنوان	143 بال في 1004 تونس		
المسؤول	وليد الاسود	العنوان الالكتروني	contact@oliviana-foods.com

- نقاط القوة و الفرص
 - انشاء وحدة تصنيع بمصر حيث تتواجد المادة الاولية بوفرة وهي الزيتون
 - وفرة الطلب بالنسبة للمنتجات ذات القيمة المضافة العالية مثل الزيتون المتبل بالفلفل او الليمون
- نقاط الضعف والمخاطر
 - عدم توفر الاغلفة المعقمة بتونس او مصر و ارتفاع كلفة استيرادها من اسبانيا

البطاقة رقم (10)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	لاپاتيسون
العنوان	وادي الليل, تونس		

المسؤول	مالك باللطيف	العنوان الإلكتروني	mbeltaief@iffco.com
---------	--------------	--------------------	--

- نقاط القوة و الفرص
 - التمتع بمخبر بحوث و تطوير يمكن الشركة من تنويع و تحسين المنتج
 - مجموعة المنتجات ثرية و ذات جودة عالية
 - التواجد في العديد من الاسواق العربية و الافريقية مثل المغرب و سوريا و لبنان و الكمرون و موريتانيا و الغابون
- نقاط الضعفو المخاطر
 - اجراءات الحصول على شهادة المنشأ طويلة و معقدة

البطاقة رقم (11)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	ببوشة اي فيتا
العنوان	نهج عين ميزاب 2011 الدندان, منوبة		
المسؤول	انس سويدن	العنوان الإلكتروني	Souiden.as@gmail.com

- نقاط القوة و الفرص
 - تربية الحلزون نشاط لا يزال جديدا في تونس يعني ان المنافسة تكاد تكون منعدمة
- نقاط الضعفو المخاطر
 - عدم توفر الكفاءات اللازمة للنهوض بالقطاع
 - ارتفاع اسعار الاجهزة المستعملة لجمع الحلزون

البطاقة رقم (12)

معلومات عامة عن الشركة			
البلد العضو في اتفاقية أغادير	تونس	اسم الشركة	اقروود
العنوان	نهج عين ميزاب 2011 الدندان, منوبة		
المسؤول	هشام بن علي	العنوان الإلكتروني	25 08 37 10

- نقاط القوة و الفرص
 - الطماطم المجففة منتوج بيولوجي مطلوب في الاسواق الاوربية
 - التمتع بشراكة مع شركة lacusentina الايطالية
- نقاط الضعف و المخاطر
 - البيع بسعر منخفض
 - عدم التمتع بشهادات جودة
 - محدودية اسواق التصدير

الملحق رقم (٧)

الأردن

الملاحق/الأردن

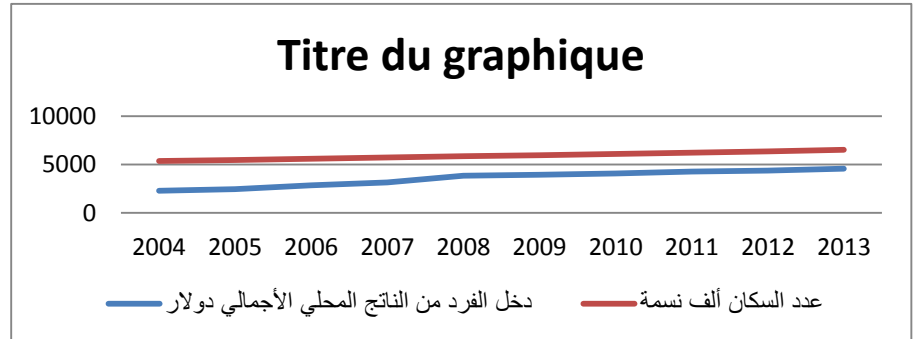
جدول رقم (3): قطاع الصناعات التحويلية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية اجمالي قيم الصادرات (مليون دينار .

قيمه الصادرات (مليون دينار اردني)			الغرف المحلية
النمو	2012	2011	
11.7%	407	364	عمان
17.6%	68	57	الزرقاء
0	600.00	600.00	إربد
9.76%	476	423	المجموع

وفقا لشهادات المنشأ الصادرة عن غرف الصناعة المحلية فقد بينت ان اجمالي صادرات قطاع الصناعات التحويلية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية قد ارتفعت من حوالي 423 مليون دينار اردني لعام 2011 الى نحو 476 مليون دينار اردني في عام 2012 . اي أن هناك زيادة في الصادرات مقداره 9.76% وهذه الزيادة الكبيرة في الصادرات يعكس جوده ومزايا في المنتجات الاردنية في هذا القطاع يجب التركيز عليها والعمل على تعزيز المزايا والقدرات التنافسية لهذه المنشآت. وتتنوع صادرات هذا القطاع ليتصدرها المشروبات الغازية ومنتجات التبغ والسجائر يليها الزيوت النباتية ومنتجات اللحوم المختلفة، وبشكل عام تعتبر الدول العربية الشريك التجاري الاول من حيث الصادرات الاردنية، وبالنسبة لقطاع الصناعات الغذائية فإن صادراته للدول العربية تزيد عن 90% من اجمالي صادرات القطاع يحتل بها العراق المرتبة الاولى تليها السعودية وفلسطين و سوريا والامارات العربية المتحدة .

i. الطلب العام على الغذاء في الأردن:

أن عدد السكان في الأردن بلغ عام 2012 حوالي 6.388 مليون نسمة بنسبة زيادة تبلغ 2.2% سنوياً مما يعني أن الطلب المحلي يزداد بكميات على السلع الأساسية مثل الحبوب وخضار ولحوم، بينما التحسن الاقتصادي من خلال ارتفاع متوسط الدخل الفرد السنوي من الناتج المحلي الأجمالي (بأسعار الثابتة) 4560 دولار وجدول التالي يبين مدى تطور المؤشرات شكل رقم (3):

