



دراسة جدوية لتسويق الأغذية والصناعات الغذائية والصناعات  
المساعدة في شمال المغرب تحت  
مشروع **MERCAMED**

الخلاصة التنفيذية





## أ) المقدمة

### أ - أ) FEDER و MERCAMED

هو مشروع حوض البحر الأبيض المتوسط ممول من طرف صندوق الأوروبي للتنمية الجهوية لذي يركز أهدافه على التنمية المحلية، في إطار يشجع النشاط والنمو الاجتماعي و الاقتصادي ما بين إقليمين غرناطة و تطوان (شمال المغرب) وذلك عن طريق تشجيع إنشاء المقاولات ودعمها، وخصوصا التشجيع التجاري للمقاولات ودعم التعاون بين المقاولات عبر الحدود. كل ذلك بواسطة استخدام وتقييم الطاقات المحلية

### أ - ب) الملخص التنفيذي

هذا الملخص التنفيذي يحدد الخطوط الرئيسية لتحليل المدرجة في دراسة الجدوى الاقتصادية للصناعة الغذائية والفرص المتاحة لها في شمال المغرب، ضمن إطار المشروع

### **Mercamed**

في قطاع الأغذية الزراعية نقوم بدراسة تحليلية لثلاثة مجالات محددة كجزء من الدورة



الإنتاجية الزراعية هذه القطاعات هي كالتالي

### الإنتاج الزراعي

وصف الوضع الحالي لإنتاج المحاصيل والثروة الحيوانية في إقليم غرناطة، دراسة إمكانية تسويق المنتجات الزراعية في منطقة شمال المغرب.

يتم كذلك تقييم البدائل لهذا القطاع ، بالإضافة إلى تنفيذ الإجراءات والتعاون بين المنطقتين على المدى القصير والمتوسط والطويل لهذا قمنا بدراسة واقع الإنتاج الزراعي في المغرب وخاصة في الشمال

### في قطاع الأغذية الزراعية

يدرس ثلاثة مجالات محددة كجزء من دورة زراعية منتجة. هذه القطاعات هي الإنتاج الزراعي.

وصف الوضع الحالي لإنتاج المحاصيل والثروة الحيوانية غرناطة ، دراسة تسويق المنتجات الزراعية في منطقة شمال المغرب. ونحن أيضا تقييم البدائل لهذا القطاع ، فضلا عن التفاعل والتعاون بين المنطقتين ، على المدى القصير والمتوسط والطويل. ونحن أيضا دراسة واقع الإنتاج الزراعي في المغرب وخاصة في الشمال

### صناعة المواد الغذائية

سيحلل الوضع الحالي لقطاع الصناعة و التصنيع للمواد الغذائية والمنتجات الزراعية . لمنطقة غرناطة وكذا الدراسات الجدوى لولوج شركات هذا القطاع في شمال المغرب



كما سيعكس واقع هذا القطاع في المغرب. وفي نفس الوقت تقييم الطرق الممكنة للتعاون التجاري بين المنطقتين.

### الصناعات المساعدة

في هذا القطاع توجد جميع الشركات التي تقدم الخدمات والمنتجات المعنية في كل ما يهم .  
فرع الإنتاج الزراعي و فرع التحويل وتصنيع الأغذية الزراعية و كذا خدمات تسويق المنتجات.

وبالمثل في قاطاعات السابقة سنوضح الوضع الحالي ونقيم الفرص الذي يمنحها السوق المغربي ، وكذلك إعطاء بدائل التعاون التجاري بين المنطقتين

الدراسة في النهاية هي تحليل القطاعات الثلاثة الرئيسية في نطاق الأغذية الزراعية كجزء لا يتجزأ من الدورة الإنتاجية الزراعية  
بمفهوم آخر إبتداء الدورة من الأنتاج الزراعي مرورا بسلسلة من مراحل التحويل التي تضيف قيمة الى المنتج حتى ينهي في أيدي المستهلك النهائي  
لهذا نقوم بتحليل دقيق للقطاعات الثلاثة

### الإنتاج

المرحلة الأولية للدورة التي تشمل المحاصيل والإنتاج الحيواني والإنتاج الزراعي التي تقدمها الشركات الصناعات المساعدة (الآلات والمواد الكيميائية، والهندسة و غيرها