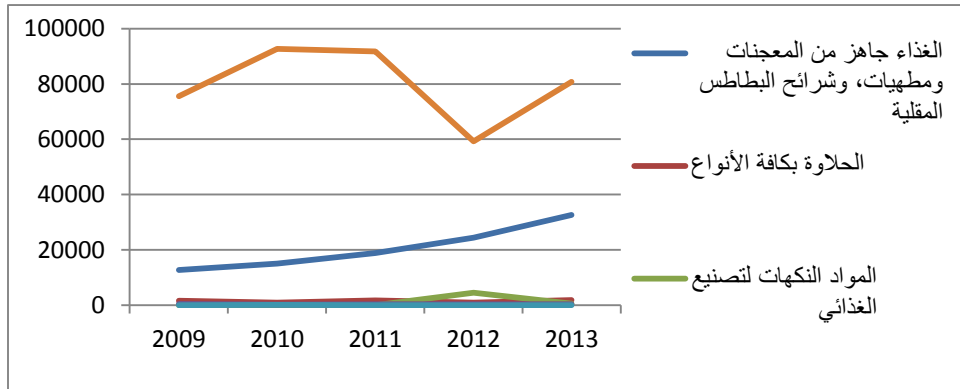


شكل رقم 3

ويستورد الأردن من حاجياته الغذائية بما يقارب 17.41% ما يقارب 3.6 مليار دولار بمقارنة مع صادرات تقدر ب 1.5 مليار دولار بعجز في الميزان في قطاع الأغذية يقارب 1.6 مليار دولار، ويتم تغطية المستوردات العامة من الدول العربية بنسبة 35.40% بينما تغطي الدول الأوروبية 11.8%، بناء على تلك المعطيات يعتبر السوق الأردني من الأسواق المفتوحة على العالم الخارجي.

ومن خلال ذلك نستنتج أن الطلب على الأغذية التكميلية سوف تزداد في المملكة مع أزيد من متوسط دخل الفرد السنوي. ويتم تغطية الطلب على الغذاء من خلال الميزان التجاري حيث أن المملكة تستورد الغذاء 3.6 مليار دولار وتصدر 1.5 مليار دولار بعجز 1.6 مليار دولار أما متوسط زيادة الصادرات وصلت إلى 3.7% زيادة سنوياً مقارنة مع الاستيراد بحوالي 2.5% زيادة سنوياً.

بينما يمثل الشكل التالي نوعية السلع المستوردة (4):



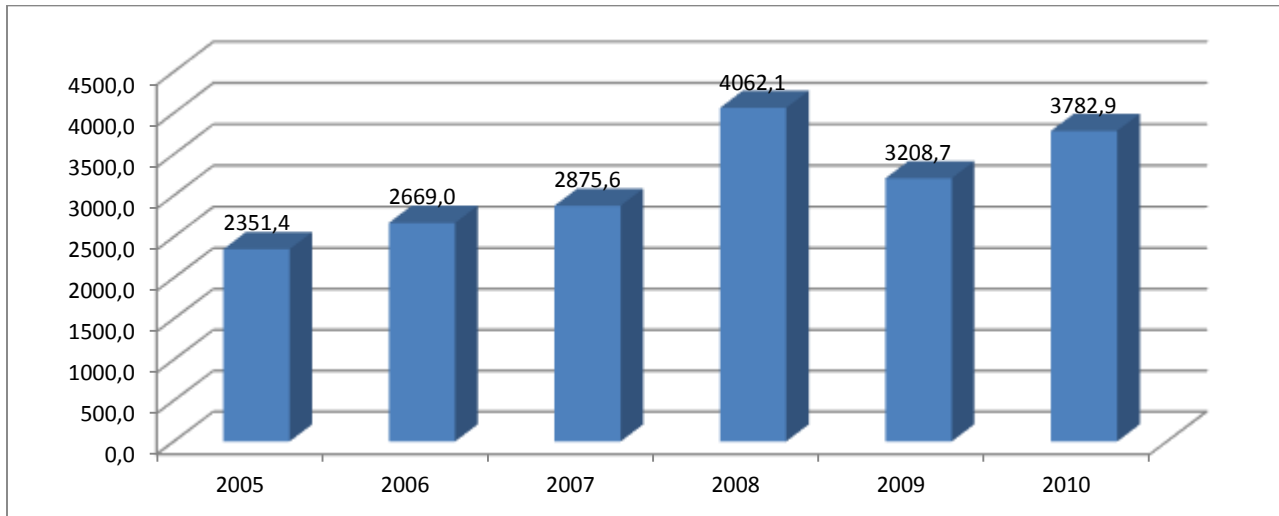
شكل رقم 4

يعبر الشكل التالي عن مدى التطور الاستيراد من مواد التصنيع الغذائية 1000 دولار

ii. لمحة عن الصادرات الغذائية:

(Million JD (Industrial Exports

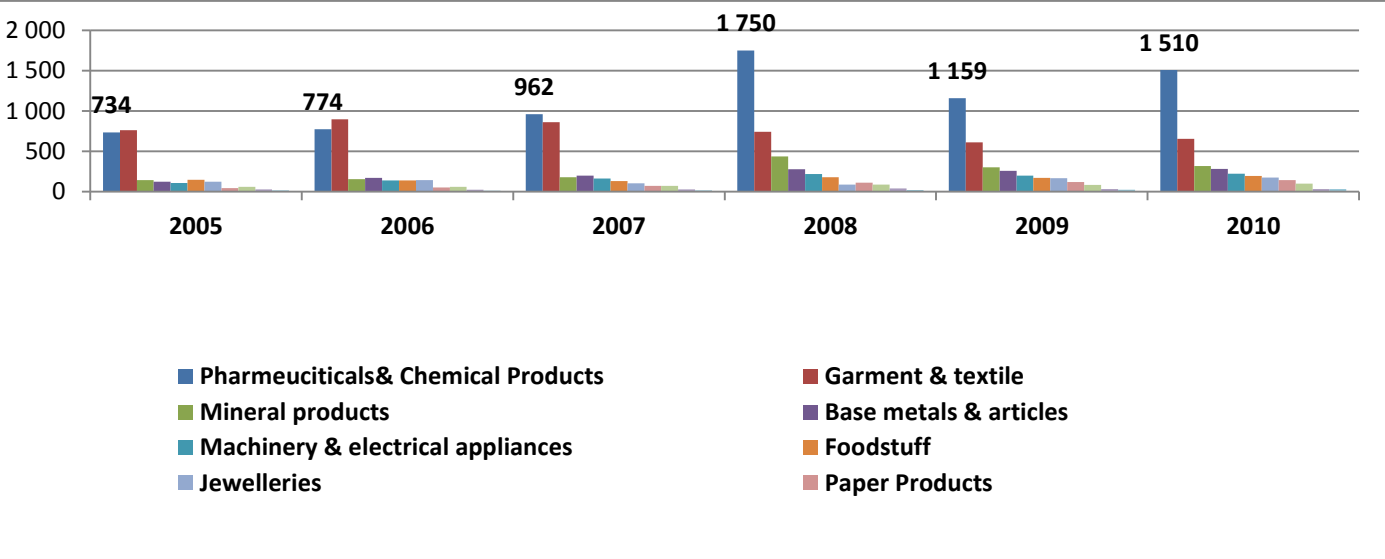
الصادرات الوطنية الأردنية (مليون دينار)



شكل (5)

) Million JD(Industrial Exports by Sector

الصادرات الصناعية حسب القطاع (مليون دينار)



الشكل (6)

تقرير المؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية سنة 2010 وتأثير الدعم المالي على الصادرات الوطنية.

البنك الدولي للإنشاء وتعمير التقرير التركمي للسنوات 1955 - 2013

دائرة الإحصاء العامة ، التقرير السنوي

النشرة الاقتصادية لعام 2013 من غرفة صناعة عمان

وزارة الزراعة

صندوق النقد الدولي/قاعدة البيانات

- (ج)العائد الاجتماعي لقطاع الصناعات الغذائية:

i. نبذة عن سوق العمل الأردني:

أن تعداد السكان في الأردن بلغ عام (2012) 6.388 مليون نسمة (62.7% فوق 15 سنة) وبلغت القوة العاملة في الأردن (1,443,563)، وبلغت معدل البطالة في المملكة 12.2% من إجمالي القوة العاملة، بينما بلغت نسبة عمالة الوافدين في المصانع المحلية 75.4% مقارنة مع 24.6% عمالة أردنية، وبلغ الحد الأدنى للأجور 190 دينار أردني، بعد أن كان 150 دينار اردني مقارنة مع السنوات السابقة.

ii. المستوى التعليمي لدى سوق العمل:

يمثل الحاصلين على شهادات جامعية فما فوق من المجتمع الأردني حوالي 15.2% من إجمالي السكان (فوق 15 سنة)، بينما بلغت نسبة الحاصلين على الثانوية فما دون 76.8% من إجمالي السكان (فوق 10 سنة) بينما بلغت نسبة الأمية (6.7%) من نفس الفئة.

* العمالة الأردنية على مستوى الزراعة والصناعة:

بلغت نسبة العمالة الأردنية في الزراعة 2.2% من إجمالي العمال بينما بلغت العمالة الأردنية في الصناعات حوالي 17.5% من إجمالي العمال، ويعزا هذا الانخفاض إلى أحلال العمالة الخارجية محل العمالة الأردنية،

iii. العمالة الوافدة:

وشكلت العمالة الوافدة 279 ألف عامل منها 66% مصرية، أما عن القطاعات التي تغطيها العمالة الوافدة فهي (الزراعة 30%، الصناعة التحويلية 22%).

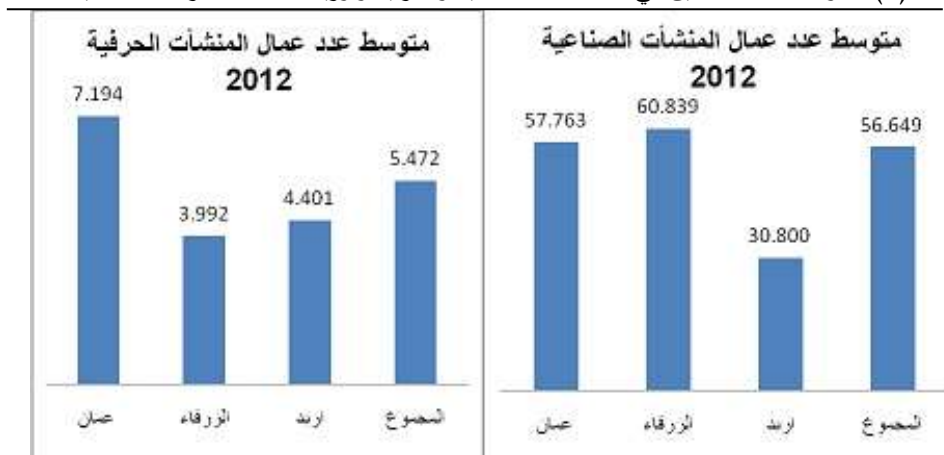
حجم العمالة في قطاع الصناعات الغذائية :

بلغ مجموع أعداد العاملين في المنشآت العاملة في قطاع الصناعات الغذائية المسجلة في الغرف الصناعية الثلاث (عمان، الزرقاء، إربد) لعام 2011 ما مقداره 26116 عامل مقارنة بعددها في عام 2012 والذي بلغ 27035 عامل أي بنسبة زيادة مقدارها 3.5% مسجلة وفقاً لما يوضحه الجدول رقم (4) جدول شكل (3): أعداد العاملين في منشآت قطاع الصناعات التحويلية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية للعوام 2011-2012

المجموع	المنشآت الحرفية			المنشآت الصناعية			الغرف المحلية		
النمو	2011	2012	النمو	2011	2012	النمو	2011	2012	النمو
%69	18192	18319	%2.1	3788	3705	%1.5	14404	14614	
%8.2	6643	7189	%7.3	1766	1896	%8.5	4877	5293	الزرقاء
%19.2	1281	1527	-34.9%	561	757	%6.9	720	770	إربد
%3.5	26116	27035	%3.79	6358	6358	%3.3	20001	20677	المجموع

جدول رقم (4)

الشكل (3): متوسط عدد العاملين في المنشآت الصناعية والحرفية وتوزيعها حسب الغرف الصناعية خلال العام 2012