### التحول



هذه المرحلة تنتمي إلى الصناعات الغذائية على هذا النحو ، وتشمل جميع عمليات التصنيع .  
المنتجات الزراعية التي تم الحصول عليها في مرحلة الإنتاج  
في هذه المرحلة ستضاف قيمة إلى المنتجات الزراعية التي بدورها ترفع من درجته الى  
مجموعة الثانية والثالثة وحتى الرابعة و الخامسة

### التسويق

هي المرحلة التي تعلق الدورة. وتشتمل على التسويق والتوزيع والخدمات اللوجستية

## (ب) الإنتاج

### ب - أ) الإنتاج الزراعي والصناعة المساعدة للإنتاج في غرناطة

يرتكز الإنتاج الزراعي في غرناطة أساسا في المنطقتين الزراعيتين التاليتين منطقة لافيغا و  
منطقة الساحل الاستوائية

ففي منطقة لافيغا يشتمل على المحاصيل الزراعية التالية  
الشمندر الحبوب كا لذرى عباد الشمس الزيتون الصنوبريات كالحور  
و في منطقة الساحل الإستوائية نجد أشجار الفاكهة في كل من الزراعة البعلية وكذا المروية

فيما يتعلق بالإنتاج الحيواني ، فغرناطة ليست قوة في هذا الصدد ولكن خصوصيتها الجغرافية



تتميز بالخروف السيغورنيوا في السلسلة الجبلية الشمالية وتربية النحل في كل أنحاء المنطقة  
لذى فإنتاج العسل مختلف الفوارق و النكهات

وسائل الإنتاج الزراعي المستعملة في منطقة غرناطة هي ذات تكنولوجيا العالية ، مع استخدام  
آلات ومعدات ذات مستوى عالي جدا. وهذا راجع الى الموزعين الرسميين لهذه الأنواع من  
الأليات و المعدات

هناك العديد من كبرى الشركات المصنعة للأسمدة والتعبئة والتغليف و تصبير نبات الهليون  
ولكن في جميع المنتجات الأخرى ليس هناك شبكة صناعية كبرى

### ب - أ - أ ) نقاط القوة والضعف

فيما يتعلق بالمنتجات الزراعية في حين تبرز تفوقها في الجودة والإنتاجية ، في حين الأخر لديها  
عجز في القدرة التنافسية ونقص وسائل للتسويق

بالنسبة إلى وسائل الإنتاج نجد هناك شبكة صناعية متطورة قليلا وهي تنمو نسبيا مع الإنتاج  
الزراعي والصناعات الزراعية.و بما أنها مازالت في كون التطوير في الصناعة مساعدة لم  
يحدث أي تقدم

### ب - ب ) لإنتاج الزراعي والصناعات المساعدة في شمال المغرب



الإنتاج الزراعي في المغرب هو أمر حيوي في إقتصاد البلاد و هذا يرجع بالنسبة التي يمثلها في الناتج المحلي الإجمالي

ولقد عززت الزراعة والثروة الحيوانية على مر السنين منذ استقلال المغرب من خلال المختلف التخطيطات الحكومية

في عام 2008 أطلق مخطط المغرب الأخضر وهي مبادرة كبيرة حيث تشجيع الدولة المغربية . الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي ماليا و معنويا في بلد ذات إمكانية كبيرة في مجال الزراعة

وتستند المنهجية المستخدمة في مخطط المغربية الأخضر على نظام التجميع والمبادرة هي جزء من شخصية تدعى "مجمع" الذي يعطي وسائل الإنتاج والتمويل والتكنولوجيا والدراسة للمزارعين .أو "مجمع" للحصول على الإنتاج في الوقت المناسب

و بالتالي يستفيد الطرفين بالتغلب على العقبات الرئيسية التي تعرقل الزراعة المغربية مثل الإفتقار لوسائل الإنتاج وكذا صغر حجم معظم المزارع

الإنتاج الزراعي في المنطقة الشمالية من المغرب هي معروفة بلإنتاج الحبوب والزيتون والخضروات والمحاصيل السكرية القصب والبنجر

و فيما يخص الإنتاج الحيواني فيتمثل في إنتاج الأغنام والدواجن إلى حد قليل ولكن هناك أيضا إنتاج كبيرة من الأبقار وتربية النحل



## ب ب أ) الفرص والتحديات

التسويق المباشر للمنتجات الزراعية في المغرب لديه فرصة ضئيلة. لأن المنتجات الزراعية المغربية في حد ذاتها تتميز بقدرة تنافسية عالية من ناحية السعر و نجد كذلك حواجز الرسوم الجمركية على الواردات الزراعية