وفقاً لشهادات المنشأ الصادرة عن غرف الصناعة المحلية فقد بينت أن إجمالي صادرات قطاع الصناعات الغذائية قد ارتفعت من حوالي 423.2 مليون دينار أردني لعام 2011 إلى نحو 476.3 مليون دينار أردني في عام 2012 مسجلة بذلك نمواً مقداره 12.5% وفقاً لما يوضحه جدول رقم 4. التقرير السنوي 2012 لوزارة العمل الأردنية

البنك الدولي للأنشاء وتعمير النشرة الاقتصادية 2013

قائمة بشركات الأردنية مع أهم منتجاتها

المنتج الخامس	المنتج الرابع	المنتج الثالث	المنتج الثاني	المنتج الأول	اسم الشركة
مواد أولية لتصنيع	خطوط انتاج غذائي	شيبس	حلاوة	طحينية	حلواني
-----	-----	-----	-----	زيت الزيتون	الزيود
شطة	مايونيز	كاتشب	المرببات	صلصة الطماطم	الخليج
-----	-----	نفانق	لاتشون	معلبات اللحوم	المنطورة
-----	-----	معجنات مجمدة	مجمدات	مطهيات	الوادي
-----	-----	بيض المائدة	الدجاج	الأعلاف	المزرعة الغزال
-----	-----	-----	-----	معلبات البقوليات	البيروتي
جميد	تمور	زيوت	مكسرات	بقوليات	الباشا
-----	-----	-----	شراب فواكه منكه	شراب فواكه	لافي
-----	-----	-----	الشراب المنكه	مكتار عصائر طبيعية	زاكي
-----	حليب بأنواعه	مخللات	اجبان	اللبن	حارنتا
-----	ايس كريم	شيبس	ويفر	بسكوت	النسيم وهدي

التحقيق الميداني مع الشركات

الإستيراد و التصدير :

الصادرات الحالية						منشأ المواد الأولية			
اسم الشركة	نسبة التصدير	المغرب	تونس	الاتحاد الأوروبي	دول عربية اخرى	امريكا الشمالية	محلي	أغادير	أخرى
حلواني	50%	لا	لا	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم
الزيود	0%	لا	لا	لا	لا	لا	نعم	لا	لا
الخليج	60%	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم
المنطورة	60%	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	نعم
الوادي	35%	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	نعم
مزرعة الغزال	0%	لا	لا	لا	لا	لا	نعم	لا	لا
البيروتي	50%	لا	لا	لا	نعم	لا	نعم	نعم	نعم
الباشا	5%	لا	لا	نعم 380	لا	نعم	نعم	نعم	نعم
لافي	30%	لا	لا	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم
زاكي	45%	لا	لا	لا	نعم	لا	نعم	نعم	نعم

نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم	لا	لا	20%	حارتنا
نعم	نعم	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	15%	النسيم وهدي

الجدول (7)

➤ يعبر الجدول التالي عن نسبة التصدير الأجمالي الإنتاج، وعن أماكننا لصادرات من خلا دول أغادير أو لأتحاد الأوروبي أو دول عربية خارج أغادير أو دول أمريكا الشمالية ويت تحديد أيضاً إن كان مصادر المواد الأولية محلي أو داخل أغادي رأو خارج أغادير.

"1"	31% متوسط نسبة التصدير من الأجمالي الإنتاج في المؤسسات والشركات الغذائية
"2"	69% متوسط نسبة المخصص لسوق المحلي من الأجمالي الإنتاج في المؤسسات والشركات الغذائية
"3"	50 % نسبة الشركات التي تصدر لمصر
"4"	8 % نسبة الشركات التي تصدر لمغرب
"5"	صفر % نسبة الشركات التي تصدر لتونس
"6"	25 % نسبة الشركات التي تصدر ل اتحاد الأوروبي
"7"	75% نسبة الشركات التي تصدر للدول عربية خارج أغادير
"8"	25% نسبة الشركات التي تصدر للدول أمريكا الشمالية
"9"	83 % نسبة الشركات التي تستخدم مواد أولية في التصنيع ذات مصدر محلي
"10"	50 % نسبة الشركات التي تستخدم مواد أولية في التصنيع ذات مصدر من دول أعضاء اتفاقية اغادير
"11"	83% نسبة الشركات التي تستخدم مواد أولية في التصنيع ذات مصدر من خارج دول أعضاء اتفاقية اغادير

2-ج) التسويق :

التسويق					
التصدير المباشر	التصدير عبر وكلاء أجانب	التصدير عبر وكلاء محليين	فضاءات التوزيع	عبر تجار جملة	اسم الشركة
نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	حلواني
لا	لا	لا	لا	لا	الزيود
نعم	لا	لا	نعم	نعم	الخليج

المتطورة	لا	نعم	لا	لا	نعم
الوادي	لا	نعم	لا	لا	نعم
المزرعة الغزال	لا	نعم	لا	لا	لا
البيروتي	نعم	لا	لا	نعم	لا
الباشا	نعم	نعم	نعم	لا	لا
لافي	نعم	نعم	لا	نعم	لا
زاكي	نعم	لا	نعم	لا	لا
حارنتا	لا	نعم	لا	نعم	لا
النسيم وهدى	نعم	نعم	نعم	نعم	لا

الجدول

(8)

النقل	سوق العمال	الموارد
-------	------------	---------

➤ الجدول التالي يعبّر عن طرق التواصل بين المؤسسة الصناعية والمستهلكين سواء كانوا محليين أو خارجيين ضمن المسح الاستبيان الذي قمنا به على الشركات المحلية .

"1"	58 % نسبة الشركات التي تعمل على تسويق منتجاتها المحلية عن طريق تجار الجملة
"2"	75 % نسبة الشركات التي تعمل على تسويق منتجاتها المحلية عن طريق التوزيع المباشر
"3"	33 % نسبة الشركات التي تعمل على تسويق منتجاتها المحلية عن طريق وكلاء محليين
"4"	33 % نسبة الشركات التي تعمل على تسويق منتجاتها التصديرية عن طريق وكلاء أجانب
"5"	41 % نسبة الشركات التي تعمل على تسويق منتجاتها التصديرية عن طريق التصدير المباشر

الإنتاج

الوقت المستغرق	النقل من حيث التكاليف المالية	سوق العمل من حيث المهارة	سوق العمل من حيث العدد	توفر المواد الأولية	استغلال الطاقة المتاحة	التكنولوجيا الحديثة	مراحل التصنيع	اسم الشركة
نعم	نعم	لا	لا	لا	نعم	نعم	معالجة صناعية متقدمة	حلواني
لا	لا	لا	لا	نعم	نعم	نعم	معالجة صناعية متقدمة	الزيود
نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	معالجة صناعية متقدمة	الخليج
لا	لا	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	معالجة صناعية متقدمة	المتطورة
لا	نعم	لا	لا	لا	لا	نعم	معالجة صناعية متقدمة	الوادي
لا	لا	لا	نعم	لا	لا	نعم	معالجة صناعية متقدمة	مزرعة الغزال
لا	لا	لا	لا	لا	نعم	نعم	معالجة صناعية متقدمة	البيروتي
لا	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	فرز تنظيف تعبئة	الباشا
نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	معالجة صناعية متقدمة	لافي
لا	لا	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	معالجة صناعية	زاكي

	متقدمة							
معالجة صناعية	متقدمة	نعم	لا	نعم	نعم	لا	نعم	لا
معالجة صناعية	متقدمة	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا
معالجة صناعية	متقدمة	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا

الجدول

(9)

➤ يعبر الجدول التالي عن الإنتاج في المصانع الأردنية من حيث طريقة التصنيع ومدى تطور التكنولوجيا حسب نظرة الإدارة في المصنع وعن إن كان المصنع يستغل الطاقة الإنتاجية (أكثر من 50%- 70%) بشكل شبه مستمر مع إن كان يواجه مشاكل من حيث توفر المواد الأولية، ويحدد الجدول مشاكل سوق العمل إن وجدت من حيث العدد أو المهارة في البيئة المحلية للمصنع، كما يحدد أن كان يواجه المستثمر مشاكل من حيث النقل (محلي أو خارجي) من ناحية الوقت وتكاليف.

"1"	92 % نسبة التصنيع في المؤسسات الغذائية
"2"	100 % نسبة الإداريين الذين يرون في مصانعهم أنها ذات تكنولوجيا حديثة
"3"	67% نسبة عدد المصانع التي تستغل الطاقة الإنتاجية في المصنع
"4"	42% نسبة المصانع التي لا تعاني من نقص في المواد الأولية لتصنيع
"5"	42% نسبة المصانع التي لا تعاني من نقص في الموارد البشرية من حيث العدد
"6"	33% نسبة المصانع التي لا تعاني من نقص في الموارد البشرية من حيث المهارة
"7"	58 % نسبة المصانع التي تعاني من مشاكل النقل من حيث التكلفة
"8"	25% نسبة المصانع التي تعاني من مشاكل النقل من حيث الوقت المستغرق

الجودة :

تقنيات الجودة				عوائق الجودة		
اسم الشركة	المعايير المستخدمة	نظم الجودة المطلوبة	توفر المختبر	تقنيات الجودة محلي/اجنبي	من ناحية التكنولوجيا	من ناحية المالية
حلواني	دولية	BRC حلال +	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
الزيود	محلي	لا نحتاج	نعم	محلي+اجنبي	لا	نعم
الخليج	دولية	+حلال 22000:2005	نعم	محلي	لا	نعم

المتطورة	دولية	22000:2005+ حلال	نعم	محلي+اجنبي	لا	لا
الوادي	دولية	22000:2005+ حلال	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
مزرعة الغزال	دولية	22000:2005+ حلال	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
البيروتي	دولية	22000:2005	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
الباشا	دولية	22000:2005	نعم	محلي	نعم	نعم
لافي	دولية	22000:2005+BRC	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
زاكي	محلي	حسب السوق	نعم	محلي+اجنبي	نعم	نعم
حارتنا	دولية	22000:2005	نعم	محلي+اجنبي	لا	نعم
النسيم وهدي	دولية	22000:2005 + حلال	نعم	محلي+اجنبي	لا	لا

الجدول (10)

➤ أن الجدول التالي يعبر عن معايير الجودة لدى المصانع الغذائية المحلية في الأردن حيث تعبر عن المواصفات والمعايير المستخدمة في المصانع وحاجياتها من المواصفات الجودة العالمية كما تتحدث عن مدى توفر المختبرات في تلك المنشآت، ويعبر أيضاً عن معوقات الجودة من ناحية التكنولوجيا أو التكلفة المالية. والمختبرات في المصانع لا تتعدى عند 50 % من المصانع عن فحوصات الميكرو وتخلوا عادة من فحوصات الجودة . رغم أن أغلب المصانع أجابت بوجود مختبر .

"1"	83% متوسط مؤسسات الصناعات الغذائية التي تستخدم معايير جودة عالمية
"2"	33% نسبة الشركات التي تحتاج نظام إدارة الصحة وسلامة الغذاء
"3"	50% نسبة الشركات التي تقرر النظم المطلوبة بناء على متطلبات السوق الخارجي أو المحلي
"4"	50% نسبة المصانع التي تحتوي على مختبر
"5"	58% نسبة المصانع التي تستخدم معايير الجودة محلية وخارجية
"6"	58 % نسبة الشركات الغذائية التي حددت أن من عوائق الحصول على مواصفات الجودة الحصول على التكنولوجيا
"7"	83 % نسبة الشركات الغذائية التي حددت أن من عوائق الحصول على مواصفات الجودة العوائق المالية وتكاليف

الإجراءات المالية و الإدارية :

دعم الصادرات				التحديات (ضمن أغادير)	
اسم الشركة	الأستفادة من دعم مؤسسات محلية	الأجراءات الإدارية	مصادر التمويل	عراقيل الأستيراد	عراقيل التصدير
حلواني	لا	محلي+خارجي	لا يوجد	ميناء العقبة(نقل)	ميناء العقبة(نقل)
الزيود	لا	محلي+خارجي	لا يوجد	موسمية المنتج	موسمية المنتج