التسويق بعض المنتجات البارزة لديها مدى قصير و أبواب تسويقه هي المراكز التجارية الكبرى تعتبر عموما منتجات غرناطة وإسبانية ذات جودة عالية وقبولا من ساكنة المغرب ، ولكن فرق السعر يشكل عقبة واضحة

الزراعة المغربي تعتمد اعتمادا كبيرا على دورات الطقس. في أوقات الجفاف الإنتاج ينخفض وتزيد فرص التسويق. ولكن مع امتداد شبكات الري في المغرب تتخفف المستوردات أما بالنسبة لوسائل الإنتاج نجد إحتياج كبير هذا ما يخلق فرصا للشركات الغرناطة صناعات الأسمدة والآلات الزراعية ومعدات الري والتعبئة والهندسة الزراعية

## ب ب ب) الجدوى والبدائل

يجب على المنتجين الزراعيين الغرناطيين أن تخضع الى المزيد من تحويلات لكي تزيد من قيمتها ويتم تسويقها في المغرب كمنتجات ذات قيمة من الدرجات الثالثة و الرابعة والخامسة



مكتسبتا بذلك إختلافا و قيمة مضافة

أما بالنسبة للصناعات المساعدة للإنتاج فنجد سوق كبير جدا وذلك بتزويد المجمعات في نظام التجميع للمخطط المغرب الأخضر

وثمة خيار آخر هو مشاركة المنتجين الزراعيين الغرناطيني في نظام التجميع للمخطط المغرب الأخضر ، وذلك بخبرتهم والتكنولوجيتهم في مشاريع الانتاج الزراعي هذه المحاصيل يمكن تصدير الى غرناطة للتحويل مستفيدين بذلك من مواد الخام بسعر تنافسي راجعا ذلك الى رخص اليد العاملة

## ت) التحول

### ت أ) الصناعات الغذائية في غرناطة

ويبرز في المقام الأول ثمانية مجالات

الزيوت

النبيذ

العسل

شيري مويا

نبات الهليون

الخبز **Alfacar**

خروف **segureño**

لحم الخنزير



ويتم جمع الانتاج تحت خاتم فئات المحميات الجغرافية التسعة

### ت أ) نقاط القوة والضعف

تتميز أساسا من نوعية منتجاتها وطابعها الفريد ترتبطها بهذا الإطار رغم أن معظم موزعين التكنولوجيا و الأليات المستخدمة هم من خارج جهة غرناطة إلا أن نجد في هذه الجهة مصانع المعصرات و كذا التجهيز ولكن هناك نواقص كبيرة في مجال التكوين التقني والتسويق الغذائي وثقافة التصدير

### ت ب) الصناعات الغذائية في المغرب

صناعة المواد الغذائية في المغرب في بداية التوسع. لديها نقص في وسائل الإنتاج والتكنولوجيا ، والتي تصدر أساسا إلى الاتحاد الأوروبي

الصناعة الشبه التحويلية المتواجدة قليلة وليس هناك لشركات كبيرى التي تنتج منتجات ذات قيمة مضافة عالية

في المدى المتوسط سوف يكون المغرب قوة في إنتاج المنتجات كالزيوت ومنتجات الألبان و ذلك بفضل سياسة مخطط المغرب الأخضر



## ت ب أ) الفرص والتحديات

الفرص تسويق المنتجات الغذائية الغرناطية في المغربية تمر من خلال السعي الى قيمة نوعية  
والإضافية

على المدى القصير أقوى الزبناء سيكون القطاع السياحي ، والطبقة المتوسطة العليا المغربية  
والمغربيين. وفي المدى المتوسط لإرفاع مستوى الحياة المغرب سيؤدي الى زيادة الطلب على  
هذه المنتجات

قد تكون بعض المنتجات مثل لحم الخنزير والخمر يكون أكثر صعوبة للوصول الى البلاد من  
خلال الطابع الإسلامي الذي يتميز به المغرب. ومع ذلك ، مع الحد من مدى طلب العامة لهذه  
المنتجات فنجد هناك بعض الأسواق المتخصصة مثيرة جدا للاهتمام مثل القطاع السياحي من  
خلال المطاعم و غيرها