الخليج	لا	لا يوجد	لا يوجد	الجودة+الأسعار	لا يوجد
المتطورة	نعم	خارجي	تجاري	الجودة+التزام بتوريد	السوق ومنافسة
الوادي	لا	محلي+خارجي	تجاري	الجودة+التزام بتوريد	السوق ومنافسة
المزرعة الغزال	نعم	محلي+خارجي	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
البيروتي	لا	محلي	تجاري	الالتزام بتوريد	السوق ومنافسة
الباشا	لا	محلي+خارجي	تجاري	لا يوجد	لا يوجد
لافي	لا	محلي+خارجي	لا يوجد	مدة زمنية طويلة لدخول منتج	لا يوجد
زاكي	لا	محلي+خارجي	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
حارتنا	لا	محلي+خارجي	تجاري	الجودة	طبيعة المستهلك في أغادير
النسيم وهدي	لا	محلي+خارجي	لا يوجد	الأسعار+الجودة	بعد الاتصال

الجدول (11)

➤ الجدول التالي يعبر عن دعم المؤسسات المحلية للصناعات الغذائية وعن مدى استفادة من التمويل وعن توجه الإدارة في تلك المصانع نحو السوق المحلي والسوق الخارجي

"1"	17% نسبة الشركات التي استفادت من دعم المحلي
"2"	67% نسبة الشركات التي تسعى إلى التوسع نحو السوقين المحلي وخارجي
"3"	42% نسبة الشركات ذات تمويل تجاري

أخرى

أقترحات أخرى 2	أقترحات أخرى 1	الأفتاح على أغادير وأوروبا	2	1	المتوقع من أغادير	العلم بها	دول أغادير	الاتحاد الأوروبي	اسم الشركة
تسهيل الاتصالات بين دول أعضاء	بناء سياسة توعية حول أغادير	نعم	التسهيلات اللوجستية	التسهيلات الجمركية	زيادة الحركة التجارية	لا	نعم	نعم	حلواني
-----	بناء سياسة توعية حول أغادير	نعم	-----	فضائات التوزيع للمنتج	دعم المالي لتصدير	لا	لا	نعم	الزيود
زيادة عدد الأعضاء في الاتفاقية	تسهيلات فتح الاستثمارات بين دول أعضاء	نعم	-----	فتح الأسواق	استثمارات	لا	لا	نعم	الخليج
رفع الثقة في	بناء سياسة توعية	لا	التسهيلات	فتح الأسواق	لا شيء	لا	لا	لا	المتطورة

المنتجات دول أغادير	حول أغادير	اللوجستية						
-----	بناء سياسة توعية حول أغادير	لا	-----	زيادة الإنتاج	جديدة+موردين جدد	لا	لا	الوادي
-----	بناء سياسة توعية حول أغادير	نعم	-----	دعم التشريع الجديدة	دعم المالي لتصدير	لا	نعم	المزرعة الغزال
تعريف بلمنتج ودرسه الجدوى التسويقية	مؤتمرات بين التجار وأعضاء برعاية منظمة	نعم	تنفيذ الاتفاقيات	العمل التسويقي	جديدة+موردين جدد	لا	نعم	البيروتي
-----	بناء سياسة توعية حول أغادير	نعم	زيادة الأسواق	زيادة الإنتاج	جديدة+موردين جدد	لا	لا	الباشا
تشجيع الاستثمارات بين دول اعضاء	بناء سياسة توعية حول أغادير	نعم	التسهيلات اللوجستية	فتح الأسواق	جديدة+موردين جدد	لا	نعم	لافي
تعريف بلمنتج ودرسه الجدوى التسويقية	بناء سياسة توعية حول أغادير	لا	زيادة الأسواق	زيادة الإنتاج	دعم المالي لتصدير	لا	لا	زاكي
مؤتمرات بين التجار وأعضاء برعاية منظمة	بناء سياسة توعية حول أغادير	لا	-----	الأهمام بصناعات التعليبية	جديدة+موردين جدد	لا	لا	حارتنا
تسهيلات تجارية	تنافسية من ناحية الجودة	لا	خبرات فنية	تجديد خطوط الإنتاج	جديدة+موردين جدد	لا	لا	النسيم وهدى

الجدول (12)

➤ الجدول التالي يحدد مدى العلم بمتطلبات السوق الخارجية (أغادير، الاتحاد الأوروبي) وعن مدى معرفة المنتجين المحليين عن تراكمية المنشأ للتصدير بين دول أغادير وعن مدى الانفتاح على أغادير وأوروبا ومع وضع حاجيات المؤسسات الصناعية الغذائية في الأردن لتصبح منافسة على مستوى العالم مع بعض الاقتراحات المقدمة من أصحاب المنشآت الصناعية إلى إتفاقية أغادير.

"1"	50 % النسبة تعبر عن مدى معرفة الشركات المحلية عن متطلبات السوق الأوروبي
"2"	33% النسبة تعبر عن مدى معرفة الشركات المحلية عن متطلبات السوق دول اعضاء اتفاقية أغادير
"3"	8% مدى معرفة الشركات بفوائد تراكمية المنشاء
"4"	58 % مدى أنفتاح الشركات المحلية على دول أعضاء اتفاقية أغادير ودول الاتحاد الأوروبي

النسب الدراسية

ملخص النسب التفصيلية لإستبيان الشركات الأردنية		
ملاحظات	النسبة %	القياس
التصدير		
ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص الذين اجابوا بنعم عند الاستيراد أو التصدير من تلك الدول ولا تعبر عن نسب التعامل الحقيقية	0.31	نسبة العامة للتصدير
	0.69	نسبة السوق المحلي
	0.50	التصدير ل مصر
	0.08	التصدير ل المغرب
	0.00	التصدير ل تونس
	0.25	التصدير ل الاتحاد الأوروبي
	0.75	التصدير ل دول عربية اخرى
	0.25	التصدير ل امريكا الشمالية
	0.83	مواد من منتجات محلية
	0.50	مواد من أغادير
	0.83	مواد من دول أخرى
طرق التصدير التسويق		
ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص الذين اجابوا بنعم عند التوزيع المنتجات في السوق المحلي أو التصدير	0.58	محلي عبر تجار جملة
	0.75	محلي فضاءات التوزيع
	0.33	التصدير عبر وكلاء محليين
	0.42	التصدير عبر وكلاء أجانب
	0.33	التصدير المباشر
نوعية التصنيع وموارد		
نسبة تعبر عن نوعية الصناعة في المنشأة	0.92	معالجة صناعية متقدمة
	0.08	فرز تنظيف تعبئة
ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص الذين اجابوا بنعم عند سؤالهم عن الانتاج	1.00	التكنولوجيا الحديثة
	0.67	استغلال الطاقة المتاحة

توفر المواد الأولية	0.42	
سوق العمال		
سوق العمل من حيث العدد	0.67	النسبة تعبر رضا المستثمر المحلي عن سوق العمل
سوق العمل من حيث المهارة	0.33	
النقل		
النقل من حيث التكاليف المالية	0.42	النسبة تعبر عن المشاكل المستثمر المحلي على مستوى النقل
النقل من حيث الوقت المستغرق	0.75	
الجودة ومختبرات		
المعايير المستخدمة الاجنبية	0.83	تعبر النسبة عن مدى متطلبات التصدير
نظام الجودة مطلوب 22000	0.33	
نظام الجودة مطلوب حسب سوق	0.50	
توفر المختبر	1.00	ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص اللذين اجابوا بنعم عند السؤال عن الجودة ومختبر وعن المعوقات الجودة
تقنيات الجودة اجنبية	0.83	
عوائق الجودة من ناحية تكنولوجيا	0.58	
عوائق الجودة من ناحية المالية	0.83	
دعم الصادرات		
الاستفادة من دعم مؤسسات محلية	0.17	النسبة تعبر عن نسبة التمويل من ناحية استثمارية أو تطويرية
الأجراءات الإدارية+توسع محلي+دولي	0.67	
مصادر التمويل التجاري	0.42	
مشاكل الأستيراد من أغادير		
النقل	0.08	ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص اللذين اجابوا بنعم عند السؤال عن معوقات الأستيراد نسبة لجميع المستثمرين المأخوذة
تشريعات قانونية	0.08	
الجودة	0.42	
الاسعار	0.17	
الألتزام وثقة	0.25	
اجراءات إدارية	0.08	
مشاكل التصدير من أغادير		
نقل	0.08	ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص اللذين اجابوا بنعم عند السؤال عن معوقات التصدير نسبة لجميع المستثمرين المأخوذة
طبيعة المنتج	0.08	
الاسعار والمنافسة	0.25	
بعد الاتصال	0.08	
اسباب التسويقية	0.08	
نسب اخرى		
العلم بمتطلبات اسواق الأتحاد الأوروبي	0.50	ان النسبة المحددة تعبر عن عدد الأشخاص اللذين اجابوا بنعم عند السؤال عن الأمور التالية
العلم بمتطلبات اسواق دول أغادير	0.33	
العلم بمتطلبات تراكمية المنشا	0.08	
الأنتفا ح على أغادير وأوروبا	0.58	

متطلبات لتحقيق التنافسية في العالم
1- دعم تجديد الآلات وخطوط الإنتاج (جبري شركتي النسيم والهدى)
2- نقل الخبرات الفنية (جبري شركتي النسيم والهدى)
3- الاهتمام بصناعات التعليبية عامة تصميم خاصة (ألبان حارتنا)
4- معايير الجودة (لافي عصير طبيعي وصناعي ومصنعي كرتون عصير)
5- النواحي المادية المتعلقة بأسواق جديدة وأستثمارات جديدة (لافي)
6- فتح الأسواق (الباشا)+(الخليج)
7- العمل التسويقي (البيروتي)
8- تجديد وهيكلة خطوط الإنتاج (الوادي)
9- التسهيلات الجمركية ولوجستية (حلواني)
أقتراحات حول أغادير حسب الأهمية
1- بناء سياسة توعية حول أغادير
2- مؤتمرات بين التجار وأعضاء برعاية منظمة
3- تسهيل الاتصالات بين دول أعضاء
4- تسهيلات فتح الأستثمارات بين دول أعضاء
5- تنافسية من ناحية الجودة
6- تعريف بالمنتج ودراسة الجدوى التسويقية
7- تشجيع الأستثمارات بين دول اعضاء

الدوائر والشركات التي شملت الأستبيان

الدوائر والقطاعات الرسمية والجهات المانحة

Organization name	contact name	Tel	Fax	Email	Web
غرفة صناعة عمان	فضل اللبدي	4643001	4647852	Fadel.Labadi@ACI.ORG.JO	www.aci.org.jo
وزارة الصناعة وتجارة	احمد حماد	5629030	5684979	ahmad.h@mit.gov.jo	www.mit.gov.jo
جمعية الخضار وفواكه	زهير جويحان	5699631	5699630	jepa@jepa.org.jo	www.jepa.org.jo
جمعية مصدري زيت الزيتون	فياض الزيود	4622262	4622261	info@jopea.com	www.jopea.com
جدكو	رياض الخطيب	5603507	5684568	crm@jedco.gov.jo	www.jedco.gov.jo

القطاع الخاص

مصنع الحلواني	احمد عمر	795550689	4024198	ao@hic.jo	www.hic.jo
معصرة الزيود	فياض الزيود	53811606		info@zyoud.com	
شركة الخليج للصناعات الغذائية	ايمن الطويل	799082992	64023963	aiman@gulf-food.com	www.gulf-food.com

شركة المتطورة للحوم	ميمساء	4028882		info@jafifood.com	
الشركة العربية للتجاروالتصنيع	غسان	4891234		g.juma@alwadifood.com	
مزرعة غزال للدواجن	مهندس وليد طبية	795261387	4886211	walid_taybeh@hotmail.com	
شركة ابو عودة	علاء جريري	64914961	64907878	info@abuodehbros.com	www.abuodehbros.com
شركة لافي للعصائر	جعفر	4029519		info@lafijuice.com	www.lafijuice.com
شركة زاكي للعصائر	رؤى	4205223	4202623	lab2@zakeyinc.com	www.zakeyinc.com
شركة حارتنا للألبان	ليلى	4120889		info@haritnadairy.com	
شركة النسيم والهدى للصناعات الغذائية	د.نعيم	53743344	53654575	info@jabri.jo	www.jabri.jo
شركة البيروتي	طلال عبد الهادي	4886348	4882372	info@albayrouty.com	www.albayrouty.com