لا يزال القطاع العسل مثيرة للاهتمام في المغرب ، الرغم أن هناك فرق في الأسعار

الخروف السغورنيوا صعوبة تصديره هي ذات مدى قصير. علما أن الحواجز الجمركية هي  
حالي جد مرتفعةا ولكن في المدى المتوسط والطويل ، وبما أن المغرب ينتمي الى السوق الحرة  
ستلغى تدريجيا الرسوم الى غاية عدمها فالمغرب هو سوق كبير الاستهلاك لهذا المنتج  
و لتنفيذ هذا التسويق ستكون ضرورية لإنتاج موثق بشهادة حلال

الهلينون الغرناطي المصبر هو القطاع ذات فرصة كبيرة في المغرب قناة التوزيع لإدخاله هي



محلات السوبر ماركت علما أن الرسوم الجمركية ليست حاجزا لهذا المنتج و جودته العالية  
تؤيد تسويقه

هناك فرص كبيرة وتسهيلات للاستثمار في إطار مخطط المغرب الأخضر  
كما هو الحال في الإنتاج الزراعي ، وفرص لمشاركة الشركات الغرناطة في مشاريع تجميع  
كالموردي التكنولوجيا ووسائل الإنتاج أو مجمعين

### ت ت) الجدوى والبدايل

يمكن للصناعة الغذائية الغرناطة الإنتاج في المغرب كمجمعين في المخطط الأخضر بتكنولوجيا  
ومواد أولية غرناطية هناك العديد من الشركات التي تقوم بهذا

سوق الحلال هو خيار مثيرة جدا للاهتمام بالنسبة للشركات في هذا القطاع. ويمكن أن تشمل  
العديد من المنتجات المعتمدة تحت الحلال لتسويق ماركة مميزة غرناطية

أوروبا هي السوق المستهدفة الرئيسية من المنتجات الغذائية من غرناطة

في المغرب هناك قصور في القطاع في مجال التكوين التقني في مجال الشبكة الصناعة الغذاء  
وكذا المعدات الصناعية



## ث) التسويق

### ث أ) التسويق - غرناطة

#### ث أ أ) نقاط القوة والضعف

وضع الخدمات التسويقية على المستوى المحلي و الإقليمي في غرناطة هي جد متطورة

مشكلة هي الاستقراء على المستوى الوطني والدولي أساسا بسبب عدم وجود المعرفة والخبرة والموارد . التجارة الخارجية والصادرات من السلع أو الخدمات هي واحدة من نقاط الضعف في غرناطة للأسباب المذكورة سابقا

في القطاع جد عجزا في المعرفة الكافية و تكوين في مجال التسويق والتجارة الدولية. هذا هو العائق الرئيسي الذي يجب تصحيحه للاستفادة من الفرص التجارية ليس فقط في المغرب ، و لاسيما في الأسواق الدولية

### ث ب) التسويق - المغرب

هو قطاع متعدد الاحتمالات ذات نمو محدود. وهو قطاع ينمو تحت القطاعين الآخرين الفلاحي و الصناعي لهذا حجمه النسبي أيضا

#### ث ب أ) الفرص والتحديات



لذا غرناطة وضعية لوجستية ممتازة ويجب استغلالها. والميزة الرئيسية في مجال التسويق والتوزيع للشركات في غرناطة في الصناعة الغذائية في المغرب هو بالضبط التقارب بين المنطقتين لا من حيث الوضعية فقط ولكن الثقافة كذلك

وعلى أية حال لكي تتطوير هذه الخدمات يجب أن تكون مصحوبة ببنية تحتية كبيرة في هذا البلاد نت النقل والإمداد والنقل تتطلب الطرق والمرافق اللازمة لتنفيذه

### ث ت) الجدوى والبدائل

إنشاء منصات اللوجستية غرناطية هو بديل مهم لان هناك نقص في هذه المجال كما نجد جهود الدولة المغربية في هذا المجال مثل مناء طنجة المتوسط تطوير شبكة تجارية ما بين الجهتين عن طريق إنشاء مؤسسات تعاونية بين الجهتين

وعلى أية حال لتسويق الدولي للمنتجات أو الخدمات ضروري أن تتوفر على الأدنى الحد من المعرفة والتكوين. انها مساهمة أساسية في هذا الاتجاه من خلال الوكالات العامة الأندلسيين الإسبانية والشركات الاستشارية المتخصصة في التجارة الخارجية