الملحق VI عناوين مفيدة

السوق الفرنسية

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
12, rue Euler 75008 Paris – Tél. 01 44 43 99 00 – Fax 01 47 20 53 53 www.fcd.fr Jacque GREYSSEL	FEDERATION DES ENTREPRISES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTIONFCD جامعة الشركات للتجارة والتوزيع – فرنسا جمعية مهنية تضم شركات تجارة التجزئة للمواد الغذائية
Téléphone : 01 41 04 26 00 (Siège de Carrefour). www.carrefour.com/fr	مجموعة كارفور Groupe Carrefour
26, quai Marcel Boyer 94 200 Ivry-sur- Seine, www.e-leclerc.com	مجموعة لوكلارك Groupe Leclerc
Siège social : 40, avenue de Flandre - 59170 Croix R.C.S. Roubaix-Tourcoing B 476 180 625 Siret 476 180 625 00479 - T.V.A. : FR 92 476 180 625 - APE : 741 J Tel.: + 33 3 20 81 68 00 www.groupe-auchan.com	مجموعة أوشان Groupe Auchan
Société DISTRIBUTION CASINO FRANCE SAS au Capital de 45 878 014 Euros Siège Social : 1, Esplanade de France 42008 Saint Etienne cedex 02 www.geantcasino.fr	مجموعة جيان كازينو GroupeGeant Casino
ITM Alimentaire International, dont le siège social est au 24 rue Auguste Chabrières, 75737 Paris cedex 15, www.intermarche.com	مجموعة انترمارشي Groupe ITM
المعارض المتخصصة بفرنسا	
www.sialparis.fr	المعرض الدولي للغذاء SIAL Paris
www.mdd-expo.com	معرض العلامات الخاصة 392 Salon MDD Paris
المواصفات الخصوصية	

www.ifs-certification.com	المواصفات القياسية الخصوصية International Featured Standard IFS
---------------------------	--

السوق الألمانية

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
www.einzelhandel.de	الجامعة الألمانية لتجارة التجزئة HDE
www.aldi.com	مجموعة ألدو Aldi Group
www.aldi.de	مجموعة ليدل Lidl Group
www.metro24.de	مجموعة مترو Metro Group
www.real.de	مجموعة ريال Real Group
المعارض المتخصصة	
www.anuga.com	المعرض الدولي أنوفا ANUGA
المواصفات الخصوصية	
www.ifs-certification.com	المواصفات القياسية الخصوصية International Featured Standard IFS

سوق المملكة المتحدة

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
<p>www.brc.org.uk</p> <p>Address: 21 Dartmouth Street Westminster London SW1H 9BP</p> <p>Tel: 020 7854 8900</p> <p>Fax: 020 7854 8901</p> <p>Email: info@brc.org</p>	الائتلاف البريطاني لتجارة التجزئة British retail Consortium
www.tesco.com	مجموعة تسكو Tesco Group
www.j-sainsbury.co.uk	مجموعة ساينزبوري Sainsbury Group

www.morrisononline.com	مجموعة موريسون Morrison Group
www.asda.com	مجموعة أسدا Asda Group
المواصفات الخصوصية	
www.brc.org.uk	المواصفات القياسية لتجارة التجزئة البريطانية British Retail Consortium Standards BRC

السوق الإيطالية

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
www.e-coop.it	مجموعة كوب Coop Group
المواصفات الخصوصية	
www.ifs-certification.com	المواصفات القياسية الخصوصية International Featured Standard IFS
المعارض المتخصصة	
www.tuttofood.it	معرض توتوفود TUTTOFOOD

السوق الإسبانية

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
www.aldi.com	مجموعة ماركادونا Mercadona Group
www.aldi.com	مجموعة اروسكي Eroski Group
المعارض المتخصصة	
www.alimentaria.com	معرض اليمينتاريا ALIMENTARIA
www.markexpo.com	معرض ماركة بلنكا Marca Blancas
المواصفات الخصوصية	
www.ifs-certification.com	المواصفات القياسية الخصوصية International Featured Standard IFS

السوق البلجيكية

العناوين	المؤسسة / الشركة / المجموعة
Av. E. Van Nieuwenhuyse 8 1160 Bruxelles T + 32 2 788 05 00 F + 32 2 788 05 01 info@comeos.be Contact Anne Timmermans www.comeos.be	الجامعة البلجيكية للتجارة والخدمات COMEOS
www.delhaizegroup.com	مجموعة دلهاي Delhaize le Lion
www.Colruytgroup.com	مجموعة كولروت ColruytGroup
المعارض المتخصصة	
www.salonalimentation.be	معرض الغذاء بروكسال Salon de L'Alementation de Bruxelles
المواصفات الخصوصية	
www.brc.org.uk	المواصفات القياسية لتجارة التجزئة البريطانية Consortium British Retail Standards BRC

❖ المعارض المهمة الأخرى التي تخص البيع تحت العلامات التجارية لسلاسل التجزئة الكبيرة

المعرض المهني الدولي PLMA بمدينة امستردام

www.plmainternational.com

❖ المواقع الإلكترونية التي تهتم بتجارة التجزئة

www.nielson.com

www.supermarketnews.com

❖ اهم الشركات العالمية والمتعددة الجنسيات والعاملة في قطاع الصناعات الغذائية

- بيسيكو PEPSICO

شركة أمريكية متعددة الجنسيات من ضمن منتجاتها رقائق البطاطس والعصائر

- يونيليفر UNILEVER

شركة أنغليزية متعددة الجنسيات من ضمن منتجاتها زيت الزيتون، المرغرين، والكريمات

- Associated British Food

شركة أنغليزية متعددة الجنسيات من ضمن منتجاتها زيت الزيتون

- General Mills

شركة أمريكية متعددة الجنسيات

- مندلاز انترناشيونال Mendelez International

شركة أمريكية متعددة الجنسيات من ضمن منتجاتها البسكويت والزبادي

- كيلوقز Kellogg's

شركة أمريكية متعددة الجنسيات من ضمن منتجاتها رقائق البطاطس